



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

---

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA  
RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO.**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en  
Administración de Empresas

**Autor(a)**

Flores Molina Nicole Antonella

**Tutor(a)**

Ing. Carlos Marcelo Borja Galeas

QUITO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Nicole Antonella Flores Molina, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO.”**, como requisito para optar al grado de Licenciada de Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 05 días del mes de agosto del 2023, firmo conforme:

Autor: Nicole Antonella Flores Molina

Firma: .....

Número de Cédula: 1728813682

Dirección: Pichincha, Quito, Cotocollao.

Correo Electrónico: antonicole@outlook.es

Teléfono: 0969140061

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Nicole Antonella Flores Molina, para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 05 de agosto del 2023



Firmado electrónicamente por:  
**CARLOS MARCELO  
BORJA GALEAS**

.....  
Carlos Marcelo Borja Galeas  
1712598687

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 05 de agosto 2023



.....  
Nicole Antonella Flores Molina  
1728813682

## APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO.”** previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 01 de agosto de 2023

 Firmado electrónicamente por:  
MERCEDES FABIOLA  
GALARRAGA  
CARVAJAL

.....

ECO. MERCEDES GALARRAGA CARVAJAL  
LECTORA

 Firmado electrónicamente por:  
IVANNA KARINA  
SANCHEZ MONTERO

.....

ING. IVANNA SANCHEZ  
LECTORA

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios por ser mi fortaleza aquellos días que sentía ya no poder. A mis padres y mis hermanos por siempre darme su apoyo incondicional y jamás dejarme sola. A mis perritos que me han hecho sentir capaz y me han dado ánimos para lograrlo.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero agradezco a Dios por permitirme conquistar esta meta que un día me parecía demasiado lejana, por mantener a mi familia a mi lado pese a todas las pruebas que se han cruzado en nuestro camino. A mis padres que me brindaron su apoyo incondicional e inmerecido sin escatimar nada. A mis hermanos por hacer esta etapa más divertida.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA .....</b>	<b>i</b>
<b>AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL .....</b>	<b>ii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>iii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>

### **MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN ..... 21**

1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	21
---------------------------------	----

1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	21
---	----

<i>Fundamentación del Servicio o Producto. ....</i>	<i>21</i>
---	-----------

<i>Tabla de características del producto o servicio .....</i>	<i>22</i>
---	-----------

1.3 MERCADO .....	23
-------------------	----

<i>Público objetivo de su producto o servicio .....</i>	<i>23</i>
---	-----------

1.4 DEMANDA POTENCIAL .....	35
-----------------------------	----

1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....	36
---	----

<i>Análisis del microambiente .....</i>	<i>36</i>
---	-----------

<i>Análisis del macro ambiente .....</i>	<i>39</i>
--	-----------

<i>Proyección de la oferta.....</i>	<i>40</i>
-------------------------------------	-----------

1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	40
---	----

1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING) .....	41
--------------------------------------	----

1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	42
------------------------------------	----

1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN .....	43
--------------------------------	----

### **OPERACIONES..... 44**

2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	44
---------------------------------	----

2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	44
----------------------------------	----

<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.....</i>	<i>46</i>
--	-----------

<i>Tecnología a aplicar.....</i>	<i>51</i>
----------------------------------	-----------



<i>Factores que afectan las operaciones</i> .....	51
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	51
<i>Capacidad de Producción Futura</i> .....	51
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	52
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar</i> .....	52
2.5 CALIDAD .....	53
<i>Método de Control de Calidad</i> .....	53
2.6 NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO .....	53
<i>Seguridad e higiene ocupacional</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</b> .....	<b>56</b>
3.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	56
3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS .....	56
<i>Visión de la Empresa</i> .....	56
<i>Misión de la Empresa</i> .....	56
<i>Objetivos y estrategias</i> .....	56
3.3 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	59
<i>Organización Interna</i> .....	59
3.4 <i>Descripción de puestos</i> .....	60
3.5 CONTROL DE GESTIÓN .....	65
<i>Indicadores de gestión</i> .....	65
NECESIDADES DE PERSONAL .....	65
<b>JURÍDICO LEGAL</b> .....	<b>67</b>
4.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	67
4.2 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	67
4.3 REGISTROS DE MARCAS .....	69
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>71</b>

5.1 OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	71
5.2 PLAN DE INVERSIONES.....	71
5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS .....	73
<i>Mano de Obra</i> .....	73
<i>Depreciación</i> .....	74
<i>Proyección de la depreciación</i> .....	74
<i>Detalle de Costos</i> .....	75
<i>Proyección de Costos</i> .....	76
<i>Detalle de Gastos</i> .....	77
<i>Proyección Gastos</i> .....	77
5.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	78
<i>Forma de financiamiento</i> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
5.5 CÁLCULO DE INGRESOS .....	78
<i>Proyección de Ingresos</i> .....	79
5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	80
5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	81
5.8 FLUJO DE CAJA .....	82
5.9 EVALUACIÓN FINANCIERA .....	82
<i>Indicadores</i> .....	83
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>86</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características del servicio .....	22
<b>Tabla 2.</b> Categorización de sujetos .....	24
<b>Tabla 3.</b> Dimensión conductual .....	24
<b>Tabla 4.</b> Dimensión geográfica .....	25
<b>Tabla 5.</b> Dimensión demográfica .....	25
<b>Tabla 6.</b> Métodos de recolección .....	26
<b>Tabla 7</b> encuesta.....	27
<b>Tabla 8.</b> Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.....	29
<b>Tabla 9.</b> Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.....	30
<b>Tabla 10.</b> Al usted comprar muebles de hogar, el material por el que opta es: .....	30
<b>Tabla 11.</b> ¿Considera usted que el uso de madera en la elaboración de muebles y modulares ya no es tan demandado? .....	31
<b>Tabla 12.</b> ¿Sabías que la madera desechada puede ser reciclada e ingresada nuevamente al proceso productivo a través de la economía circular para una nueva vida con la misma durabilidad de tiempo inicial?.....	32
<b>Tabla 13.</b> ¿Estaría dispuesto a comprar muebles o modulares hechos a base de madera reciclada? .....	32
<b>Tabla 14.</b> ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?? .....	33
<b>Tabla 15.</b> ¿por qué medio le gustaría recibir publicidad y promociones de los muebles hechos a base de madera reciclada? .....	34
<b>Tabla 16.</b> ¿te parece atractiva la idea de fabricación hechos a base de madera reciclada? .....	34
<b>Tabla 17.</b> ¿con qué frecuencia generas órdenes de compra de muebles de madera? .....	35
<b>Tabla 18.</b> Demanda potencial.....	36

<b>Tabla 19.</b> Tendencia de la demanda.....	36
<b>Tabla 20.</b> Análisis del microambiente .....	37
<b>Tabla 21.</b> Matriz de perfil competitivo (mpc).....	39
<b>Tabla 22.</b> Proyección de la oferta .....	40
<b>Tabla 23.</b> Demanda potencial insatisfecha.....	40
<b>Tabla 24.</b> Cronograma de medios .....	43
<b>Tabla 25.</b> Tabla de tiempos .....	45
<b>Tabla 26.</b> Especificaciones técnicas de la maquinaria a utilizar .....	48
<b>Tabla 27.</b> Artefactos tecnológicos a utilizar .....	50
<b>Tabla 28.</b> Actividades del personal operativo.....	50
<b>Tabla 29.</b> Capacidad de producción futura .....	51
<b>Tabla 30.</b> Materias primas y grado de sustitución .....	52
<b>Tabla 31.</b> Checklist cumplimiento de procesos .....	53
<b>Tabla 32.</b> Análisis foda .....	57
<b>Tabla 33.</b> Matriz efe.....	58
<b>Tabla 34.</b> Matriz efi.....	58
<b>Tabla 35.</b> Descripción de puesto administrador.....	60
<b>Tabla 36.</b> Descripción de puesto de jefe de producción .....	61
<b>Tabla 37.</b> Descripción de puesto del lacador .....	62
<b>Tabla 38.</b> Descripción de puesto oficial 1 .....	63
<b>Tabla 39.</b> Descripción del puesto vendedor .....	64
<b>Tabla 40.</b> Indicadores de gestión .....	65
<b>Tabla 41.</b> Necesidades de personal .....	66
<b>Tabla 47.</b> Plan de inversión.....	71
<b>Tabla 48.</b> Capital de trabajo .....	73
<b>Tabla 49.</b> Rol de pagos trabajadores .....	73
<b>Tabla 50.</b> Depreciación .....	74

<b>Tabla 51.</b> Proyección de la depreciación a 5 años .....	74
<b>Tabla 52.</b> Detalle de costos .....	75
<b>Tabla 53.</b> Proyección de costos.....	76
<b>Tabla 54.</b> Detalle de gastos .....	77
<b>Tabla 55.</b> Proyección de gastos.....	77
<b>Tabla 56.</b> Plan de financiamiento.....	78
<b>Tabla 58.</b> Determinación del precio de venta unitario .....	79
<b>Tabla 59.</b> Datos para el punto de equilibrio.....	79
<b>Tabla 60.</b> Punto de equilibrio.....	80
<b>Tabla 64.</b> Estado de resultados proyectado .....	81
<b>Tabla 65.</b> Flujo de caja.....	82

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> ubicación.....	24
<b>Figura 2.</b> Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.....	29
<b>Figura 3.</b> Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.....	29
<b>Figura 4.</b> Al usted comprar muebles de hogar, el material por el que opta es: .....	30
<b>Figura 5.</b> ¿considera usted que el uso de madera en la elaboración de muebles y modulares ya no es tan demandado?.....	31
<b>Figura 6.</b> ¿sabías que la madera desechada puede ser reciclada e ingresada nuevamente al proceso productivo a través de la economía circular para una nueva vida con la misma durabilidad de tiempo inicial? .....	31
<b>Figura 7.</b> ¿estaría dispuesto a comprar muebles o modulares hechos a base de madera reciclada? .....	32
<b>Figura 8.</b> ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?.....	33
<b>Figura 9.</b> ¿por qué medio le gustaría recibir publicidad y promociones de los muebles hechos a base de madera reciclada?.....	33
<b>Figura 10.</b> ¿te parece atractiva la idea de fabricación hechos a base de madera reciclada? .....	34
<b>Figura 11.</b> ¿con qué frecuencia generas órdenes de compra de muebles de madera?35	
<b>Figura 12.</b> Logotipo.....	41
<b>Figura 13.</b> Mapa de procesos .....	45
<b>Figura 14.</b> Flujograma.....	46
<b>Figura 15.</b> Distribución de las instalaciones .....	47
<b>Figura 16.</b> Distribución de las instalaciones (segundo piso).....	47
<b>Figura 17.</b> Organigrama estructural .....	59
<b>Figura 18.</b> Organigrama funcional .....	59
<b>Figura 19.</b> Punto de equilibrio.....	80
<b>Figura 20.</b> Valor actual neto (van) .....	84
<b>Figura 21.</b> Beneficio costo .....	84
<b>Figura 22.</b> Período de recuperación .....	85

## ÍNDICE DE FÓRMULAS

ECUACIÓN 1. FÓRMULA DE LA MUESTRA .....	26
---	----

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

### **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO”

**AUTOR:** Nicole Antonella Flores Molina

**TUTOR:** Carlos Marcelo Borja Galeas

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente plan de negocio denominado “WOODSOUL”, se detalla la actividad principal que esta empresa implementará en el mercado misma que se fundamenta en la fabricación y comercialización de muebles hechos a base de madera reciclada, dentro del su propuesta innovadora se encuentra el cuidado del medio ambiente por medio del uso de madera que ha sido procesada con anterioridad ellos restos que aparentemente en el mercado no son comercializados porque se los denomina como inservibles, como punto favor se mantiene el cuidado de bosques endémicos por medio de esta actividad, este tipo de muebles van a saciar la necesidad del cliente en su totalidad, tendrán la misma garantía de por vida y los acabados van a mantener altos estándares. Dentro del estudio de mercado sea hecho el análisis para la ciudad de Quito hacia aquellas empresas que tienen como actividad principal los temas constructores, ya que por medio de estas se puede mantener contratos de este tipo de muebles y modulares con mayor seguridad. Se aplicó una encuesta para poder determinar la muestra misma que arrojó como resultado 187 empresas constructoras, dentro de este cuestionario se ha determinado que este tipo de muebles van a tener una aceptación del 87, 2% en el mercado. De esta manera se pudo definir la demanda, y la oferta y demanda insatisfecha en el mercado para poder puntualizar la existencia del nicho de mercado que se desea satisfacer, adicional a ello se ha podido definir la capacidad productiva, detallar las instalaciones, equipos y personal necesario para dar inicio a las actividades de esta empresa sin dejar de lado la figura por la cual se va a optar para la Constitución de ella misma que se ha determinado por una sociedad por acciones simplificadas. Finalmente se aplicó un análisis financiero que ha arrojado como resultado la viabilidad del proyecto con respecto a los resultados de los indicadores financieros se obtuvo como resultado del VAN \$372,593.74, Y DEL TIR el 26%, de igual forma como costo-beneficio se obtuvo \$1.10 por cada dólar.

**DESCRIPTORES:** mercado, medio ambiente, plan de negocio, producto innovador.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**THEME: TEMA:** “BUSINESS PLAN FOR THE ELABORATION AND  
COMMERCIALIZATION OF FURNITURE MADE FROM RECYCLED  
WOOD IN QUITO CITY”.

**AUTHOR:** Sabine Gabriela Guerrero Iñiguez

**TUTOR:** Carlos Marcelo Borja Galeas

**ABSTRACT**

In the present business plan called "WOODSOUL", the main activity that this company will implement in the market is detailed, which is based on the manufacture and commercialization of furniture made from recycled wood, within its innovative proposal is the care of the environment through the use of wood that has been previously processed, the remains that apparently are not marketed in the market because they are called useless, as a plus point, the care of endemic forests is maintained through this activity, this type of furniture will fully satisfy the client's needs, will have the same lifetime guarantee and the finishes will maintain high standards. Within the market study, the analysis for the city of Quito was made towards those companies that have construction issues as their main activity, since through these, contracts for this type of furniture and modular furniture can be maintained with greater security. A survey was applied to be able to determine the sample itself that resulted in 187 construction companies, within this questionnaire it has been determined that this type of furniture will have an acceptance of 87.2% in the market. In this way it was possible to define the demand, and the unsatisfied supply and demand in the market to be able to specify the existence of the market niche that is to be satisfied, in addition to this it has been possible to define the productive capacity, detail the facilities, equipment and personnel necessary to start the activities of this company without leaving aside the figure for which it is going to opt for the Constitution of itself that has been determined by a simplified joint stock company. Finally, a financial analysis was applied that has resulted in the viability of the project with respect to the results of the financial indicators, it was obtained because of the VAN \$372,593.74, AND THE IRR 26%, in the same way as cost-benefit \$1.10 was obtained per every dollar.

**KEYWORDS:** market, environment, business plan, innovative product.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día hay un sin número de empresas y emprendimientos que se dedican a la fabricación de muebles y Modulares de madera, pero en el caso de todas estas no se ha dado como prioridad el medio ambiente como tal, la obtención de madera no tiene frenos y se la hace a través de los bosques endémicos del mundo, es por ello que en el Ecuador hoy en día son contados aquellos bosques que cuentan con muy pocos árboles de antigüedad ido causado por la tala imparable que se dado con el pasar de los años.

Por este motivo se ha implementado una investigación minuciosa sobre la idea de fabricación y comercialización de muebles y Modulares hechos a base de madera reciclada en la ciudad de Quito, esto con el fin de poder elaborar un producto que cumple la misma necesidad, con la misma garantía, pero con un precio más bajo y que sea cuidadoso con el medio ambiente, de esta manera se puede puntualizar la responsabilidad social empresarial que la empresa va a mantener en el mercado.

El producto que se va a comercializar dentro del mercado es un producto que es completamente innovador en la ciudad de Quito y en el país, por este motivo se busca el posicionamiento del producto en el mercado no sólo como una idea innovadora si no como una idea amigable para el medio ambiente. A continuación, se detalla una breve explicación de cada capítulo que sea puntualizado dentro de este proyecto:

**Capítulo I. Mercado y Comercialización:** Dentro de este capítulo se puntualiza la perspectiva comercial que mantiene el proyecto para la creación de la empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de muebles de madera reciclada, de igual manera se menciona la oferta, demanda potencial, creación de marca y el logotipo de este producto.

**Capítulo II. Operaciones:** en este capítulo se plantea los procesos de producción y sus tiempos para los muebles hechos a base de madera reciclada, de igual manera se puntualizan las normas de seguridad, el número de trabajadores, el tipo de maquinarias que se utilizarán de inicio y a futuro sin dejar de lado la capacidad de producción actual y dentro de cinco años.

**Capítulo III. Área de organización y Gestión:** dentro de este capítulo se detalla la estructura organizacional y la gestión que se va a realizar dentro de cada una de ellas, de igual manera se pormenoriza el análisis Fauda, la misión, visión, objetivos y estrategias que se van a conseguir a corto, mediano y largo plazo.

**Capítulo IV. Jurídico Legal:** en este capítulo se plantea el área jurídica con la cual se va a constituir la empresa, de igual forma se puntualiza las normativas, leyes vigentes, patentes, reglamentos, permisos y todo el papeleo que pueda aprobar el funcionamiento correcto de la empresa en el mercado.

**Capítulo V. Evaluación Financiera:** finalmente en este capítulo se realiza todo el análisis del estudio financiero, en el cual se va a introducir la inversión inicial, ingresos, gastos, punto de equilibrio, estado de resultados, flujo de caja, cálculo de indicadores como el TMAR, VAN TIR mismos que aprueban la exposición oficial de la empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de muebles hechos a base de madera reciclada dentro del mercado.

## **OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **Objetivo General:**

Determinar un plan de negocios para el empresa fabricante y comercializadora de muebles hechos a base de madera reciclada, ubicada en la ciudad de Quito que mantendrá sus instalaciones comercializadoras en la parroquia de Cotocollao, cuya finalidad es contribuir al cuidado del medio ambiente y evitar la tala de aquellos árboles que se ubican en bosques endémicos.

### **Objetivos Específicos:**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa cuya actividad se enfoque en la fabricación y comercialización de muebles de hechos a base de madera reciclada.

Aplicar un análisis para la obtención de la oferta y demanda de estos productos para cumplir con la necesidad del cliente y alcanzar a la satisfacción de este dentro del mercado en el cual nos vamos a posicionar.

Examinar la capacidad productiva, insumos, maquinaria, equipos de computación materiales que se necesitan para la fabricación base de madera reciclada.

Identificar los recursos materiales y personales que se necesiten para cumplir con la actividad organizacional de la empresa anteriormente mencionada.

Registrar la estructura organizacional de la empresa, estableciendo niveles jerárquicos y detallando la actividad de cada uno de estos niveles para que se facilite el control de su gestión para la medición del cumplimiento de los objetivos empresariales.

Relatar los factores jurídicos mismos que van a permitir el funcionamiento correcto y legal de la empresa en el mercado, identificando y cumpliendo con los permisos y reglamentos legales.

Plantear un plan de inversión inicial, analizar el costo y gasto que se llevará a cabo por la elaboración y comercialización de muebles de choza base de madera reciclada mismo que va a facilitar la determinación de la factibilidad económica que va a presentar el proyecto dentro del mercado para la toma de una decisión Prudente y consciente.

# **CAPITULO I**

## **Mercado y Comercialización**

### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Demostrar la factibilidad de un estudio de mercado sobre la demanda de muebles y puertas a base de madera reciclada, por medio de la aplicación de encuestas para conocer la aceptación de este tipo de productos en el mercado.

### **1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio**

#### **Fundamentación del Servicio o Producto.**

Los muebles de madera en sus inicios mantuvieron un concepto colonial o tallaje detallado, mismos que en su proceso de producción o fabricación dejaba desechos altos de madera, que nos fueron usados en su totalidad, de igual manera la madera usada debía ser madera sólida y sin falla, para mantener estándares de presentación y satisfacción a quien lo adquiriría.

Hoy en día la fabricación muebles de madera se ha mantenido de la misma manera a la antigüedad, y lo que se ha avanzado dentro del mercado es el procesar la madera como tal con su parte servible e inservible para convertirlos en aglomerados, pero este proceso termina siendo dañino para el medio ambiente, lo que se busca implementar en el mercado con este estudio de mercado son productos hechos a base de los desechos de la madera, y productos de este material aparentemente inservibles mismos que no son usados normalmente y no llevarán un proceso para la alteración de la madera, garantizando la calidad del producto final y uso acertado frente a la exposición del ambiente como tal, teniendo el mismo resultado de un producto hecho a base de la madera sin falla pero con un valor mucho más bajo siendo más competitivo frente al mercado.

## Tabla de características del producto o servicio

*Tabla 1. Características del Servicio*

<b>PRODUCTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BENEFICIOS</b>
<b>MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA.</b>	Fabricados a Base de Madera Reciclada.	Producto sustentable.
	Evita la tala de árboles nativos.	Amigo del medioambiente.
	Más económico.	Precio accesible
	Satisface la necesidad.	Cumple con la función del producto.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

A lo largo de la historia de la fabricación de muebles de madera se ha buscado priorizar el uso de madera 100% útil y sin fallas, esto creyendo e idealizando que aquellas secciones que mantienen fallas propias del material son inservibles en su totalidad sin tener en cuenta que estos desechos se hacen en grandes cantidades, por esta razón hoy en día los árboles nativos de la madera más comercializada a nivel mundial han desaparecido en su gran mayoría.

La madera reciclada no sólo es aquella que es generada a base de los residuos por los cortes hechos para la separación de tablones, cartones, listones o demás, si no también es aquella madera que ya ha sido tratada para llegar a obtener un producto final mismo que ha cumplido su ciclo de vida y aparentemente ya no puede ser usado, en este caso podría ser un mueble, puerta o modular viejo que se lo puede desmontar para darle una nueva vida en un producto completamente diferente y prolongar el tiempo de uso.

Los muebles hechos a base de madera reciclada principalmente van a tener como objetivo el poder priorizar el uso de los desechos de madera, creando muebles de calidad, altos estándares de estética y que cumplan las mismas necesidades que el cliente solicita, pero con un valor más bajo, de esta manera se va a cuidar no sólo el medio ambiente sino también se va a priorizar la economía frente a estos productos que generalmente tienen precios elevados en el mercado.

### 1.3 Mercado

#### **Público objetivo de su producto o servicio**

Este producto podrá ser adquirido por cualquier empresa dedicada a la construcción o personas naturales que estén en planificación de la construcción de su casa, cabe recalcar que mayormente se puntualiza en las empresas ubicadas en el norte de Quito, ya que es el lugar en donde se aplicará el estudio.

Además, es un producto que permitirá a las empresas constructoras enfocarse en la adquisición de todo tipo de muebles o modulares que sean amigables con el medio ambiente con la seguridad de que estos cumplirán la misma necesidad y tendrán el mismo tiempo de vida y garantía en comparación a los muebles o modulares que no están hechos a base de madera reciclada.

Por lo tanto, el mercado lo componen todas las empresas constructoras potenciales para adquirir muebles hechos a base de madera reciclada, para este plan de negocios en el ámbito conductual de compra se consideran empresas constructoras de la ciudad de Quito que adquieran muebles y modulares hechos a base de madera de calidad con su respectiva garantía y sin dejar de lado el precio más bajo en el mercado.

#### Categorización de sujetos

Determinar a los clientes con los que la empresa se relacionara de manera directa e indirecta.

Los clientes se categorizan de la siguiente manera:

- *Comprador*: Empresas dedicadas a la construcción o personas naturales.
- *Decidor*: Empresas dedicadas a la construcción o personas naturales.
- *Usuario*: Amas de casa, Familias.
- *Influyente*: Los sujetos influyentes serían los clientes directos e indirectos, mismos que emitirían recomendaciones y opiniones de carácter positivo o negativo referente al producto.

**Tabla 2. Categorización de sujetos**

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Empresas constructoras/ Personas naturales con planes de construcción de su hogar.
¿Quién usa?	Amas de casa, Familias.
¿Quién decide?	Empresas constructoras/ Personas naturales con planes de construcción de su hogar.
¿Qué influye?	Clientes directos e indirectos.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

### Estudio de Segmentación

El mercado objetivo se encuentra ubicado en el norte de Quito en la parroquia de Cotocollao la cual se puede observar en la Figura 1.

**Figura 1 Ubicación**



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 3. Dimensión Conductual**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
<b>TIPO DE NECESIDAD:</b>	SOCIAL, SEGURIDAD
<b>TIPO DE COMPRA:</b>	COMPARACIÓN
<b>RELACIÓN CON LA MARCA:</b>	SI
<b>ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:</b>	POSITIVA

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora



*Tabla 4. Dimensión Geográfica*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>HABITANTES</b>
<b>PAÍS</b>	ECUADOR	26.784
<b>REGIÓN</b>	SIERRA	12.543
<b>CIUDAD URBANA Y RURAL</b>	QUITO	9.658
<b>ZONA</b>	NORTE	7.650

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

*Tabla 5. Dimensión Demográfica*

<b>VARIABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>HABITANTES</b>
<b>EMPRESAS CONSTRUCTORAS</b>	Constructoras	7.650

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

#### Plan de muestreo

Los muebles hechos a base de madera reciclada dispondrán de un taller de fabricación mismo que irá adquiriendo la materia prima de manera paulatina para su fabricación en el norte de Quito en la parroquia Calderón.

La muestra numeración que va a facilitar al investigador comprender la cantidad de individuos o empresas serán estudiadas, por este motivo en la muestra debe ser característica, así lo detallan García, Reding, & López (2013).

Para el cálculo y obtención de la muestra se aplicó la fórmula de población finita:

#### **Simbología**

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia

Q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población o universo

e= Error de la muestra

### Aplicación de la Fórmula:

*Ecuación 1. Fórmula de la Muestra*

$$= \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * Q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 7,650}{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 + 7,650 * (0,05)^2}$$

n= 187

Al aplicar la fórmula de población finita para la obtención de la muestra como objeto de estudio se puntualiza que el número resultado de muestra es de 187.

### Instrumentos para recopilar información

Los instrumentos para utilizar para la investigación del estudio de mercado se puntualizan en las herramientas fundamentales para lograr conseguir toda información de manera óptima, una de estas herramientas o instrumentos es la encuesta o el cuestionario.

A continuación, se pormenoriza los principales puntos de información que nacen para el desarrollo de este plan de negocios.

**Objetivo Específico:** Delimitar el mercado potencial y objetivo dentro del mercado en el que se va a promocionar el producto.

**Tabla 6.** Métodos de Recolección

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Top de empresas constructoras	Secundaria	Superintendencia de compañías	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos para el sector	Secundaria	Superintendencia de compañías	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Empresas Constructoras	Encuesta

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## **Diseño y recolección de información.**

*Tabla 7 Encuesta*

---

<b>ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES HECHOS A BASE DE MADERA RECICLADA EN LA CIUDAD DE QUITO”</b>	
<b>1.</b>	<b>Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Pequeña Empresa</li><li>- Mediana Empresa</li><li>- Empresa Grande</li></ul>
<b>2.</b>	<b>Seleccione a qué categoría pertenece su empresa.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Empresa Pública</li><li>- Empresa Privada</li><li>- Empresa Mixta</li><li>- Economía Popular y Solidaria</li></ul>
<b>3.</b>	<b>Al usted comprar muebles de hogar, el material por el que opta es:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Madera</li><li>- Mdf</li><li>- Aglomerado</li><li>- Cartón Prensado</li></ul>
<b>4.</b>	<b>¿Considera usted que el uso de madera en la elaboración de muebles y modulares ya no es tan demandado?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Si</li><li>- No</li></ul>
<b>5.</b>	<b>¿Sabías que la madera desechada puede ser reciclada e ingresada nuevamente al proceso productivo a través de la economía circular para una nueva vida con la misma durabilidad de tiempo inicial?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Si</li><li>- No</li></ul>
<b>6.</b>	<b>¿Estaría dispuesto a comprar muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Si</li><li>- No</li></ul>
<b>7.</b>	<b>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- \$95</li><li>- \$110</li><li>- \$125</li><li>- \$140</li></ul>

---

---

**8. ¿Por qué medio le gustaría recibir publicidad y promociones de los muebles hechos a base de madera reciclada?**

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Google
- Otros

---

**9. ¿Te parece atractiva la idea de fabricación hechos a base de madera reciclada?**

- Si
- No

---

**10. ¿Con qué frecuencia generas órdenes de compra de muebles de madera?**

- 1 a 5 veces por semana
- 6 a 10 veces por semana
- 11 a 15 veces por semana
- 16 a 20 veces por semana

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## **Desarrollo de instrumentos**

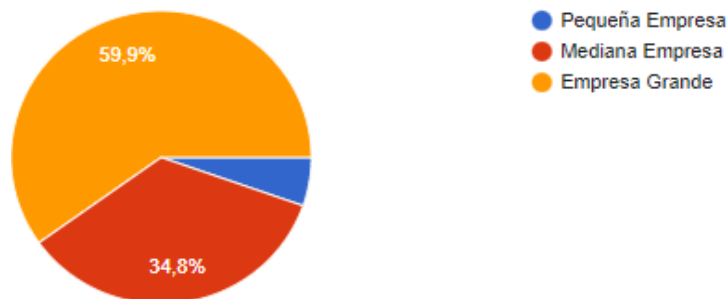
### **Información Secundaria**

Determinar el mercado potencial es fundamental para poder conocer a qué se va a enfrentar la promoción del producto dentro del mercado, conocer clientes potenciales y la adaptabilidad de este dentro del comercio, así como también el conocer las diferentes empresas constructoras que se encuentran ya en competencia para saber los pro encontrar a los que se pueden enfrentar sin dejar de lado los factores críticos que el sector maderero o constructor pueden enfrentar y teniendo muy en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores para poder brindarle el producto final que ellos necesiten para satisfacer su necesidad.

## INFORMACIÓN PRIMARIA

### ENCUESTA

*Figura 2. Seleccione a qué categoría pertenece su empresa*



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

*Tabla 8. Seleccione a qué categoría pertenece su empresa*

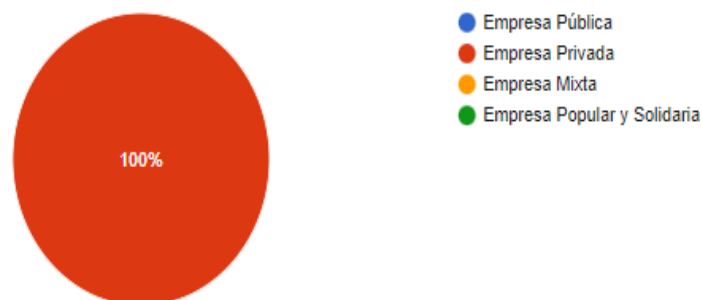
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeña Empresa	112	59.9%
Mediana Empresa	10	5.3%
Publicidad en calles	65	34.8%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas, el 59,9% son empresas grandes, el 34,8% son empresas medianas y el 5,3% son empresas pequeñas.

*Figura 3. Seleccione a qué categoría pertenece su empresa*



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 9.** Seleccione a qué categoría pertenece su empresa

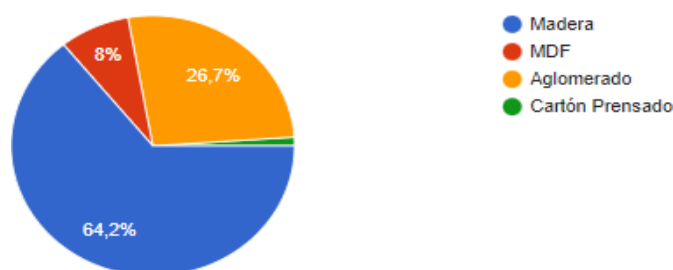
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empresa Pública	0	0%
Empresa Privada	187	100%
Empresa Mixta	0	0%
Economía Popular y Solidaria	0	0%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 100% son empresas privadas .

**Figura 4.** Al usted comprar muebles de hogar, el material por el que opta es:



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 10.** Al usted comprar muebles de hogar, el material por el que opta es:

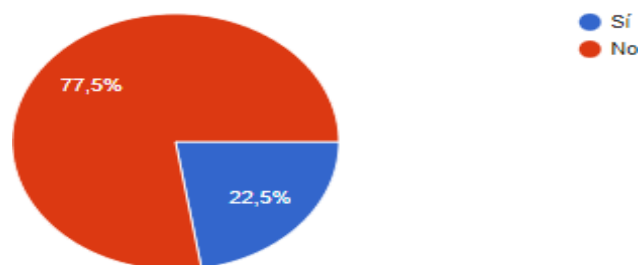
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Madera	120	64.2%
Mdf	15	8%
Aglomerado	50	26.7%
Cartón Prensado	2	1.1%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 64,2% optan por la madera, material para muebles del hogar, el 26,7% eligen aglomerado, el 8% eligen el MDF y el uno, 1,1% el cartón prensado.

**Figura 5.** ¿Considera usted que el uso de madera en la elaboración de muebles y modulares ya no es tan demandado?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 11.** ¿Considera usted que el uso de madera en la elaboración de muebles y modulares ya no es tan demandado?

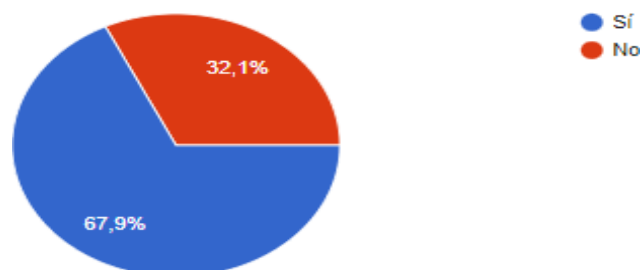
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	42	22.5%
No	145	77.5%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 77,5% no creen que la madera en la elaboración de Muebles y Modulares ya no es de mandado mientras que el 22,5% si lo creen.

**Figura 6.** ¿Sabías que la madera desechada puede ser reciclada e ingresada nuevamente al proceso productivo a través de la economía circular para una nueva vida con la misma durabilidad de tiempo inicial?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 12.** ¿Sabías que la madera desechada puede ser reciclada e ingresada nuevamente al proceso productivo a través de la economía circular para una nueva vida con la misma durabilidad de tiempo inicial?

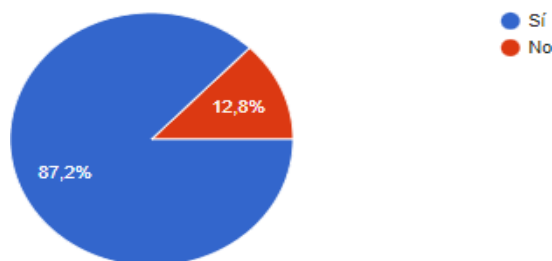
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	60	32.1%
No	127	67.9%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 67,9% sabían que la madera puede ser reciclada e ingresada a un nuevo proceso de producción por medio de la economía circular mientras que el 32,1% no lo sabían.

**Figura 7.** ¿Estaría dispuesto a comprar muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 13.** ¿Estaría dispuesto a comprar muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	163	87.2%
No	24	12.8%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

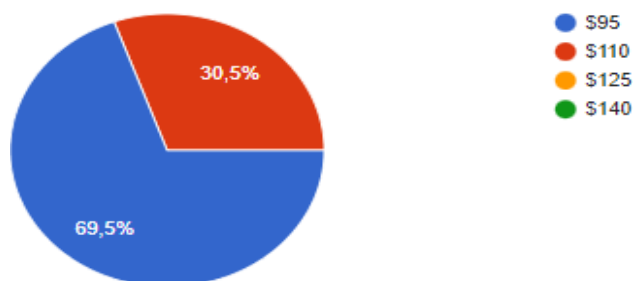
**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 87,2% si estarían dispuestos a adquirir muebles o Modulares hechos a base de madera reciclada, 12,8% no.



**Figura 8.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta  
**Elaborado por:** Autora

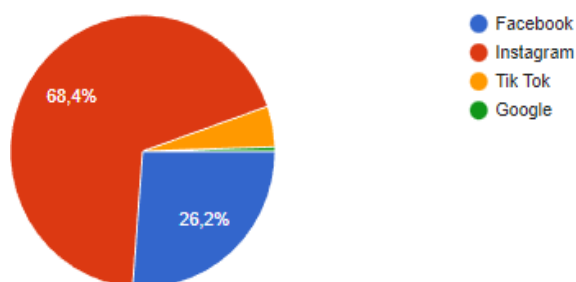
**Tabla 14.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada??

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$95	130	69.9%
\$110	57	30.5%
\$125	0	0%
\$140	0	0%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta  
**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 69,5% harían dispuestos a pagar \$95 por metro lineal de muebles o modulares hechos a base de madera reciclada, mientras que el 30,5% estaría dispuesto a pagar

**Figura 9.** ¿Por qué medio le gustaría recibir publicidad y promociones de los muebles hechos a base de madera reciclada?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta  
**Elaborado por:** Autora

**Tabla 15.** ¿Por qué medio le gustaría recibir publicidad y promociones de los muebles hechos a base de madera reciclada?

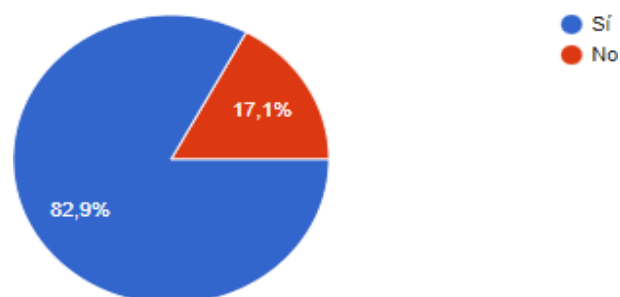
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	26.2	26.2%
Instagram	68.4	68.4%
Tiktok	9	4.8%
Google	1	0.5%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 68, 4% prefieren recibir publicidad de los muebles hechos a base de madera reciclada por medio de Instagram, el 29, 2% por medio de Facebook, el 4,8% por Tiktok y el 0,5% por Google.

**Figura 10.** ¿Te parece atractiva la idea de fabricación hechos a base de madera reciclada?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 16.** ¿Te parece atractiva la idea de fabricación hechos a base de madera reciclada?

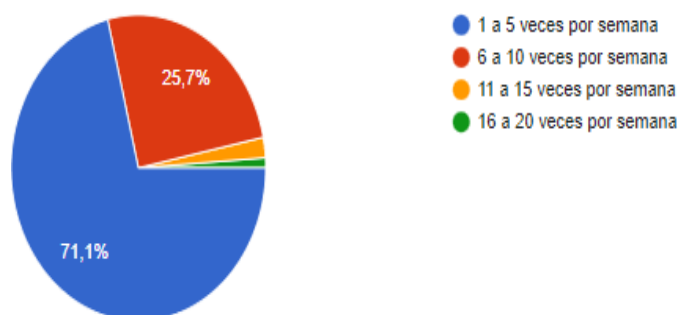
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	155	82.9%
No	32	17.1%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 82,9% si creen que es atractiva la idea de muebles hechos a base de madera reciclada mientras que el 17,1% no.

**Figura 11.** ¿Con qué frecuencia generas órdenes de compra de muebles de madera?



**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta  
**Elaborado por:** Autora

**Tabla 17.** ¿Con qué frecuencia generas órdenes de compra de muebles de madera?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 veces por semana	133	71.1%
6 a 10 veces por semana	48	27.5%
11 a 15 veces por semana	4	2.1%
16 a 20 veces por semana	2	1.1%
<b>TOTAL:</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta  
**Elaborado por:** Autora

**Análisis e interpretación:** Del total de empresas encuestadas el 71,1% generan órdenes de trabajo de 5 a 6 veces por semana, el 25,7% de 6 a 10 veces por semana, el 2,1% de 11 a 15 veces por semana y el 1,1% de 16 a 20 veces por semana.

#### 1.4 Demanda Potencial

Al estudiar la demanda potencial podemos especificar el mercado al cual probablemente podríamos alcanzar en una proyección de 5 años, haciendo uso de la tasa de crecimiento de nuestro sector, obteniendo el resultado diario y mensual.

**Tabla 18. Demanda Potencial**

AÑOS	T.C.P	DEMANDA EN EMPRESAS	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DÍAS
2023		187	15,58	0,52
2024	2,90%	192,42	16,04	0,53
2025		198,00	16,50	0,55
2026		203,75	16,98	0,57
2027		209,65	17,47	0,58

**Fuente:** Investigación propia por medio de la encuesta

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 19. Tendencia de la demanda**



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## 1.5 Análisis del Macro y Microambiente

### Análisis del microambiente

El análisis del micro ambiente es la conexión o relación con la cual la empresa va a producir su posicionamiento en el mercado, por medio de este podremos conocer si va a generar clientes o no, si es la primera en el mercado o si hay mayor competencia y desde este punto se podrá estudiar cualquier punto que sea importante adoptar para que la organización comience a desarrollarse; entre los puntos a analizar están: los proveedores, la competencia, los intermediarios y los clientes, mismos factores que son fundamentales para el crecimiento empresarial, por esta razón es crucial el estudio de estos factores con conocimiento o en comparación a la competencia, para poder generar ventajas a nuestro favor y brindarle al cliente un producto que satisfaga sus necesidades con la mejor calidad.

Por tal motivo se va a realizar el análisis en función a las cinco fuerzas de Porter debido a que es esta matriz nos brinda la capacidad de negociación con el cliente, con el proveedor y el conocimiento sobre los productos sustitutos, así como también el comportamiento de los competidores en el mercado.

***Tabla 20. Análisis del microambiente***

<p><b>Poder de Negociación de los Clientes</b></p>	<p>Según Yáñez, Pazmiño (2015), el poder de la negociación de los clientes es la presión que ellos aplican sobre la empresa para poder alcanzar sus beneficios propios. En la empresa el cliente o consumidor tiene el poder de negociación más importante por esto se le considera como un mercado objetivo a aquellas personas naturales o empresas constructoras que residen en la parroquia de Cotocollao al norte de Quito, teniendo en cuenta que el precio que la competencia mantiene es un factor fundamental que influye en la decisión del cliente y la respuesta de este frente a un producto que se incorpora al mercado.</p>
<p><b>Poder de Negociación con los Proveedores</b></p>	<p>El poder de negociación con los proveedores es un tanto compleja cuando ellos se encuentren organizados según su gremio y puedan imponer las condiciones de precio y tamaños de pedidos o requerimientos, entendiéndose que desde esta perspectiva la negociación se torna complicada en el caso de que los productos que suministran son fundamentales para nuestra producción y no tienen un producto sustituto como tal y en el caso de existir mantienen un costo más alto o similar al que se obtiene con dicho proveedor. En el mercado la negociación con los proveedores para las empresas que se dediquen a la fabricación de muebles y para poder adquirir la materia prima para la oración de los mismos es un tanto complicada ya que en efecto los proveedores muestran su comportamiento dependiendo el tipo de cliente y el potencial del mismo para seguir con su proceso de compra, en este caso soy una microempresa no van a demostrar el mismo comportamiento que reflejan frente a una macro empresa al momento de adquirir sus productos.</p>

---

**Amenazas de Productos  
Sustitutivos**

Un mercado segmento no resulta llamativo en el caso de que existan productos sustitutos potenciales ya que la posibilidad de comercialización de los productos se vuelve un tanto complicada.

En el mercado las opciones de muebles o Modulares para el hogar pueden tener alternativas referentes al material, mismos que pueden ser fabricados a base de: MDF, Melamina, Triplex o algún tipo de aglomerado, en el caso de este producto objetivo la elaboración del mismo hecho a base de madera reciclada como un aporte medioambiental positivo y un precio más bajo en referencia a cualquier material que pueda ser usado para la elaboración de los muebles o Modulares.

---

**Rivalidad entre los  
Competidores Existentes**

La amenaza de los nuevos competidores en el mercado es más preocupante cuando su ingreso es más fácil, ya que al tener facilidades pueden competir y demostrar poder al mantener una ideología vanguardista no sólo en su actividad sino también en la competencia, en la tecnología y la manera de implementar la lealtad con el cliente.

La amenaza que mantenemos con los nuevos competidores puede ser relativamente alta, ya que cualquier emprendimiento incluso macroempresas pueden lanzar al mercado muebles hechos a base de madera recicladas y de igual forma puertas o cualquier tipo de productos que se fabriquen desde la madera, teniendo en cuenta que su costo de producción y el precio de venta el público resulta muchísimo más atractivo hablando de ganancias.

---

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

## Análisis del macro ambiente

En el análisis macro se puntualizan todos los factores que son externos a la empresa o aquellos que rodean la misma, para realizar este estudio se hará uso de las siguientes matrices: EFE, EFI, MPC

*Tabla 21. Matriz de perfil competitivo (MPC)*

<b>MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO</b>									
Factores Clave	Importancia	Importancia Ponderada	EDÍMCA		PROVEMADERA		WOODSOUL		
			Calf	Valor Ponderado	Calf	Valor Ponderado	Calf	Valor Ponderado	
Publicidad	10	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35	
Promoción de Productos	10	0,05	7	0,35	7	0,35	3	0,15	
Tecnología maquinaria	10	0,05	7	0,35	3	0,15	3	0,15	
Innovación	10	0,05	7	0,35	3	0,15	7	0,35	
Entrega	10	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	
Productos exhibidos	9	0,04	3	0,13	3	0,13	3	0,13	
Disponibilidad Inmediata	9	0,04	7	0,31	3	0,13	1	0,04	
Presentación Comercial	9	0,04	7	0,31	7	0,31	3	0,13	
Asesores Comerciales	9	0,04	7	0,31	3	0,13	7	0,31	
Asesoría Pre-Venta	9	0,04	7	0,31	7	0,31	7	0,31	
Visitas	9	0,04	3	0,13	7	0,31	7	0,31	
Asesoría Producción	9	0,04	3	0,13	7	0,31	7	0,31	
Asesoría Post Venta	9	0,04	1	0,04	3	0,13	3	0,13	
Asesor Externo	8	0,04	7	0,28	3	0,12	1	0,04	
Líneas de Comunicación	8	0,04	7	0,28	3	0,12	3	0,12	
Colaboradores Producción	8	0,04	7	0,28	7	0,28	7	0,28	
Pago	8	0,04	7	0,28	3	0,12	7	0,28	
Quejas Recepción	7	0,03	7	0,24	3	0,10	3	0,10	
Solución de Problemas	7	0,03	3	0,10	3	0,10	3	0,10	
Transporte Productos Quito	7	0,03	7	0,24	7	0,24	7	0,24	
Movilidad Productos	6	0,03	7	0,21	3	0,09	3	0,09	
Variedad de herrajes	5	0,02	7	0,17	1	0,02	1	0,02	
Diferentes medios de recepción pedidos	5	0,02	7	0,17	1	0,02	1	0,02	
Asesoría fabricación productos	5	0,02	7	0,17	7	0,17	1	0,02	
Contacto Cliente con Gerencia	5	0,02	1	0,02	1	0,02	1	0,02	
<b>TOTAL</b>	<b>201</b>	<b>1,00</b>		<b>5,71</b>		<b>4,36</b>		<b>4,20</b>	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

### Proyección de la oferta.

Se realizó una Investigación propia, para conocer a los competidores directos, sabiendo los precios y la cantidad de servicios que realizan al día. En total se obtuvo 10720 servicios anuales lo que representa la oferta en el año base. El indicador para la proyección es el porcentaje de crecimiento anual del sector servicios caninos.

**Tabla 22.** *Proyección de la oferta*

AÑO	T.C.S	OFERTA EN EMPRESAS	OFERTA EN MESES	OFERTA EN DÍAS
2023		102	8,50	0,283
2024	3,30%	105,37	8,78	0,293
2025		108,84	9,07	0,302
2026		112,43	9,37	0,312
2027		116,15	9,68	0,323
TASA DE CRECIMIENTO SERVICIO			3,30%	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

### 1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta. Con esto podemos conocer quiénes serán los clientes potenciales.

**Tabla 23.** *Demanda Potencial Insatisfecha*

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI /año	DPI/meses	DPI/ días
2023	187	102	85,00	7,08	0,24
2024	187,00	105,37	81,63	6,80	0,23
2025	187,00	108,84	78,16	6,51	0,22
2026	187,00	112,43	74,57	6,21	0,21
2027	187,00	116,15	70,85	5,90	0,20

**Fuente:** Investigación propia

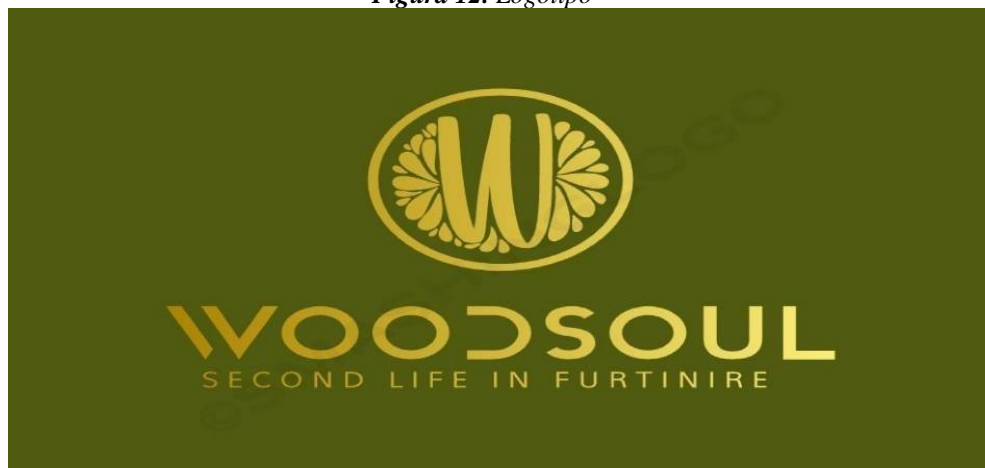
**Elaborado por:** Autora



## 1.7 Diseño de marca (branding)

El nombre que se eligió para la empresa es “SASO PETS”. Esta idea surgió por la conversación entre dos amigas que quieren emprender. “SASO” son las primeras dos letras de los nombres Sabine y Sofia. “PETS” la palabra en inglés que a la traducción al español significa mascotas, sería la keyword o palabra clave para identificar el giro del negocio.

*Figura 12. Logotipo*



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

La empresa se va a establecer en un lugar estratégico de la parroquia de Cotocollao , mismo que va a mantener un concepto rústico desde su rótulo hasta sus instalaciones, implementará un showroom en el cual se pueda explicar el proceso del tratado de la madera reciclada hasta la obtención del producto final, de esta manera el consumidor va a tener conocimiento de los procesos y la garantía que son productos de calidad como lo que ellos buscan, dentro del local se va a aplicar iluminación adecuada y amarillenta para hacer más cálido el lugar y de esta manera hacerlo llamativo para el paso del consumidor.

De igual manera se va a realizar la creación de una página web, páginas en Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok mismos que son los medios de comunicación más dinámicos y directos con el cliente hoy en día. Muebles hechos a base de madera reciclada, obtenida por los residuos de cortes de madera no reciclada, puertas, muebles, modulares, pisos, pasa manos o cualquier artículo que fue fabricado en madera y aparentemente ya no ha cumplido con su vida útil.

## 1.8 Estrategias de marketing

Eventos exclusivos hacia consumidores potenciales.

Estos eventos van direccionados hacia aquellos consumidores que pueden brindarnos a nosotros una mayor cantidad de ventas, esto con la finalidad de dar a conocer nuestros productos y los servicios que ofrecemos como empresa, los puntos a favor y de diferenciación de las otras empresas que se dedican a nuestra misma actividad.

COSTO O INVERSIÓN: \$50 POR EVENTO.

- Permitir que el cliente pueda observar la fabricación de un producto.

Esto con la finalidad de que el cliente pueda conocer nuestro proceso de producción y sentirse seguro en base a lo que nosotros como empresa hemos ofrecido desde el inicio.

COSTO O INVERSIÓN: NINGUNO

- Aprovechar el potencial de ventas por redes sociales.

Incrementar publicidad prepagada por medio de las redes sociales de mayor uso, esto con la finalidad de poder llegar a aquellos clientes que no están cerca de nuestro sector y poder captar su atención.

COSTO O INVERSIÓN: \$7,99 POR PUBLICIDAD PREPAGADA.

- Asesores externos.

Implementar a nuestro equipó a asesores de ventas externos, los mismos que se enfoquen en lugares de construcción y que estén aptos para las ventas y, por ende, asesoría al cliente en base a sus necesidades.

## 1.9 Plan de comunicación

**Tabla 24. Cronograma de Medios**

MEDIO	ESTRATEGIA	OBJETIVO	PRESUPUESTO	RESPONSABLE	RECURSO
PUBLICITARIO			TIEMPO		
Redes Sociales	Publicidad prepagada con un alcance máximo para diferentes sectores.	Posicionar la marca en redes sociales.	1 año \$ 250,46	Administrador	Económico
Ferias	Llamado a ferias para explicación del o los productos y marcas.	Dar a conocer los procesos, beneficios al ambiente y al cliente de los muebles y modulares de madera reciclada.	9 meses \$675	Vendedor	Económico
Distribuciones	Personal Operativo para visitas a posibles clientes potenciales.	Llegar a más consumidores.	1 año \$450	Vendedor	Económico
Impulsar	Campañas impulsadoras llamativas para atraer al público.	Hacernos notar en el espacio que nos ubicamos.	4 meses \$400	Jefe de Ventas	Económico

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## **CAPITULO II**

### **Operaciones**

#### **2.1 Objetivo del Capítulo**

Detallar cada etapa para el proceso de la elaboración de muebles con madera reciclada y de esta manera dar a conocer que se cumple con los parámetros de la construcción de muebles y a su vez se ayuda al cuidado de los árboles endémicos.

#### **2.2 Descripción del proceso**

1. Principalmente se debe recolectar y seleccionar los residuos de madera que sean óptimos para el tipo de mueble que se desea fabricar.
2. Siguiendo lo mencionado se procede al tratado y curado de los residuos, esto para evitar que polillas, fisuras o maltrato de la madera no nos genere problemas en la producción y producto final.
3. Como tercer punto se tiene el armado de la estructura del mueble, en el cual se da la forma final respectivamente al diseño que el cliente solicite.
4. Lijado de la estructura, en este punto se trata de dejar lo más liso que se pueda a la estructura del mueble, esto para dar un resultado elegante y de calidad del producto final, adicional a ello alejado de la estructura también nos permite verificar el tratado y curado de los residuos que se hizo con anterioridad y en el caso de haber alguna falla adicional a lo que se corrigió corregirlo de igual manera.
5. El tiempo de secado de la estructura es importante para poder mantener la forma deseada, en el caso de no dejar secar en el proceso de la caga la estructura tiende a desarmarse o a su vez a perder su forma deseada.
6. En el proceso de lacado se aplican los líquidos para mantener el tratado de la madera, los tintes y la casa que haya sido de la selección del cliente.

7. Finalmente se debe realizar el secado post lacado, este secado se puede realizar en horno o en ambiente natural, en el caso del ambiente natural facilita el ver el producto final de mejor manera en cambio en el horno mantendremos una incertidumbre si el trabajo fue correcto con los resultados esperados o no.

## MAPA DE PROCESOS

*Figura 13. Mapa de Procesos*

<b>C L I E N T E S</b>	<b>PROCESOS ESTRATÉGICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direccionamiento estratégico.</li> <li>• Calidad en madera residual seleccionada.</li> <li>• Comunicación para cumplimiento óptimo de todos los procesos.</li> <li>• Gestión de conocimiento (capacitación constante sobre nuevas tendencias).</li> </ul>	<b>C L I E N T E S</b>
	<b>PROCESOS OPERACIONALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción cuidadosa y no al apuro.</li> <li>• Logística (distribución de actividades).</li> <li>• Gestión de recursos para no parar procesos en caso de calamidad.</li> </ul>	
	<b>PROCESOS DE APOYO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura adecuada para cada proceso.</li> <li>• Mantenimiento constante de máquinas.</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

*Tabla 25. Tabla de Tiempos*

Actividad	Tiempo	No. Personas
Recolección y selección de los residuos de madera	8 minutos	
Tratado y curado de los residuos	10 minutos	Operario 1
Armado y secado de la estructura del mueble	22 minutos	
Lijado y sellado de estructura	18 minutos	
Tiempo de secado	10 minutos	
Lacado	20 minutos	Operario 2
Secado post lacado	25 minutos	

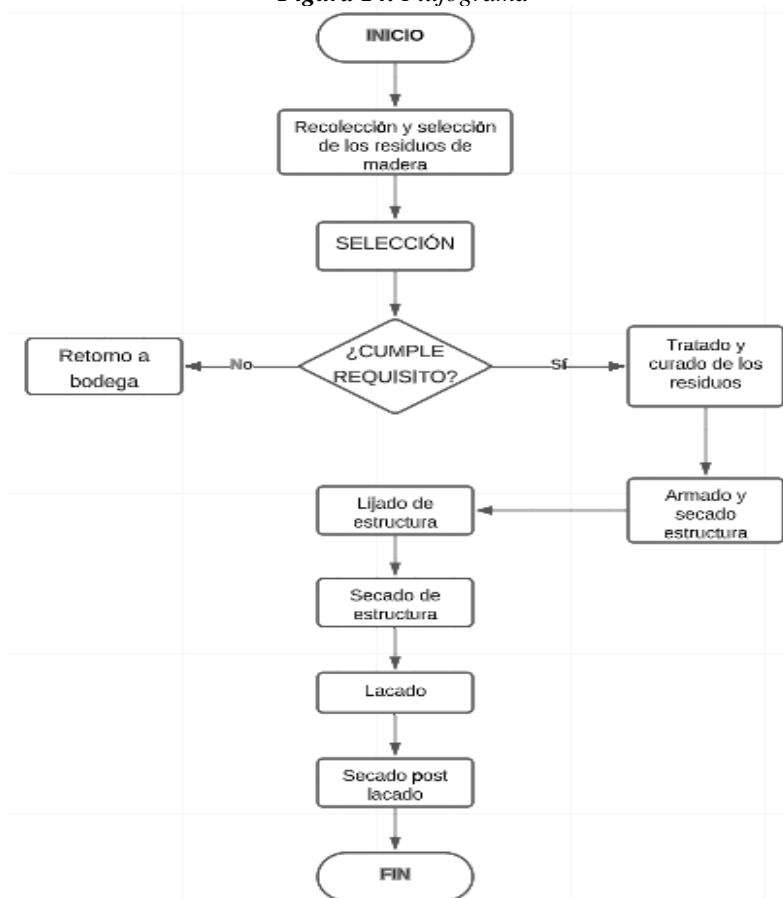
**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Resultado:** El tiempo final para el armado de un mueble de 2 metros es de 113 minutos.

## FLUJOGRAMA

*Figura 14. Flujoograma*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

### **Descripción de instalaciones, equipos y personas.**

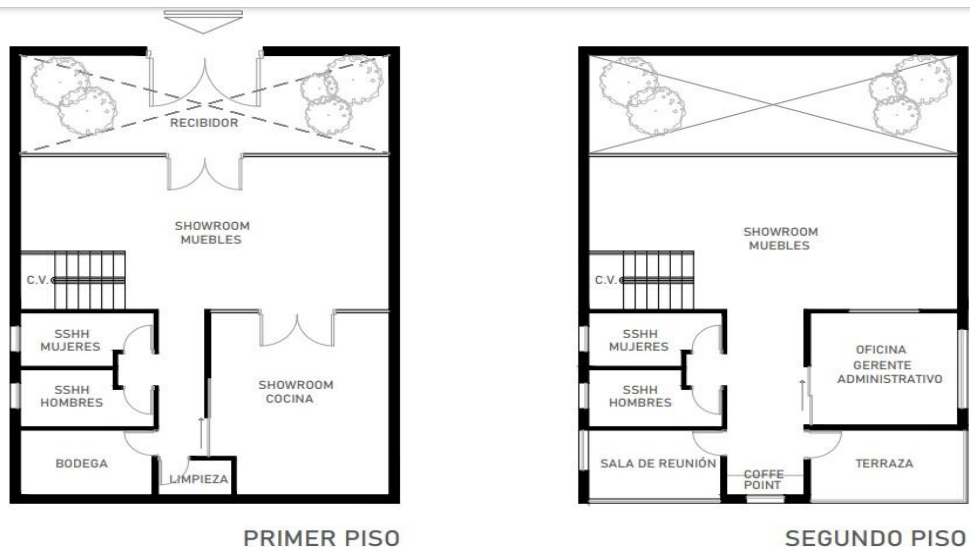
El área de producción se va a encontrar en la provincia de pichincha parroquia de Calderón por el motivo de terreno y área necesitaba para el funcionamiento del área productiva, mismo que se dispone de un terreno de 1000 m<sup>2</sup>, y en cuanto al sitio de comercialización va a estar ubicado en la parroquia de Cotocollao, una casa con 140 m<sup>2</sup> de construcción, la cual se considera un lugar analizado de manera estratégica para poder implementar un showroom más amplio mismo que traslade al ambiente en donde se vaya a colocar el tipo de muebles que se deba fabricar, ya sea: baño, cocina, dormitorios o sala de estar y sin dejar de lado que se mantiene afluencia de personas y estar cerca de emprendimientos de carpintería sin un amplio catálogo de productos a ofrecer.

**Figura 15. Distribución de las Instalaciones**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

**Figura 16. Distribución de las Instalaciones (Segundo piso)**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

**Tabla 26.** Especificaciones técnicas de la Maquinaria a utilizar




<b>DETALLE</b>	<b>EQUIPO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS</b>	<b>COSTO</b>
<b>Sierra de cinta</b>		Marca Weg	\$400
<b>Sierra de Banco</b>		Marca Stanley	\$100
<b>Tupí</b>		Marca BP	\$45
<b>Caladora</b>		Marca DeWalt	\$25
<b>Lijadora</b>		Marca BP	\$37
<b>Compresor</b>		Marca Anjib	\$100



<p><b>Pistola de Lacado</b></p>		<p>Marca Porten</p>	<p>\$35</p>
<p><b>Martillo</b></p>		<p>Marca Stanley</p>	<p>\$5</p>
<p><b>Desarmador 6 en 1</b></p>		<p>Universal</p>	<p>\$10</p>
<p><b>Cepillo de mano</b></p>		<p>Marca DeWalt</p>	<p>\$60</p>
<p><b>Taladro</b></p>		<p>Marca DeWalt</p>	<p>\$45</p>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Autora

**Tabla 27. Artefactos Tecnológicos a utilizar**

DETALLE	EQUIPO	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	COSTO
Impresora		Marca Epson	\$150
Calculadora eléctrica		Marca Global	\$20
Computadora		Laptop Ryzen 3 marca HP	\$290

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

**Tabla 28. Actividades del personal Operativo**

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas hombre
Recolección y selección de los residuos de madera	60 minutos	1	1 hora
Tratado y curado de los residuos	120 minutos	1	2 horas
Armado y secado de la estructura del mueble	180 minutos	2	3 horas
Lijado de estructura	120 minutos	2	2 horas
Tiempo de secado	60 minutos		1 hora
Lacado	60 minutos	1	1 hora
Secado post lacado	60 minutos		1 hora

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Autora

## **Tecnología a aplicar**

Implementar un horno de secado, mismo que va a mejorar la calidad de la madera y de igual forma va a acortar los diferentes tiempos de secado posterior a cada proceso de fabricación del mueble.

## **Factores que afectan las operaciones**

El factor principal que afecta a la operación de mi emprendimiento es el clima, ya que al ser un producto elaborado 100% artesanalmente, en el caso de las lluvias o días fríos alteraría mi proceso de producción y tiempo de entrega del producto final al cliente.

### **2.3 Capacidad de Producción**

#### **Capacidad de Producción Futura.**

*Tabla 29. Capacidad de Producción Futura*

<b>AÑO</b>	<b>DIARIA</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>2023</b>	4	20	80
<b>2024</b>	14	68	112
<b>2025</b>	16	116	144
<b>2026</b>	18	164	336
<b>2027</b>	21	212	368

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

Dentro de la tabla 33 se ha determinado que la producción mensual al primer año será de 80 muebles de 2 m, mientras que al quinto año será de 368 unidades por la implementación de maquinaria y personal que se hará a ese entonces, mismo aplicativo que mejorará la producción en un 2%.

## 2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

### Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

*Tabla 30. Materias Primas y Grado de Sustitución*

PRODUCTO	DETALLE	PRODUCTO SUSTITUCIÓN	GRADO DE SUSTITUCIÓN	PROVEEDORES
Madera			Bajo	Aserradero G&G
Reciclada				Encomercado Jucal
Herrajes			Bajo	Padilla Xims Herrajes
Cola Blanca	Materia prima necesaria para la fabricación del mueble	Cemento de Contacto	Medio	Padilla Xims Herrajes
Lijas			Bajo	Padilla Pintulac
Macilla			Bajo	Padilla Pintulac
Tinte			Bajo	Padilla Pintulac
Laca			Bajo	Padilla Pintulac

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## 2.5 Calidad

### Método de Control de Calidad.

Para asegurar la calidad de los Servicios en "WOODSOUL" se realizarán checklist de cumplimientos de procesos, esto puede ayudar a identificar áreas de mejora y brindar retroalimentación sobre la calidad del servicio.

*Tabla 31. Checklist Cumplimiento de Procesos*

REQUISITOS	CUMPLE		OBSERVACIONES
	SI	NO	
<b>CARPINTERÍA</b>			
¿Se logró seleccionar la cantidad adecuada de madera reciclada para el tipo de mueble?			
¿Hubo un retraso en el proceso de selección de la madera reciclada?			
¿El tratado de la madera reciclada fue cumplido en su totalidad?			
¿Hubo un retraso en el tratado de la madera reciclada?			
¿El armado de la estructura se cumplió respecto a los parámetros ya conformados, o a su vez hubo un arreglo por conveniencia?			
¿El lijado y secado fue cumplido bajo la normativa?			
<b>LACADO</b>			
¿El mueble fue lacado en el tiempo de normalidad?			
¿El mueble pudo secarse normalmente?			
¿Hubo algún desperfecto en el producto final?			

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## 2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

La empresa se va a constituir por una sociedad de acciones simplificadas, dentro de este tipo de sociedad la compañía puede constituirse por una o varias personas ya sean naturales o jurídicas por medio de un trámite simple y sin costo, se debe tener en cuenta que este tipo de compañías se constituyen frente a la superintendencia de compañías, valores y seguros no ante el registro mercantil como otro tipo de empresas, dentro de la cual no se tiene un capital mínimo como requerimiento y puede dedicarse a cualquier tipo de actividad mercantil a excepción de algún tipo de actividad regulada por la legislación específica ya sea: seguro, mercados de valores, medicina prepagada, etc.

**Pasos:**

- Reserva de nombre en la superintendencia de compañías, valores y seguros.
- Posterior a la reserva el usuario puede optar por tres opciones diferentes para la constitución de la SAS.
- Constituir la de manera electrónica.
- Constituir la de manera semi electrónica.
- Constituir la de manera física.

En este caso se va a optar por la constitución de la empresa de manera electrónica.

**Obligaciones de los Empleadores, Trabajadores y Seguridad Estructural.****Art. 11.- Obligaciones de los empleadores:**

Son obligaciones generales de los personeros de las entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes:

1. Cumplir las disposiciones de este Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
2. Adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
3. Mantener en buen estado de servicio las instalaciones, máquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.
4. Entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
5. Especificar en el Reglamento Interno de Seguridad e Higiene, las facultades y deberes del personal directivo, técnicos y mandos medios, en orden a la prevención de los riesgos de trabajo.
10. Dar formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.
11. Adoptar las medidas necesarias para el cumplimiento de las recomendaciones dadas por el Comité de Seguridad e Higiene, Servicios Médicos o Servicios de Seguridad.
12. Facilitar durante las horas de trabajo la realización de inspecciones, en esta materia, tanto a cargo de las autoridades administrativas como de los órganos internos de la empresa.

13. Dar aviso inmediato a las autoridades de trabajo y al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, de los accidentes y enfermedades profesionales ocurridos en sus centros de trabajo y entregar una copia al Comité de Seguridad e Higiene Industrial.
14. Comunicar al Comité de Seguridad e Higiene, todos los informes que reciban respecto a la prevención de riesgos.

#### **Art. 13.- Obligaciones de los Trabajadores.**

1. Participar en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
2. Asistir a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector público.
3. Usar correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuidar de su conservación.
4. Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adoptase las medidas pertinentes, comunicar a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.
5. Cuidar de su higiene personal, para prevenir al contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos periódicos programados por la empresa.
6. No introducir bebidas alcohólicas ni otras sustancias tóxicas a los centros de trabajo, ni presentarse o permanecer en los mismos en estado de embriaguez o bajo los efectos de dichas sustancias.
7. Colaborar en la investigación de los accidentes que hayan presenciado o de los que tengan conocimiento.

#### **Art. 21.- Seguridad Estructural.**

1. Todos los edificios, tanto permanentes como provisionales, serán de construcción sólida, para evitar riesgos de desplome y los derivados de los agentes atmosféricos.
2. Los cimientos, pisos y demás elementos de los edificios ofrecerán resistencia suficiente para sostener con seguridad las cargas a que serán sometidos.

## **CAPITULO III**

### **Organización y Gestión**

#### **3.1 Objetivo del capítulo**

Determinar la estructura organizacional de la empresa de elaboración y comercialización de muebles hechos a base de madera, especificando los niveles jerárquicos mismos que van a permitir el control de la gestión por medio de diferentes indicadores para la medición del cumplimiento de cada uno de los objetivos.

#### **3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **Visión de la Empresa**

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por la excelencia reflejada en nuestros servicios y productos y por la puntualidad al momento de entregarlos a nuestros clientes.

##### **Misión de la Empresa**

Ser una empresa líder en la fabricación y comercialización de todo tipo de muebles elaborados con: Madera Reciclada.

##### **Objetivos y estrategias**

###### **OBJETIVOS GENERALES**

- Integrar a nuestro equipo a personal capacitado y comprometido con las actividades que se le asignen para brindar calidad al cliente.
- Posicionarnos en el mercado como una empresa líder en productos hechos a base de madera reciclada.
- Brindar precios competitivos en el mercado manteniendo la calidad en nuestros productos.

###### **OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- Aplicar materiales de calidad todos y cada uno de nuestros productos para demostrar el resultado de calidad hacia el cliente.



- Implementar un programa de seguimiento al cliente posterior a la venta de nuestros productos.
- Asesorar al cliente con las mejores opciones en base a la petición y necesidad de este.
- Implementar la maquinaria necesaria para la fabricación de nuestros productos.

### **OBJETIVOS CORPORATIVOS**

- Ser una empresa reconocida nacionalmente por la excelencia que es reflejada en nuestros servicios y productos, así como también por la puntualidad al momento de entregarlos.

### **ESTRATEGIAS DE MARKETING APLICADAS**

- Anuncios de Facebook. Prepagados.
- Anuncios en Market Place.
- Anuncios en Mercado Libre y OLX.

**Tabla 32. Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Atención oportuna al cliente.	Personal sin capacidad para el tipo de materia prima.
Misma calidad y durabilidad que la madera en sus inicios.	Dificultad para adquirir la materia prima.
Precios más bajos.	Posicionar el producto en el mercado.
Producto hecho a base de una materia prima innovadora.	Falta de proveedores.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Clientes que apoyan al cuidado del medio ambiente.	Productos sustitutos.
Nuevas normativas para el cuidado de bosques y especies de fauna endémicas.	Preferencia por madera sin haber sido procesada anteriormente.
Posicionamiento del mercado constructor.	Falta de conocimiento sobre la importancia de reutilizar la madera.
Aumento de obras de construcción.	Competidores con precios más bajos en productos sustitutos.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 33. Matriz EFE**

<b>Matriz EFE</b>			
<b>Factores críticos de éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación</b>
<b>Oportunidades</b>			
Clientes que apoyan al cuidado del medio ambiente.	0,10	3	0,30
Nuevas normativas para el cuidado de bosques y especies de fauna endémicas.	0,15	4	0,60
Posicionamiento del mercado constructor. Aumento de obras de construcción.	0,20	3	0,60
<b>Amenazas</b>			
Productos sustitutos.	0,15	2	0,30
Preferencia por madera sin haber sido procesada anteriormente.	0,15	1	0,15
Falta de conocimiento sobre la importancia de reutilizar la madera.	0,13	2	0,26
Competidores con precios más bajos en productos sustitutos.	0,12	1	0,12
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,33</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 34. Matriz EFI**

<b>Matriz EFI</b>			
<b>Factores críticos de éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación</b>
<b>Fortalezas</b>			
Atención oportuna al cliente.	0,10	4	0,40
Misma calidad y durabilidad que la madera en sus inicios.	0,10	4	0,40
Precios más bajos.	0,20	3	0,60
Producto hecho a base de una materia prima innovadora.	0,15	4	0,60
<b>Debilidades</b>			
Personal sin capacidad para el tipo de materia prima.	0,20	2	0,40
Dificultad para adquirir la materia prima	0,10	1	0,10
Posicionar el producto en el mercado.	0,10	2	0,20
Falta de proveedores.	0,05	1	0,05
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>2,75</b>

**Fuente:** Investigación propia

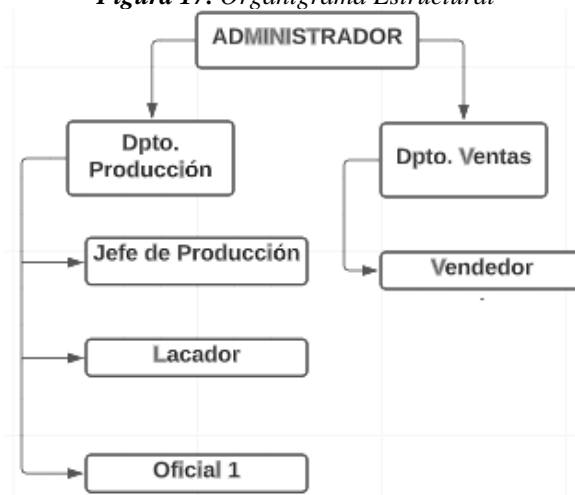
**Elaborado por:** Autora

### 3.3 Organización Funcional de la Empresa

#### Organización Interna

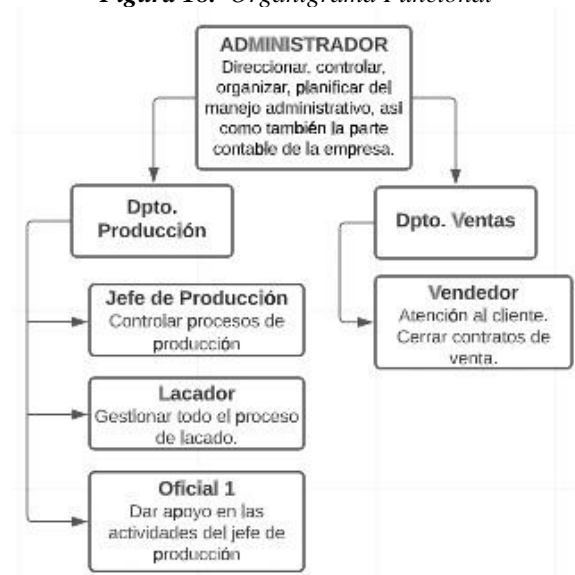
La estructura organizacional dentro de WoodSoul es muy importante, ya que por medio de esta se establecen cargos y funciones, manteniendo una jerarquía específica y control para la inspección de actividades, logrando el cumplimiento de metas y de los objetivos que han sido planeados con anterioridad.

*Figura 17. Organigrama Estructural*



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Autora

*Figura 18. Organigrama Funcional*



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Autora

### 3.4 Descripción de puestos.

Por medio de la descripción de los puestos podremos detallar el cargo y función para cada uno de los colaboradores de WoodSoul.

*Tabla 35. Descripción de puesto Administrador*

---

#### **I INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto	Administrador
Jefe inmediato superior	Ninguno
Supervisa a	Producción y Áreas Administrativas

---

#### **II OBJETIVO DEL PUESTO:**

---

Cumplimiento de los objetivos empresariales, planificación de estrategias para mejorar los procesos y obtener mejores resultados.

---

#### **III FUNCIONES**

- 
- Planificar las actividades empresariales.
  - Organización de trabajos.
  - Dirigir los procesos administrativos.
  - Gestionar actividades que apoyen al desarrollo y crecimiento empresarial.
- 

#### **IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional	Lic. en administración de Empresas
Experiencia	Mínimo 1 o 2 años en cargos similares
Habilidades	Trabajo en equipo, cumplimiento y organización de tareas.
Formación	Conocimiento en el área administrativa.

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 36. Descripción de puesto de jefe de Producción**

---

**I INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto	Jefe de Producción
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Procesos de producción y lacado.

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:**

---

Cumplimiento de los procesos de producción y lacado, verificación de tiempos y presión sobre trabajos.

---

**III FUNCIONES**

- 
- Distribución de trabajo.
  - Verificación de inventario.
  - Verificación de materiales.
  - Elaboración del producto en crudo.
- 

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional	No aplica.
Experiencia	Carpintería de 2 a 3 años.
Habilidades	Responsabilidad, trabajo bajo presión, optimismo.
Formación	Cursos de carpintería.

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 37. Descripción de puesto del Lacador**

---

**I INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto	Lacador.
Jefe inmediato superior	Jefe de Producción
Supervisa a	Procesos de lacado.

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:**

---

Cumplir con los procesos de lacado desde el momento que se reciben los productos en crudo.

---

**III FUNCIONES**

- 
- Tratar la madera con el sellador adecuado.
  - Lijar la estructura.
  - Dar tinte a la estructura.
  - Verificación del terminado.
- 

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional	No aplica.
Experiencia	Carpintería Lacador de 2 a 3 años.
Habilidades	Responsabilidad, trabajo bajo presión, optimismo.
Formación	Cursos de Lacado.

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 38. Descripción de puesto Oficial 1**

---

**I INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto	Oficial 1.
Jefe inmediato superior	Jefe de Producción
Supervisa a	No aplica.

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:**

---

Apoyo en los procesos de fabricación del producto.

---

**III FUNCIONES**

- 
- Selección del material.
  - Apoyo en tratado de la madera.
  - Apoyo en armado del mueble.
- 

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional	No aplica.
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares.
Habilidades	Trabajo en equipo, cumplimiento y organización de tareas.
Formación	Conocimiento de carpintería

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

**Tabla 39. Descripción del puesto Vendedor**

---

**I INFORMACIÓN BÁSICA:**

---

Puesto	Vendedor.
Jefe inmediato superior	Administrador.
Supervisa a	No aplica.

---

**II OBJETIVO DEL PUESTO:**

---

Gestionar los procesos de ventas.

---

**III FUNCIONES**

---

- Atención al cliente.
- Asesorar al cliente.
- Seleccionar clientes potenciales.
- Cerrar contratos de ventas.

---

**IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:**

---

Título profesional	No aplica.
Experiencia	1 a 2 años en cargos similares.
Habilidades	Atención al cliente, Optimismo, Buena actitud
Formación	Cursos de atención a los clientes

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora



### 3.5 Control de Gestión

#### Indicadores de gestión

Los indicadores se enlistarán con respecto a las necesidades de cargos y funciones que se han detallado con anterioridad para WoodSoul.

***Tabla 40. Indicadores de Gestión***

<b>ÁREAS</b>	<b>INDICADORES</b>
	Contratación
	Proveedores
Administrativa	Evaluación
	Costos
	Calidad
	Inspección
Producción	Inspección
	Calidad de servicio
Ventas	Cliente
	Cartera

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

### Necesidades De Personal

Teniendo en cuenta que es una empresa que se va a constituir desde cero, con un capital limitado debemos plantear el personal justo y necesario bajo las necesidades principales, se optará por la contratación de: un Administrador, un jefe de Producción, un Lacador, dos oficiales y un vendedor.

Las especificaciones del personal se han detallado con respecto a las necesidades dentro de los primeros dos años de funcionamiento, posterior a ello se procederá a la contratación de más personal para el área de producción tanto para carpintería y lacado, así como también para el área de ventas.

**Tabla 41. Necesidades de Personal**

<b>NECESIDADES DE PERSONAL</b>				
<b>AÑO</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN O CARPINTERO</b>	<b>LACADOR</b>	<b>OFICIALES</b>
<b>1</b>	1	1	1	1
<b>2</b>	1	1	1	1
<b>3</b>	1	1	1	2
<b>4</b>	1	2	2	2
<b>5</b>	1	2	2	3

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

## **CAPÍTULO IV**

### **Jurídico Legal**

#### **4.1 Objetivos del capítulo**

Reconocer cuáles son los requisitos jurídicos legales para el funcionamiento de WoodSoul en el mercado, cumpliendo con todos los permisos y documentos legales que sean forzosos para el inicio de las actividades en el entorno comercial.

#### **4.2 Determinación de la forma jurídica**

“WoodSoul S.A.S.” es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles y modulares hechos a base de madera reciclada, es una sociedad de tipo mercantil como persona natural o jurídica de tipo S.A.S (Sociedad Acciones Simplificada) conformada por un socio, la cual se ubicará en la ciudad de Quito. Cabe recalcar que este tipo de compañías puede estar conformada por una o varias personas jurídicas o naturales, este tipo de conformaciones de compañías en su formación no tiene algún costo.

Según S.A.S Ecuador (2022) menciona que para constituir una Sociedad de Acciones Simplificadas se debe tener los siguientes requisitos:

- Reserva de dominación
- Acto o contrato constitutivos
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema: Tipo de solicitante, nombre completo, número de identificación, correo, teléfono, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia de cedula o pasaporte

Después de haber cumplido los requisitos mencionados debes hacer lo siguiente para constituir una S.A.S en tres pasos:

1. Crear reserva de dominación
  - a) Ingresar al portal [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
  - b) Ingrese al portal de tramites – Sector societario
  - c) Ingrese usuario y clave, escoja la opción “Reserva de dominación”

- d) Ingrese a la opción constitución
- e) Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.AS
- f) Terminado el proceso genere/imprima su reserva

2. Descarga formato de documentos: Contrato, nombramiento, formularios de registro

- a) Ingrese al portal [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
- b) Ingrese a “Guías del usuario y descargue los formatos y documentos requeridos
- c) Llene la información solicitada en los documentos descargados
- d) En caso de constitución electrónica, llene los datos solicitados en el sistema para la generación de la constitución y el nombramiento, se deberá firmar, aceptar y enviar la información.

3. En caso de optar por la constitución tradicional, envíe sus documentos con firma manuscrita al Centro de Atención al usuario CAU, si fueron suscritos con firma electrónica, envíe al correo de la oficina correspondiente, junto con los documentos habilitantes.

- a) Solicitud de constitución
- b) Un archivo Contrato privado / Escritura + Reserva firmado electrónicamente
- c) Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente
- d) Un archivo PDF que contenga las copias de los documentos de identificación de accionista y representante.

Para obtener la firma electrónica podemos acceder a: [www.icert.fje.gob.ec/](http://www.icert.fje.gob.ec/)

Para obtener un usuario y contraseña en Supercias podemos acceder a:

- a) Ingrese al portal [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)
- b) Seleccionar la opción SEGUROS
- c) Dentro del menú de opciones, a la izquierda de la pantalla, seleccionar la opción “actualización de datos”
- d) Ingrese el nombre de usuario otorgado por el anterior ente de control o, en su defecto, genere un código y clave temporal

- e) Ingrese la información en el formulario de actualización y registrar delegaciones para el envío de estructuras de información
- f) Enviar el formulario a través del portal web
- g) Ingresar al hipervínculo enviado al correo registrado de la compañía, generar los documentos e imprimirlos
- h) Entregar los documentos en las ventanillas del centro de atención al usuario de la superintendencia de compañías, valores y seguros
- i) Si se aprueba la solicitud, el sistema enviara una notificación al correo del representante legal y de los delegados con un enlace para completar el proceso de actualización y una clave temporal, para que procedan con el cambio de la clave de acceso.
- j) Si se observa la solicitud, el sistema notificara sobre el resultado. Ingresar nuevamente a la opción de actualización y modificara la información. Deberá repetir los pasos desde el punto 6. en forma

### **4.3 Registros de marcas**

Al momento de registrar y patentar a la empresa Suplenat F.V se debe tener unos requisitos y seguir una serie de pasos las cuales nos brindaran protección de la propiedad intelectual, este proceso de registro tiene un costo de \$208.00 y el mismo que tiene un tiempo de duración de 10 años y teniendo la oportunidad de renovarla de manera inmediata siempre y cuando se lo haga entre los 6 meses antes y 6 meses después de la fecha de vencimiento.

Para registrar la marca en el SENADI debemos seguir los siguientes pasos:

- a) Ingresar a la página [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
- b) Seleccionar el botón de SENADI en línea de la página principal
- c) Si ya cuenta con casillero registrado en SENADI, ingresar la opción; iniciar sesión en mi casillero virtual

Si es que no cuenta con una cuenta en SENADI debe seguir los siguientes pasos para crear una cuenta:

- a) Crear cuenta en mi casillero virtual

- b) Llenar la solicitud del casillero virtual con los datos requeridos
- c) Se recibirá un mensaje a través de un correo electrónico con el que se registró en donde le indicaran el usuario y la contraseña con la cual deberá registrarse en [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
- d) Ir a la opción de servicios en línea
- e) Ingresar en la opción de iniciar sesión en mi casillero virtual
- f) Introducir el usuario y la contraseña que se envió al correo electrónico con anterioridad

## CAPITULO V

### Evaluación Financiera

#### 5.1 Objetivos del capítulo

Elaborar el plan de inversión inicial, el costo y gasto que se llevará a cabo a raíz de la comercialización de muebles hechos a base de madera reciclada, mismo plan que facultará la probabilidad económica que se dará a cabo por el Proyecto propuesto, de esta manera se podrá tomar una decisión factible o no por los resultados obtenidos.

#### 5.2 Plan de inversiones

El plan de inversión es la fase en la cual un proyecto lleva a efecto sus acciones, esto quiere decir que dentro de este se puntualiza las inversiones y los costos que se van a dar a cabo en cada etapa del proyecto.

Para determinar el plan de inversión de WOODSOUL S.A.S se ha tomado en cuenta las inversiones principales y necesarias también los costos necesarios para poder iniciar las actividades de la empresa detallados en la Tabla 47, a continuación:

*Tabla 42. Plan de Inversión*

PLAN INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 168.239,50</b>
<b>Edificio</b>			<b>\$ 65.000,00</b>
Edificio	1,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
<b>Terreno</b>			<b>\$ 100.000,00</b>
Terreno	1,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Vehículo	1,00	\$ 1.460,00	\$ 1.460,00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 230,00</b>
Escritorio	2,00	\$ 25,00	\$ 50,00
Cajoneras	2,00	\$ 20,00	\$ 40,00
Silla Oficina	2,00	\$ 25,00	\$ 50,00
Modular Muestrario	1,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Casilleros	1,00	\$ 50,00	\$ 50,00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 830,00</b>
Laptop	2,00	\$ 290,00	\$ 580,00

Impresora	1,00	\$	150,00	\$	150,00
Teléfono celular	1,00	\$	100,00	\$	100,00
<b>Maquinaria y Equipos</b>				<b>\$</b>	<b>621,00</b>
Sierra de Cinta	1,00	\$	250,00	\$	250,00
Sierra de Banco	1,00	\$	70,00	\$	70,00
Tupí	1,00	\$	40,00	\$	40,00
Caladora	1,00	\$	25,00	\$	25,00
Lijadora	1,00	\$	27,00	\$	27,00
Compresor	1,00	\$	100,00	\$	100,00
Pistola de Lacado	1,00	\$	25,00	\$	25,00
Martillo	1,00	\$	3,00	\$	3,00
Desarmador 6 en 1	1,00	\$	6,00	\$	6,00
Cepillo de Mano	1,00	\$	40,00	\$	40,00
Taladro	1,00	\$	35,00	\$	35,00
<b>Suministros de oficina</b>				<b>\$</b>	<b>98,50</b>
Archivador	1,00	\$	25,00	\$	25,00
Carpetas de anillos	6,00	\$	3,00	\$	18,00
Kit de esferográficos	3,00	\$	1,00	\$	3,00
Resmas papel bond A4	5,00	\$	3,50	\$	17,50
Kit recarga tintas de impresión	1,00	\$	35,00	\$	35,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>				<b>\$</b>	<b>322,70</b>
<b>Gastos de Constitución</b>				<b>\$</b>	<b>322,70</b>
Registro de marca	1,00	\$	208,00	\$	208,00
Patente Municipal	1,00	\$	14,70	\$	14,70
Constitución SAS	1,00	\$	100,00	\$	100,00
<b>TOTAL, PLAN DE INVERSION</b>				<b>\$</b>	<b>168.562,20</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)</b>				<b>\$</b>	<b>26.210,03</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$</b>	<b>194.772,23</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Autora

La inversión inicial de la empresa será un valor de **\$194.772,23**, en los cuales se ha tomado en cuenta los valores que se van a tener dentro del sitio de producción, local comercial, permisos de funcionamiento, maquinarias y equipos.



**Tabla 43. Capital de Trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		<b>\$ 11.286,90</b>
Materia Prima directa	\$ 3.142,00	\$ 9.426,00
Mano de Obra Directa (Operario)	\$ 620,30	\$ 1.860,90
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>\$ 4.809,00</b>
Materia Prima Indirecta	\$ 1.528,00	\$ 4.584,00
Servicios Básicos	\$ 75,00	\$ 225,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 9.789,13</b>
Sueldos y Salarios	\$ 3.263,04	\$ 9.789,13
<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$ 325,00</b>
Publicidad	\$ 325,00	\$ 325,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.953,34</b>	<b>\$ 26.210,03</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autora

Como se puede observar en la Tabla 48 se ha determinado que el capital de trabajo debe ser de \$26,210.03 para el primer trimestre del funcionamiento de la empresa, de manera más específica como capital de trabajo mensual se necesita un total de **\$8.953.34**, dentro de este valor total los costos directos, indirectos, gastos administrativos y gastos de venta.

### 5.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### Mano de Obra

Dentro de la siguiente tabla se especifica la mano de obra que se necesita para que se cumplan las funciones en “WOODSOUL S.A.S”, dentro de esta se detalla: un gerente administrador, un jefe de producción que cumplirá el rol de carpintero, un Lacador, un oficial quien sea el ayudante del carpintero y Lacador, y un vendedor.

**Tabla 44. Rol de Pagos trabajadores**

No	Cargo	Días	Sueldo Base	XIII	XIV	Aporte patronal	IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente- Administrador	20	\$550,00	\$ 45,83	\$ 37,50	\$ 51,98	\$ 62,98	\$ 1,25	\$ 749,53
2	Jefe Producción/ Carpintero	20	\$475,00	\$ 39,58	\$ 37,50	\$ 44,89	\$ 54,39	\$ 1,25	\$ 652,61
3	Lacador	20	\$450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 42,53	\$ 51,53	\$ 1,25	\$ 620,30
4	Oficial 1	20	\$450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 42,53	\$ 51,53	\$ 1,25	\$ 620,30
5	Vendedor	20	\$450,00	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 42,53	\$ 51,53	\$ 1,25	\$ 620,30
<b>TOTAL</b>									<b>\$ 3.263,04</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Según Egoavil La Rosa (2019), la depreciación hace referencia a la disminución del valor que un bien enfrenta a lo largo de su vida útil, este cálculo se lo realiza sobre los activos fijos que mantiene una empresa, el cálculo se lo realiza sobre el valor inicial del activo fijo multiplicado por el porcentaje de depreciación que le es otorgado.

En la tabla 49 se ha obtenido como resultado de la sumatoria de salarios que el valor mensual a asumir por parte de “WOODSOUL S.A.S” será de **\$3.263,04**, valor que hace referencia al sueldo del carpintero, Lacador, oficial, vendedor y gerente administrativo.

## Depreciación

**Tabla 45. Depreciación**

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Enseres	10	10%	\$ 23,00
Maquinarias, equipos	10	10%	\$ 62,10
Edificio	20	5%	\$ 276,64
Equipos de Computación	3	33%	\$ 3.250,00
Vehículo	5	20%	\$ 292,00
			<b>\$ 3.903,74</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

En la tabla 50 se determina el valor anual de depreciación, obteniendo como resultado **\$3.903,74**, mismos que se han obtenido multiplicando el valor del detalle por el porcentaje de depreciación anual de cada uno.

## Proyección de la depreciación

La proyección de la depreciación a 5 años de los activos fijos de “WOODSOUL”, da como resultado un valor de **\$810.44**, que se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 46. Proyección de la depreciación a 5 años**

DESCRIPCIÓN	DEP. AÑO 1°	DEP. AÑO 2°	DEP. AÑO 3°	DEP. AÑO 4°	DEP. AÑO 5°
Muebles y Enseres	\$23,00	\$23,00	\$23,00	\$23,00	\$23,00
Maquinarias, equipo	\$62,10	\$62,10	\$62,10	\$62,10	\$62,10
Equipos de Computación	\$276,64	\$276,64	\$276,64		
Edificio	\$3.250,00	\$3.250,00	\$3.250,00	\$3.250,00	\$3.250,00

Vehículo	\$292,00	\$292,00	\$292,00	\$292,00	\$292,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.903,74</b>	<b>\$3.903,74</b>	<b>\$3.903,74</b>	<b>\$3.627,10</b>	<b>\$3.627,10</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

La proyección de la depreciación de los activos fijos de la empresa WOODSOUL S.A.S., la cual se especifica que en los tres primeros años se mantiene un valor de \$3.903,74 y en los dos años siguientes, es decir, al quinto año tendrá un valor total de \$3.627,10, esto es especificado por los años de depreciación que tiene cada bien de la empresa.

### Detalle de Costos

*Tabla 47. Detalle de Costos*

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>MATERIA PRIMA</b>					
Madera Reciclada	m2	144	\$ 16,00	\$ 2.304,00	\$ 27.648,00
Cola Blanca	Litros	40	\$ 2,80	\$ 112,00	\$ 1.344,00
Lija	Metros	40	\$ 4,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Macilla	Litros	16	\$ 5,50	\$ 88,00	\$ 1.056,00
Tinte	Litros	40	\$ 6,70	\$ 268,00	\$ 3.216,00
Laca	Litros	40	\$ 5,25	\$ 210,00	\$ 2.520,00
			<b>\$ 40,25</b>	<b>\$ 3.142,00</b>	<b>\$ 7.704,00</b>
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>					
Bisagras Rectas	Estándar	320	\$ 0,75	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Jaladeras	Estándar	160	\$ 0,45	\$ 72,00	\$ 864,00
Tornillos	Estándar	4000	\$ 0,01	\$ 40,00	\$ 480,00
Safetti	Estándar	640	\$ 0,02	\$ 12,80	\$ 153,60
Papel Strech	Metros	320	\$ 3,52	\$ 1.126,40	\$ 13.516,80
Espanja	Metros	16	\$ 2,30	\$ 36,80	\$ 441,60
			<b>\$ 7,05</b>	<b>\$ 1.528,00</b>	<b>\$ 18.336,00</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Jefe de Producción	Unidad	1	\$ 652,61	\$ 652,61	\$ 7.831,30
Lacador	Unidad	1	\$ 620,30	\$ 620,30	\$ 7.443,60
Oficial	Unidad	1	\$ 620,30	\$ 620,30	\$ 7.443,60
			<b>\$ 1.893,21</b>	<b>\$ 1.893,21</b>	<b>\$ 22.718,50</b>
<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
Energía Eléctrica	Kw/h	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua potable	Mt3	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
			<b>\$ 75,00</b>	<b>\$ 75,00</b>	<b>\$ 900,00</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>			<b>\$ 2.015,51</b>	<b>\$ 6.638,21</b>	<b>\$ 79.658,50</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

De tal manera se ha calculado que como costos totales anuales se obtiene un valor de \$79.658,50, resultado obtenido por la suma de los costos totales de materia prima, materia indirecta, mano de obra directa, servicios básicos

### Proyección de Costos

La proyección de los costos se plantea para los próximos cinco años, este es calculado por medio del promedio de la tasa de inflación en los últimos cinco años, mismos datos que sean proporcionados por parte del Banco Mundial y del Banco Central del Ecuador, obteniendo un valor del 0,68% de inflación.

A continuación, se procede a calcular la proyección de costos para los próximos cinco años:

*Tabla 48. Proyección de Costos*

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 3.142,00</b>	<b>\$37.704,00</b>	<b>\$38.083,60</b>	<b>\$ 38.467,03</b>	<b>\$ 38.854,32</b>	<b>\$ 39.245,50</b>
Madera Reciclada	\$ 2.304,00	\$27.648,00	\$27.926,36	\$ 28.207,52	\$ 28.491,52	\$ 28.778,37
Cola Blanca	\$ 112,00	\$ 1.344,00	\$ 1.357,53	\$ 1.371,20	\$ 1.385,00	\$ 1.398,95
Lija	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.939,33	\$ 1.958,86	\$ 1.978,58	\$ 1.998,50
Macilla	\$ 88,00	\$ 1.056,00	\$ 1.066,63	\$ 1.077,37	\$ 1.088,22	\$ 1.099,17
Tinte	\$ 268,00	\$ 3.216,00	\$ 3.248,38	\$ 3.281,08	\$ 3.314,12	\$ 3.347,48
Laca	\$ 210,00	\$ 2.520,00	\$ 2.545,37	\$ 2.571,00	\$ 2.596,88	\$ 2.623,03
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>\$ 1.528,00</b>	<b>\$18.336,00</b>	<b>\$18.520,61</b>	<b>\$18.707,07</b>	<b>\$ 18.895,42</b>	<b>\$ 19.085,65</b>
Bisagras Rectas	\$ 240,00	\$ 2.880,00	\$ 2.909,00	\$ 2.938,28	\$ 2.967,87	\$ 2.997,75
Jaladeras	\$ 72,00	\$ 864,00	\$ 872,70	\$ 881,49	\$ 890,36	\$ 899,32
Tornillos	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 484,83	\$ 489,71	\$ 494,64	\$ 499,62
Safetti	\$ 12,80	\$ 153,60	\$ 155,15	\$ 156,71	\$ 158,29	\$ 159,88
Papel Strech	\$ 1.126,40	\$ 13.516,80	\$ 13.652,89	\$ 13.790,34	\$ 13.929,19	\$ 14.069,42
Esponja	\$ 36,80	\$ 441,60	\$ 446,05	\$ 450,54	\$ 455,07	\$ 459,65
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$ 1.893,21</b>	<b>\$ 22.718,50</b>	<b>\$ 22.797,35</b>	<b>\$ 23.026,87</b>	<b>\$ 23.258,70</b>	<b>\$ 23.492,87</b>
Jefe de Producción	\$ 652,61	\$ 7.831,30	\$ 7.910,15	\$ 7.989,78	\$ 8.070,23	\$ 8.11,48
Lacador	\$ 620,30	\$ 7.443,60	\$ 7.443,60	\$ 7.518,54	\$ 7.594,24	\$ 7.670,70
Oficial	\$ 620,30	\$ 7.443,60	\$ 7.443,60	\$ 7.518,54	\$ 7.594,24	\$ 7.670,70
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	<b>\$ 75,00</b>	<b>\$ 900,00</b>	<b>\$ 909,06</b>	<b>\$ 918,21</b>	<b>\$ 927,46</b>	<b>\$ 936,80</b>
Energía Eléctrica	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 606,0408	\$ 612,1424	\$ 618,3055	\$ 624,5306
Agua potable	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 303,0204	\$ 306,0712	\$ 309,1527	\$ 312,2653
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 6.638,21</b>	<b>\$ 79.658,50</b>	<b>\$80.310,62</b>	<b>\$ 81.119,18</b>	<b>\$ 81.935,89</b>	<b>\$ 82.760,82</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

Se puede observar que para el primer año se obtiene una proyección de costos total de \$79.658,50 mientras que para el quinto año se obtiene un total de \$82.760,82.

## Detalle de Gastos

Para la siguiente tabla se detallan los gastos administrativos y de venta:

*Tabla 49. Detalle de Gastos*

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>SERVICIOS BASICOS</b>		<b>\$ 114,00</b>	<b>\$ 1.368,00</b>
Energia Electrica	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua Potable	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 324,00
Telefono	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>SUELDOS Y PERSONAL</b>		<b>\$ 749,53</b>	<b>\$ 8.994,40</b>
Gerente	\$ 1,00	\$ 749,53	\$ 8.994,40
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 863,53</b>	<b>\$ 10.362,40</b>
Publicidad	\$ 1,00	\$ 325,00	\$ 3.900,00
Vendedor	\$ 1,00	\$ 620,30	\$ 7.443,60
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$945,30</b>	<b>\$11.343,60</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Dentro de los valores de gastos administrativos anualmente se obtiene un resultado de \$10.362,40.

## Proyección Gastos

Para la siguiente tabla de la misma forma como realizamos la proyección para los costos, se desarrolla la proyección de los gastos por cinco años para lo cual se toma la tasa de inflación del 0.68%:

*Tabla 50. Proyección de Gastos*

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO 1	VALOR AÑO 2	VALOR AÑO 3	VALOR AÑO 4	VALOR AÑO 5
<b>SERVICIOS BASICOS</b>						
Energia Electrica	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 604,08	\$ 608,19	\$ 612,32	\$ 616,49
Agua Potable	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 302,04	\$ 304,09	\$ 306,16	\$ 308,24
Internet	\$ 27,00	\$ 324,00	\$ 326,20	\$ 328,42	\$ 330,65	\$ 332,90
Telefono	\$ 12,00	\$ 144,00	\$ 144,98	\$ 145,97	\$ 146,96	\$ 147,96
<b>SUELDOS Y PERSONAL</b>						
Gerente	\$ 749,53	\$ 8.994,40	\$ 9.055,56	\$ 9.117,14	\$ 9.179,14	\$ 9.241,55
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 863,53</b>	<b>\$ 10.362,40</b>	<b>\$ 10.432,86</b>	<b>\$ 10.503,81</b>	<b>\$ 10.575,23</b>	<b>\$ 10.647,15</b>
Publicidad	\$ 325,00	\$ 3.900,00	\$ 3.926,52	\$ 3.953,22	\$ 3.980,10	\$ 4.007,17
Vendedor	\$ 620,30	\$ 7.443,60	\$ 7.494,22	\$ 7.545,18	\$ 7.596,48	\$ 7.648,14
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 945,30</b>	<b>\$ 11.343,60</b>	<b>\$ 11.420,74</b>	<b>\$ 11.498,40</b>	<b>\$ 11.576,59</b>	<b>\$ 11.655,31</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Dentro de los valores de gastos en venta se obtiene un resultado anual de \$11.343,60. Dentro de la proyección de gastos al primer año se obtiene como resultado un valor total de \$1.368 y al quinto año un total de \$1.423,93.

#### 5.4 Plan de Financiamiento

El plan de financiamiento es el plan para que una empresa pueda conocer y analizar los recursos que mantiene al momento como disponibilidad y aquellos que no se dispone de inmediato y que de alguna forma u otra se debe adquirir.

*Tabla 51. Plan de Financiamiento*

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	(%)	TOTAL (%)
Recursos propios	\$ 166.460,00	85%	85%
Efectivo	\$ 28.312,23	15%	15%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 194.772,23</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

Como se puede observar en la tabla 56 dentro de los recursos propios tiene un total de **\$166.460,00** en los cuales se ha tenido en cuenta el terreno, el edificio y el vehículo, mismos que se tienen en poder inmediato. De igual manera en cuanto al efectivo dio como resultado un total de **\$28.312,00** mismo que nos va a servir como el efectivo se necesita inicialmente como capital de trabajo y con un sobrante en caso de necesitarlo.

#### 5.5 Cálculo de Ingresos

La decisión de cubrir el mercado insatisfecho con los productos ofrecidos luego del estudio de mercado y una vez determinados los productos que va a ofrecer el negocio, establecerán el nivel de ingresos de este, para lo cual es necesario establecer el precio unitario del producto y las cantidades proyectadas para vender, de esta manera se pueden fijar valores para el año uno y utilizando un criterio de crecimiento en ventas, se podrán proyectar para los años siguientes. Este resumen deberá constar en el siguiente cuadro:

**Tabla 52. Determinación del Precio de Venta Unitario**

SERVICIOS	COSTO TOTAL MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	SERVICIOS MENSUALES	PRECIO DE VENTA UNITARIO
		\$	%			
MUEBLE COCINA	\$ 88,63	\$ 66,5	75%	\$ 8.864,00	80	\$ 155,1

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

En la tabla anterior se detallan los precios de venta y el costo unitarios se obtiene por la división entre el costo mensual y las unidades producidas al mes, de esta manera se obtiene un costo unitario de \$88.63 por cada 2 m lineales de muebles de madera reciclada. Como precio de venta unitario se obtiene como resultado \$155,10 por cada 2 m lineales de muebles hechos a base de madera reciclada, este valor se obtiene dividiendo el ingreso mensual y el producto elaborado teniendo como margen de utilidad el 75%.

### Proyección de Ingresos

Deducir el punto de equilibrio es fundamental dentro de cualquier institución ya que es por medio de este que podemos estatuir el nivel preciso de ventas para lograr alcanzar y encubrir los costos fijos y variables, a continuación, se calcula el punto de equilibrio para WOODSOUL:

**Tabla 53. Datos para el Punto de Equilibrio**

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO ANUAL	COSTO VARIABLE ANUAL	COSTO TOTAL
Costos	\$ 23.618,50	\$ 56.040,00	\$ 79.658,50
Gastos	\$ 11.343,60		\$ 43.520,17
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.962,10</b>	<b>\$ 56.040,00</b>	<b>\$ 123.178,67</b>
Ingresos Totales			\$ 208.449,92
Unidades de Producto			\$ 1.344,00
Precio de Venta Unitario			\$ 155,10
Costo variable			\$ 88,63
<b>Costo Variable Unitario</b>			<b>\$ 41,70</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

## 5.6 Punto de equilibrio

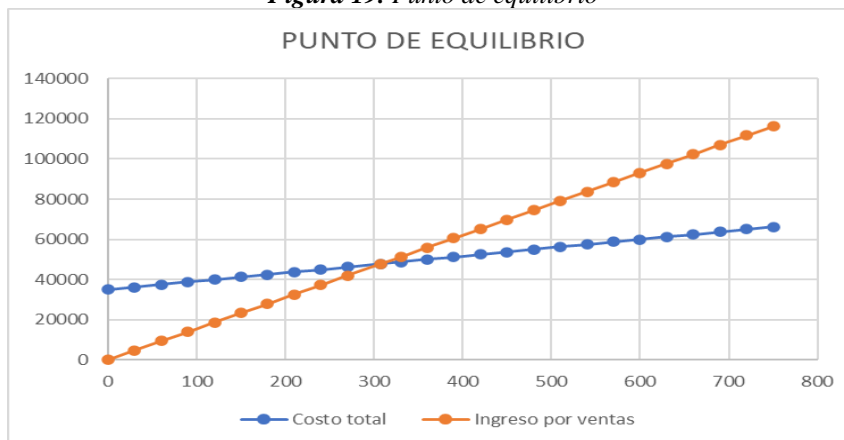
Tabla 54. Punto de Equilibrio

CANTIDAD	COSTO TOTAL	INGRESO POR VENTAS	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
0	34962	0	34962	0
30	36213	4653	34962	1251
60	37464	9306	34962	2502
90	38715	13959	34962	3753
120	39966	18612	34962	5004
150	41217	23265	34962	6254
180	42467	27917	34962	7505
210	43718	32570	34962	8756
240	44969	37223	34962	10007
270	46220	41876	34962	11258
308	47805	47770	34962	12843
330	48722	51182	34962	13760
360	49973	55835	34962	15011
390	51224	60488	34962	16262
420	52475	65141	34962	17513
450	53725	69794	34962	18763
480	54976	74446	34962	20014
510	56227	79099	34962	21265
540	57478	83752	34962	22516
570	58729	88405	34962	23767
600	59980	93058	34962	25018
630	61231	97711	34962	26269
660	62482	102364	34962	27520
690	63733	107017	34962	28771
720	64984	111670	34962	30021
750	66234	116323	34962	31272

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Figura 19. Punto de equilibrio



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora



Dentro de la tabla 60 se especifica que el punto de equilibrio se encuentra en la cantidad de 308, teniendo en cuenta que el valor del costo total es la suma entre el total del costo fijo más el precio variable unitario multiplicado por la cantidad de igual manera el ingreso por ventas se calcula la cantidad por el precio de venta unitario, el costo fijo es el total de los costos fijos y el costo variable, mismos valores que sean detallado en esta tabla.

## 5.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados proyectados puntualiza que los ingresos y egresos de una institución es el término de costos, teniendo en cuenta que la diferencia entre ingresos menos los costos deben ser positiva se deduce que la institución organización va a mantener utilidad y en el caso de obtener un resultado negativo la empresa únicamente va a tener como resultados pérdidas, a continuación, en la siguiente tabla se va a reflejar el estado de resultados para los cinco años entrantes.

*Tabla 55. Estado de Resultados Proyectado*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	\$ 191.433,60	\$ 192.870,26	\$ 196.136,80	\$ 198.813,33	\$ 202.180,53
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	\$ 79.658,50	\$ 80.310,62	\$ 81.119,18	\$ 81.935,89	\$ 82.760,82
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$111.775,10</b>	<b>\$112.559,65</b>	<b>\$115.017,62</b>	<b>\$116.877,44</b>	<b>\$119.419,70</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 23.074,00</b>	<b>\$ 23.230,90</b>	<b>\$ 23.388,87</b>	<b>\$ 23.547,92</b>	<b>\$ 23.708,04</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 11.730,40	\$ 11.810,17	\$ 11.890,48	\$ 11.971,33	\$ 12.052,74
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 11.343,60	\$ 11.420,74	\$ 11.498,40	\$ 11.576,59	\$ 11.655,31
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 88.701,10</b>	<b>\$ 89.328,74</b>	<b>\$ 91.628,75</b>	<b>\$ 93.329,52</b>	<b>\$ 95.711,66</b>
<b>15% Participación trabajadores</b>	\$ 13.305,17	\$ 13.399,31	\$ 13.744,31	\$ 13.999,43	\$ 14.356,75
<b>UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	<b>\$ 75.395,94</b>	<b>\$ 75.929,43</b>	<b>\$ 77.884,43</b>	<b>\$ 79.330,09</b>	<b>\$ 81.354,91</b>
<b>25% Impuesto a la Renta</b>	\$ 18.848,98	\$ 18.982,36	\$ 19.471,11	\$ 19.832,52	\$ 20.338,73
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 56.546,95</b>	<b>\$ 56.947,07</b>	<b>\$ 58.413,33</b>	<b>\$ 59.497,57</b>	<b>\$ 61.016,18</b>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La autora

De acuerdo con el estudio de estado de resultados realizado se ha puntualizado que en el primer año de operaciones hay una utilidad razonable con tendencia a un aumento dentro de los cinco años que están por venir, como resultado será que el quinto año se obtendrá un valor de **\$21,056**.

### 5.8 Flujo de Caja

Se demostrará con el Flujo de Caja detallado a continuación en la tabla 70, los movimientos en efectivo que “SASO PETS S.A.S” tendrá en los próximos cinco años. Esto es de suma importancia, ya que se puede analizar e interpretar la liquidez de la empresa.

*Tabla 56. Flujo de Caja*

<b>FLUJO DE CAJA - EMPRESA " WOODSOUL "</b>							
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>208.449,92</b>	<b>210.035,27</b>	<b>213.592,53</b>	<b>216.507,26</b>	<b>220.174,13</b>
	Recursos propios	194.772,23					
	Ingresos por venta		208.449,92	210.035,27	213.592,53	216.507,26	220.174,13
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>101.364,50</b>	<b>102.053,78</b>	<b>102.747,74</b>	<b>103.446,43</b>	<b>104.149,86</b>
	Costos Directos		60.422,50	60.833,37	61.247,04	61.663,52	62.082,83
	Costos Indirectos		19.236,00	19.366,80	19.498,50	19.631,09	19.764,58
	Gastos Administrativos		10.362,40	10.432,86	10.503,81	10.575,23	10.647,15
	Gastos De Venta		11.343,60	11.420,74	11.498,40	11.576,59	11.655,31
<b>C</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>107.085,42</b>	<b>107.981,49</b>	<b>110.844,78</b>	<b>113.060,83</b>	<b>116.024,27</b>
<b>D</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>E</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>		<b>38.818,46</b>	<b>39.103,26</b>	<b>40.045,79</b>	<b>40.752,09</b>	<b>41.727,68</b>
	Pago de participación de utilidades		16.062,81	16.180,66	16.570,67	16.862,93	17.266,63
	Pago 25% Impuesto a la Renta		22.755,65	22.922,60	23.475,12	23.889,15	24.461,06
<b>F</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>		<b>-38.818,46</b>	<b>-39.103,26</b>	<b>-40.045,79</b>	<b>-40.752,09</b>	<b>-41.727,68</b>
<b>G</b>	<b>FLUJO NETO GENERAL (C-F)</b>	<b>194.772,23</b>	68.266,96	68.878,24	70.799,00	72.308,75	74.296,58
(+)	DEPRECIACIONES		3.903,74	3.903,74	3.903,74	3.627,10	3.627,10
<b>J</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-194.772,23</b>	72.170,69	72.781,98	74.702,74	75.935,85	77.923,68

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

El valor de flujo neto es generado cada año con aquellos saldos líquidos mismos que forman parte de una empre

sa, de esta manera se tiene en cuenta que es el dinero en efectivo que está manteniendo, mismos valores que no se toman en cuenta dentro de las depreciaciones teniendo como resultado para el primer año un valor de \$72,170.69 y para el quinto año un valor de **\$77,923.68**.

## **5.9 Evaluación financiera**

La evaluación financiera es la metodología que facilita el análisis de Proyectos que se consideran como comunes o tratados dentro de un mercado, es importante que toda esta metodología tiene sus límites, su pro y en contra para esto nos vemos en la obligación de realizar el estudio de ciertos indicadores para poder tomar decisiones sobre resultados obtenidos.

### **Indicadores**

Los indicadores financieros son aquellos que permiten la constitución del resultado de prioridades financieras las cuales tienen relación con los puntos implicados del balance general y estado de resultados

#### **TMAR**

Se calcula para poder conocer la rentabilidad que va a tener un negocio de manera facilita al inversor una toma de decisiones óptimas para determinar si es viable o no la inversión que se va a realizar.

Se ha obtenido como resultado el 7.65% en el TMAR.

El beneficio costo hace referencia al conocimiento que se va a obtener por medio de un cálculo para resaltar la fiabilidad y el punto óptimo de la inversión a realizar, esto quiere decir que nos permitirá conocer si vale la pena invertir o no.

Se ha obtenido como resultado que por cada dólar invertido se recibirá \$1,10.

## Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es aquel indicador financiero que no sirve para poder conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto de inversión eso quiere decir que por medio del cálculo de este se podrá determinar si este proyecto es viable o no.

**Figura 20.** Valor Actual Neto (VAN)

VAN	-194.772,23	+	$\frac{72.170,69}{(1+0,0007647056)^1}$	+	$\frac{72.781,98}{(1+0,0007647056)^2}$	+	$\frac{74.702,74}{(1+0,0007647056)^3}$	+	$\frac{75.935,85}{(1+0,0007647056)^4}$	+	$\frac{77.923,68}{(1+0,0007647056)^5}$
VAN	-194.772,23		$\frac{72.170,69}{1,0007647056}$	+	$\frac{72.781,98}{1,0015299960}$	+	$\frac{74.702,74}{1,0022958716}$	+	$\frac{75.935,85}{1,0030623328}$	+	$\frac{77.923,68}{1,0038293802}$
			72115,55		72670,79		74531,62008		75704,01612		77626,41957
<b>VAN=</b>			<b>\$ 372.648,39</b>								

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

## Tasa Interna de Retorno (TIR)

**TIR** **26%**

La tasa interna de retorno calculada nos ha arrojado como resultado un 26% entendiendo que por medio del cálculo si se da un porcentaje positivo es un proyecto viable.

**Figura 21.** Beneficio Costo

RELACION BENEFICIO COSTO	=	SUMATORIA DE INGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS	\$	859.682,21
		SUMATORIA DE EGRESOS PROYECTADOS ACTUALIZADOS	\$	413.693,12
	=	SUM. INGR. PROYEC/SUM. EGRE. PROYEC.		
	=	\$ 859.682,21		
		\$ 413.693,12		
	=	\$ 2,08		

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

## Período de Recuperación

*Figura 22. Período de Recuperación*

PERIODO DE RECUPERACION		0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE CAJA		\$ -	\$ 72.170,69	\$ 72.781,98	\$ 74.702,74	\$ 75.935,85	\$ 77.923,68
(1+i)^n			\$ 1,08	\$ 1,16	\$ 1,25	\$ 1,34	\$ 1,45
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO			\$ 67.043,82	\$ 62.808,66	\$ 59.886,65	\$ 56.550,73	\$ 53.908,68
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO		\$ -194.772,23	\$ -127.728,41	\$ -64.919,75	\$ -5.033,10	\$ 51.517,63	\$ 105.426,30

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La autora

Dentro del periodo de recuperación por medio del cálculo realizado se ha determinado que a partir del cuarto año se podrá haber recuperado y empezar a percibir ganancias de este proyecto, mismo que se determina con un valor de \$54.517,63 en el año ya mencionado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Rodríguez Bernis, S. (2008). Otra visión de la historia del mueble. La evolución técnica, base de la formal.

Anderson, I. (2000). Historia de las sillas, asientos, banquetas, taburetes y otros muebles «para sentarse». Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. ISSN, 1850, 2032.

Puerta, L. F. R. (2004). Interpretando a PORTER. Universidad del Rosario.

Constitución de sociedades por acciones simplificadas | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. (Dakota del Norte).  
<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Egoavil La Rosa, A. C. (2019). Depreciación de activos fijos y su influencia en el estado de resultados de las empresas industriales, distrito Puente Piedra, 2018.

Guadalupe, J., Morales, X., Palacio-Fierro, A. & Morales, D., 2018. Ecuador: Ciclo de vida de las MIPYMES en la última década. Sectores: vestimenta y alimentos. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.

Palacio-Fierro, A. & Mantilla, D., 2019. Gestión de Riesgos, Planeación, Dirección y Control en las PYMES: un estudio descriptivo. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.

DE CAJA, F. L. U. J. O. Procedimiento manual del cálculo de los indicadores VAN y TIR de un Flujo de Caja.

Ordóñez, F. Á. (2014). Estimación de la Tasa de Descuento para la evaluación de Proyectos de Inversión Privados: Caso Ecuador. Fenopina, 4(7), 22-26.