



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA,
PROVINCIA DE COTOPAXI.**

Proyecto de emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Administración de Empresas

Autore/s:

Petevi Cuaran Betzi Judith
Sierra Manquillo Cynthia Estefania

Tutor:

Mg. Roberto Carlos Arias Figuero

LATACUNGA - ECUADOR

AGOSTO - 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Petevi Cuaran Betzi Judith, con cédula de ciudadanía No.2200138200, y Sierra Manquillo Cynthia Estefanía con cédula de ciudadanía No. 1754404349 declaro ser autor del presente **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.”**, siendo el Mg. Roberto Carlos Arias Figuero, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

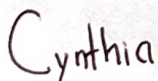
Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 08 de agosto del 2024



Betzi Judith Petevi Cuaran

C.C. 2200138200



Cynthia Estefanía Sierra Manquillo

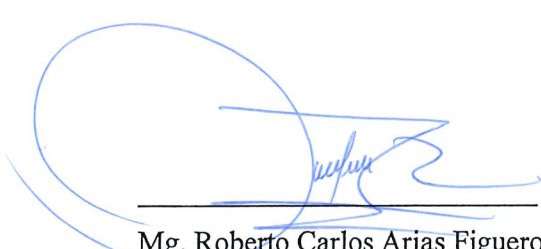
C.C. 1754404349

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de las autoras Petevi Cuaran Betzi Judith y Sierra Manquillo Cynthia Estefania, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 08 de agosto del 2024



Mg. Roberto Carlos Arias Figuero

C.C. 0502123730

TUTOR

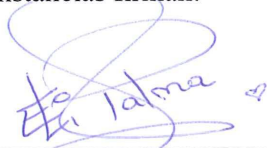
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, las postulantes Betzi Judith Petevi Cuaran y Cynthia Estefanía Sierra Manquillo, con el título del Proyecto de Emprendimiento: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 08 de agosto del 2024

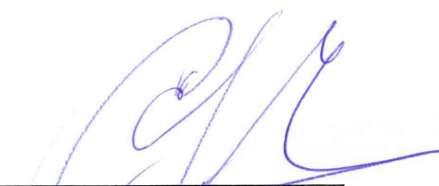
Para constancias firman:



Mg. Eliana Nathalie Palma

CC: 0803082251

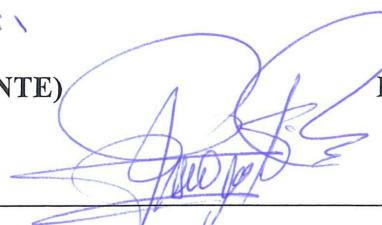
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Mg. Efrén Montenegro

CC: 0502259972

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Mg. Pablo Herrera Soria

CC: 0501690259

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme brindado la fuerza, la sabiduría y la paciencia necesarias para llevar a cabo este trabajo. Su guía y bendiciones han sido fundamentales en cada paso de este camino.

A mi familia, por su amor y apoyo inquebrantable. Su fe en mí y sus palabras de aliento fueron una fuente constante de fuerza y perseverancia.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios y por el apoyo constante durante mi formación académica.

A continuación, deseo agradecer a mi tutor de tesis, Mg. Roberto Arias por su invaluable guía, paciencia y apoyo a lo largo de este proceso.

A mi compañera de tesis Cynthia Sierra por su esfuerzo, dedicación y colaboración lo largo de esta travesía. Su compromiso y trabajo en equipo fueron esenciales para lograr los objetivos planteados, y estoy profundamente agradecida por haber compartido este camino con ella.

Finalmente, agradezco a todas las personas e instituciones que de alguna manera contribuyeron al desarrollo de esta tesis.

A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento.

Betzi Judith Petevi Cuaran

AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a la Universidad Técnica de Cotopaxi por proporcionar una educación de calidad y por su apoyo a lo largo de mi carrera. A los profesores, por su dedicación y profesionalismo que enriquecieron mi formación. A mi compañera de tesis, Judith Petevi, por su valiosa colaboración y esfuerzo compartido. A mi tutor, Mg. Roberto Arias, por su orientación experta y apoyo continuo. Este logro es resultado del esfuerzo y apoyo de todos ustedes.

¡Muchas gracias!

Cynthia Estefanía Sierra Manquillo

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a Dios, por su fortaleza y guía a lo largo de este camino,

A mis queridos padres Sr. Enrique Petevi y Sra. Cristina Cuaran por su amor incondicional y por ser mi pilar en los momentos difíciles,

A mi hermana Lcda. Isabel Petevi por su gran apoyo a lo largo de esta travesía, por siempre estar motivándome a conseguir mis objetivos, sin su presencia en mi vida, este logro no habría sido posible. ¡Gracias hermana!

Betzi Judith Petevi Cuaran

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, por su guía y fortaleza. A mi familia, cuyo amor y apoyo han sido fundamentales en cada paso de este camino. A mis amigos, por estar siempre a mi lado y brindarme aliento en los momentos difíciles.

Cynthia Estefanía Sierra Manquillo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TÍTULO: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

“MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.

Autores:

Petevi Cuaran Betzi Judith

Sierra Manquillo Cynthia Estefania

RESUMEN

El presente proyecto titulado “Plan de negocio para la creación de una empresa “MODULPUERTAS” en el Cantón Latacunga, Provincia De Cotopaxi”, surge como respuesta a la creciente demanda de muebles multifuncionales, los clientes hoy en día buscan muebles prácticos, estéticamente atractivos e innovadores que optimicen el espacio en sus hogares. Este plan de negocios tuvo como objetivos: fundamentar teóricamente los conceptos, definiciones y la estructura sobre el plan de negocio como herramienta administrativa que nos permita tomar decisiones acertadas sobre la apertura de la nueva empresa, elaborar un estudio de mercado y un estudio técnico para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga y realizar un estudio y una evaluación financiera que determinen la viabilidad de este negocio. La investigación presenta un enfoque cuantitativo, analizando elementos medibles y cuantificables para determinar el tamaño del mercado, la cantidad de clientes potenciales, las características del mercado y la producción adecuada. La población considerada fue de 81394, de los cuales se aplicó el instrumento a una muestra de 382 con el fin de determinar la factibilidad de mercado, el estudio de mercado realizado reveló que los muebles multifuncionales tienen una demanda potencial de 91.62% del total de la población, los cuales manifiestan que manifiestan están interesados en adquirir muebles multifuncionales. La inversión inicial de la empresa es de \$24.798,51, el mismo que tendrá un financiamiento propio del 100%. Los resultados financieros del proyecto mostraron un Valor Actual Neto (VAN) de \$9.384,29, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 35%; un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, 1 mes y 13 días y un costo beneficio de 1,27 lo que confirmó la viabilidad económica del negocio y su capacidad para generar beneficios a largo plazo.

Palabras clave: Estudio de mercado, Estudio técnico, Evaluación financiera, Muebles.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**THEME: BUSINESS PLAN TO CREATE THE COMPANY “MODULPUERTAS” IN
LATACUNGA CANTON, COTOPAXI PROVINCE**

Author:

Petevi Cuaran Betzi Judith

Sierra Manquillo Cynthia Estefania

ABSTRACT

This project, titled “Business Plan for Company Creation 'MODULPUERTAS' in Latacunga Canton, Cotopaxi Province”, addresses the growing demand for multifunctional furniture. Current customers seek practical, aesthetically appealing, and innovative furniture that optimizes space in their homes. The objectives of this business plan were to justify theoretically the concepts, definitions, and structure of a business plan as an administrative tool to enable accurate making-decision regarding to a new company opening; to conduct a market and a technical study for the creation of the company “MODULPUERTAS” in Latacunga; and to carry out a financial study and evaluation to determine feasibility of this business. The research follows a quantitative approach, analyzing measurable and quantifiable elements to determine market size, potential customers, market characteristics, and appropriate production. The considered population was 81,394, from which a sample of 382 was surveyed to assess market feasibility. The market study revealed that multifunctional furniture has a potential demand of 91.62% of the total population, indicating strong interest in purchasing multifunctional furniture. The initial investment for the company is \$24,798.51, with 100% self-financing. The financial results of the project showed a Net Present Value (NPV) of \$9,384.29, an Internal Rate of Return (IRR) of 35%, a payback period of 2 years, 1 month, and 13 days, and a cost-benefit ratio of 1.27, confirming the economic viability of the business and its capacity to generate long-term benefits.

Keywords: Market Study, Technical Study, Financial Evaluation, Furniture.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por: **Betzi Judith Petevi Cuaran** y **Cynthia Estefanía Sierra Manquillo**, egresadas de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, los realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, 27 de agosto del 2024

Atentamente,




Mg. Edison Marcelo Pacheco.
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0502617350



**CENTRO
DE IDIOMAS**

CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el tema: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA “MODULPUERTAS” EN EL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI” presentado por: **Betzi Judith Petevi Cuaran** y **Cynthia Estefanía Sierra Manquillo**, de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Compilatio, con un porcentaje de coincidencias del 8%; y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS
mogister

**PETevi Y SIERRA_ARIAS
(2)**

8%
Textos sospechosos

8% Similitudes
2% Similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas

0% Idiomas no reconocidos

17% Textos potencialmente generados por IA (ignorado)

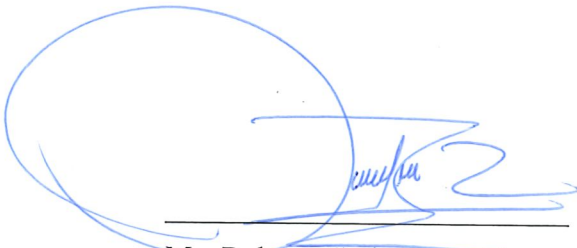
Nombre del documento: PETEVI Y SIERRA_ARIAS (2).pdf
ID del documento: 6cec75b2edd61773b55b3c10c08b89bd0deff244
Tamaño del documento original: 2,16 MB
Autores: []

Depositante: MARCO ANTONIO VELOZ JARAMILLO
Fecha de depósito: 20/8/2024
Tipo de carga: Interfáce
fecha de fin de análisis: 20/8/2024

Número de palabras: 24.110
Número de caracteres: 163.028

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 08 de agosto del 2024



Mg. Roberto Carlos Arias Figuero

C.C. 0502123730

TUTOR

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD	xii
INTRODUCCIÓN.....	24
Idea del Negocio.....	24
Planteamiento del problema.....	25
Formulación del problema	27
Objetivos del proyecto	27
<i>Objetivo General</i>	27
<i>Objetivos Específicos</i>	27
Justificación	29
CAPÍTULO I	
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA.....	30
Antecedentes	30
Fundamentación Epistemológica	31
<i>Plan de negocio</i>	31
Fases del Plan de negocio.....	32
<i>Estudio de mercado</i>	32
<i>Importancia del estudio de mercado</i>	33
Elementos del estudio de mercado.....	33
<i>Producto</i>	33
<i>Población</i>	34
<i>Muestra</i>	34
Análisis de la Demanda.....	34
Análisis de la oferta.....	35
Demanda Potencial Insatisfecha	35
Precio.....	35

Encuesta	36
Estudio Técnico	36
Elementos del estudio técnico	37
<i>Tamaño</i>	37
<i>Localización</i>	37
<i>Macro Localización</i>	37
<i>Micro Localización</i>	37
<i>Ingeniería del proyecto</i>	38
<i>Flujograma de procesos</i>	38
<i>Maquinaria y Equipo</i>	39
<i>Distribución de la planta</i>	40
Estudio Financiero	40
Elementos del estudio Financiero	40
<i>Inversión Inicial</i>	40
<i>Inversión inicial fija</i>	41
<i>Inversión Diferida</i>	41
<i>Capital de trabajo</i>	41
<i>Estados Financieros</i>	41
Estado de pérdidas y ganancias.	41
Balance General.	41
Flujo de caja.	41
<i>Indicadores financieros económicos</i>	42
Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).	42
Valor Actual Neto (VAN).	42
Tasa Interna de Retorno (TIR).	42
Costo/Beneficio.	42
Periodo de recuperación (PRI).	42
Muebles	43
Muebles Multifuncionales.	43
CAPÍTULO II	
ESTUDIO DE MERCADO	43
Definición	43
Importancia	44

Fuentes de Información	44
<i>Fuentes de Información Primarias</i>	44
<i>Fuentes de Información Secundarias</i>	44
Enfoque de la investigación	44
Alcance de la investigación	44
<i>Alcance Descriptivo</i>	44
<i>Alcance Explicativo</i>	45
<i>Alcance Evaluativo</i>	45
Técnicas de Investigación	45
<i>Encuesta</i>	45
Instrumentos de investigación	45
<i>Cuestionario</i>	45
Población	45
Muestra	46
<i>Tamaño de la muestra</i>	46
<i>Cálculo de la muestra</i>	47
Plan Muestral	47
Distribución de las encuestas	48
Análisis e interpretación de datos	49
Definición del producto	61
<i>Escritorio multifuncional</i>	61
<i>Mesa extensible multifuncional</i>	62
<i>Armario multifuncional</i>	64
Análisis de la demanda	65
Demanda Insatisfecha	65
Oferta proyectada	68
Análisis de Precios	69
Precios Actuales	69
Precios proyectados	69
Análisis de Comercialización	70
CAPÍTULO III	
ESTUDIO TÉCNICO	71
Tamaño	72

Tamaño y Mercado	72
En función de materia prima	74
En función de mano de obra.....	78
<i>Estructura Orgánica</i>	81
En función a la Tecnología	81
Tamaño propuesto	84
Plan de Producción	86
Localización	88
<i>Macro localización</i>	89
Micro localización	90
Propuesta Administrativa.....	93
<i>Razón Social</i>	93
<i>Misión</i>	93
<i>Visión</i>	93
<i>Valores Corporativos</i>	94
<i>Políticas</i>	95
Ingeniería	96
Procesos Productivos	96
Distribución de la planta.....	101
Requerimientos del Proyecto.....	103
CAPÍTULO IV	
ESTUDIO ECÓNOMICO Y FINANCIERO	108
Inversión Inicial.....	108
Componentes de la Inversión	109
<i>Inversión Fija</i>	109
<i>Inversión Diferida</i>	109
<i>Capital de Trabajo</i>	110
<i>Cronograma de Inversiones</i>	112
Financiamiento	113
<i>Financiamiento con Aporte Propio</i>	113
<i>Presupuesto de Costos</i>	113
<i>Costo unitario de producción</i>	114
<i>Presupuesto de Ingresos</i>	115

<i>Ingresos anuales proyectados</i>	115
Estados financieros proformas	117
<i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	117
<i>Estado de Situación Financiera</i>	118
<i>Flujo de efectivo (Caja)</i>	118
Evaluación Financiera	119
<i>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)</i>	120
<i>Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	121
<i>Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)</i>	122
<i>Relación Costo Beneficio</i>	124
Conclusiones	125
Recomendaciones	126
Bibliografía	127
ANEXOS	131

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. <i>28 Sistema de tareas en relación a los objetivos específicos</i>	28
Tabla 2. <i>Símbolos del diagrama de flujo</i>	39
Tabla 3. <i>Población Urbana de la ciudad de Latacunga</i>	46
Tabla 4. <i>Población Urbana proyectada de la ciudad del Latacunga al 2024.</i>	46
Tabla 5. <i>Cálculo del plan muestral</i>	47
Tabla 6. <i>Distribución de las encuestas Eloy Alfaro</i>	48
Tabla 7. <i>Distribución de las encuestas Ignancio Flores</i>	48
Tabla 8. <i>Distribución de las encuestas Juan Montalvo</i>	48
Tabla 9. <i>Distribución de las encuestas La Matriz</i>	49
Tabla 10. <i>Distribución de las encuestas San Buenaventura</i>	49
Tabla 11. <i>¿Ha comprado muebles multifuncionales anteriormente?</i>	49
Tabla 12. <i>¿Qué tan satisfecho/a está con la calidad de los muebles que ha adquirido?</i>	50
Tabla 13. <i>¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente?</i>	51
Tabla 14. <i>¿En el caso de aperturarse un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, estaría interesado en adquirirlos para su hogar?</i>	52
Tabla 15. <i>¿Qué factores consideraría al elegir muebles?</i>	53
Tabla 16. <i>¿Conoce otras empresas que vendan muebles multifuncionales en su zona?</i>	54
Tabla 17. <i>¿Qué características buscaría en las muebles multifunciones de esta nueva empresa?</i>	55
Tabla 18. <i>¿Dónde compró sus últimos muebles de hogar?</i>	56
Tabla 19. <i>¿Con qué frecuencia compra muebles para el hogar?</i>	57
Tabla 20. <i>¿Qué medios prefiere para recibir información sobre muebles multifuncionales?</i>	58
Tabla 21. <i>¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por los muebles multifuncionales de melanina que se presentan a continuación con sus respectivas especificaciones?</i>	60
Tabla 22. <i>Demanda insatisfecha</i>	66
Tabla 23. <i>Demanda insatisfecha por producto</i>	66
Tabla 24. <i>Demanda proyectada por unidades: Escritorios</i>	67
Tabla 25. <i>Demanda proyectada por unidades: Armarios</i>	67
Tabla 26. <i>Demanda proyectada por Unidades: Mesas</i>	67
Tabla 27. <i>Oferta proyectada por Unidades: Escritorios</i>	68
Tabla 28. <i>Oferta proyectada por Unidades: Armarios</i>	68
Tabla 29. <i>Oferta proyectada por Unidades: Mesas</i>	69
Tabla 30. <i>Precio actual</i>	69

Tabla 31. <i>Precios proyectados (USD)</i>	70
Tabla 32. <i>Unidades/Demanda Insatisfecha: Escritorios</i>	73
Tabla 33. <i>Unidades/Demanda Insatisfecha: Armarios</i>	73
Tabla 34. <i>Unidades/Demanda Insatisfecha: Mesas</i>	73
Tabla 35. <i>Materia prima: Escritorio</i>	74
Tabla 36. <i>Materia prima: Mesa expansible</i>	76
Tabla 37. <i>Materia prima: Armarios</i>	77
Tabla 38. <i>Descripción de puesto</i>	79
Tabla 39. <i>Maquinaria y Equipo</i>	81
Tabla 40. <i>Proveedores</i>	84
Tabla 41. <i>Tamaño Propuesto Años/Unidades: Escritorios</i>	84
Tabla 42. <i>Tamaño Propuesto Años/Unidades: Armarios</i>	85
Tabla 43. <i>Tamaño Propuesto Años/Unidades: Mesas</i>	85
Tabla 44. <i>Producción: Escritorios</i>	86
Tabla 45. <i>Producción: Armarios</i>	86
Tabla 46. <i>Producción: Mesas</i>	87
Tabla 47. <i>Cálculo de tiempos utilizados</i>	87
Tabla 48. <i>Unidades de productos</i>	88
Tabla 49. <i>Ponderación parroquias Latacunga</i>	91
Tabla 50. <i>Procesos</i>	98
Tabla 51. <i>Requerimientos del proyecto: Infraestructura</i>	103
Tabla 52. <i>Requerimientos del proyecto: Maquinaria y equipo</i>	103
Tabla 53. <i>Requerimientos del proyecto: Muebles y enseres</i>	104
Tabla 54. <i>Requerimientos del proyecto: Lencería</i>	104
Tabla 55. <i>Requerimientos del proyecto: Suministros y materiales de limpieza</i>	105
Tabla 56. <i>Requerimientos del proyecto: Manajes</i>	105
Tabla 57. <i>Requerimientos del proyecto: Mano de obra directa</i>	106
Tabla 58. <i>Requerimientos del proyecto:</i>	106
Tabla 59. <i>Requerimientos del proyecto: Materia prima Indirecta</i>	106
Tabla 60. <i>Requerimientos del proyecto: Gastos administrativos</i>	107
Tabla 61. <i>Requerimientos del proyecto: Gastos de ventas</i>	107
Tabla 62. <i>Requerimientos del proyecto: Servicios Básicos</i>	107
Tabla 63. <i>Requerimientos del proyecto: Gastos diferidos</i>	108

Tabla 64. <i>Inversión Inicial</i>	111
Tabla 65. <i>Cronograma</i>	112
Tabla 66. <i>Costos</i>	114
Tabla 67. <i>Costo Unitario de Producción</i>	114
Tabla 68. <i>Ingresos Proyectados</i>	115
Tabla 69. <i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	117
Tabla 70. <i>Estado de Situación Financiera</i>	118
Tabla 71. <i>Flujo del efectivo</i>	119
Tabla 72. <i>TMAR</i>	120
Tabla 73. <i>Calculo del VAN Y TIR</i>	121
Tabla 74. <i>Calculo PRI</i>	122
Tabla 75. <i>Punto de equilibrio</i>	123
Tabla 76. <i>Relación Costo Beneficio</i>	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>¿Ha comprado muebles multifuncionales anteriormente?</i>	50
Figura 2. <i>¿Qué tan satisfecho/a está con la calidad de los muebles que ha adquirido?</i>	51
Figura 3. <i>¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente?</i>	52
Figura 4. <i>¿En el caso de aperturarse un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, estaría interesado en adquirirlos para su hogar</i>	53
Figura 5. <i>¿Qué factores consideraría al elegir muebles?</i>	54
Figura 6. <i>¿Conoce otras empresas que vendan muebles multifuncionales en su zona?</i>	55
Figura 7. <i>¿Qué características buscaría en las muebles multifunciones de esta nueva empresa?</i>	56
Figura 8. <i>¿Dónde compró sus últimos muebles de hogar?</i>	57
Figura 9. <i>¿Con qué frecuencia compra muebles para el hogar?</i>	58
Figura 10. <i>¿Qué medios prefiere para recibir información sobre muebles multifuncionales?</i>	59
Figura 11. <i>¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por los muebles multifuncionales de melanina que se presentan a continuación con sus respectivas especificaciones?</i>	60
Figura 12. <i>Escritorio multifuncional</i>	62
Figura 13. <i>Mesa extensible multifuncional</i>	63
Figura 14. <i>Armario multifuncional</i>	65
Figura 15. <i>Estructura Orgánica</i>	81
Figura 16. <i>Mapa de macro localización</i>	89
Figura 17. <i>Mapa de micro localización</i>	92
Figura 18. <i>Logo empresarial</i>	93
Figura 19. <i>Procesos productivos</i>	100
Figura 20. <i>Distribución de la Planta</i>	102

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS	131
Anexo 1. <i>Descripción del proceso productivo del escritorio multifuncional</i>	131
Anexo 2. <i>Descripción del proceso productivo del armario multifuncional</i>	132
Anexo 3. <i>Descripción del proceso productivo de la mesa extensible</i>	132
Anexo 5. <i>Rol de Pagos</i>	134
Anexo 6. <i>Depreciaciones</i>	135
Anexo 7. <i>Inversión diferida</i>	135
Anexo 8. <i>Valor en Libros</i>	135
Anexo 9. <i>Formato 2D plano: mesa</i>	136
Anexo 10. <i>Formato 2D plano: escritorio</i>	137
Anexo 11. <i>Formato 2D plano: Armario</i>	138
Anexo 12. <i>Cuestionario</i>	139

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Plan de negocio para la creación de una empresa “MODULPUERTAS” en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.”

Fecha de inicio: Abril 2024

Fecha de finalización: Agosto 2024

Lugar de ejecución: Latacunga, Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde): No aplica

Grupo de investigación Equipo de Trabajo:

Tutor: Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa CC. 0502123730

Estudiante I: Petevi Cuaran Betzi Judith CC.2200138200

Estudiante II: Sierra Manquillo Cynthia Estefanía CC. 1754404349

Área de Conocimiento: Ciencias sociales, educación comercial y derecho

Sub Área de Conocimiento:

Educación comercial y administración

Línea de investigación: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Gestión e innovación empresarial.

INTRODUCCIÓN

Idea del Negocio

La creciente demanda de muebles siendo una de las industrias de la economía ecuatoriana que se encuentran dentro del aparato productivo del país. Según el (Observatorio económico y social del Tungurahua, 2021), manifiesta que conforme los datos del Banco Central del Ecuador – BCE, existe un crecimiento de este sector a través de los años, ubicándose en el puesto 42 de 47 industrias a nivel nacional, con un aporte de \$345,4 millones de dólares en 2019 (0,32% del PIB) y, una tasa promedio de variación anual de 6,9% entre 2007 y 2019 (Observatorio económico y social del Tungurahua, 2021).

En un contexto donde los hogares enfrentan nuevos desafíos, como la optimización de espacios reducidos y la búsqueda de muebles que se adapten a múltiples funciones, nuestra idea de negocio surge como una solución innovadora y práctica a estas necesidades al ofrecer muebles multifuncionales que optimicen el espacio estos muebles, los cuales serán realizados en melamina por ser un material lajero, versátil y elegante

La ciudad de Latacunga, representa un escenario propicio para la introducción de muebles multifuncionales en melamina diseñados para maximizar el uso del espacio en los hogares, lo que ayuda a abordar el desafío de vivir en hogares con dimensiones reducidas, especialmente en entornos urbanos donde el espacio habitable es limitado. Estos muebles ofrecen soluciones innovadoras para almacenamiento y organización, permitiendo a las personas mantener sus hogares ordenados y funcionales.

Además, la melamina, el material principal de nuestros muebles, es un material que ha ganado gran popularidad en el mercado de muebles ya que no solo garantiza resistencia y durabilidad, sino que también permite una amplia gama de diseños y acabados, adaptándose a diferentes estilos y preferencias de decoración.

Al ofrecer múltiples funciones en un solo mueble, los muebles multifuncionales pueden ayudar a las personas a ahorrar dinero ya que no tendrán que comprar varios muebles individuales para cumplir diferentes propósitos. Esto es beneficioso para aquellos clientes con presupuestos limitados o que viven en espacios pequeños donde cada centímetro cuadrado cuenta, este producto no solo ayuda a maximizar el espacio disponible, sino que también contribuyen al bienestar general al crear ambientes más ordenados y funcionales, especialmente

en entornos urbanos densamente poblados, donde cada metro cuadrado de espacio habitable es valioso.

Este proyecto de plan de negocios conserva el nombre “ModulPuertas”, pues el mismo nace de la observación directa de una persona cercana de una de las autoras, quien ya cuenta con un negocio establecido dedicado a la fabricación de muebles y puertas en madera bajo el nombre de "Modulpuertas". En los últimos años, con la aparición de la melamina como un material innovador, ligero, elegante y versátil, esta persona ha notado un cambio en las demandas de sus clientes, los cuales comenzaron a solicitar muebles melamina y que estos muebles se adapten a las tendencias actuales de optimización de espacios.

Ante esta creciente demanda, ella consideró abrir un nuevo local dedicado exclusivamente a la producción y comercialización de muebles multifuncionales en melamina. Sin embargo, dado que este tipo de negocio es relativamente nuevo para ella, surgió la necesidad de un plan de negocios que le proporcione una visión clara sobre el mercado, los aspectos técnicos y las proyecciones financieras necesarias para tomar decisiones informadas. Por lo que se vio la oportunidad de realizar este plan de negocios como proyecto de titulación para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración de empresas.

El nombre "Modulpuertas" se ha mantenido por dos razones fundamentales: en primer lugar, el negocio actual ya ha logrado un cierto prestigio y reconocimiento en el mercado bajo ese nombre. En segundo lugar, la propietaria expresó su deseo de conservar la marca debido a la asociación positiva que los clientes ya tienen con los productos que ofrece.

Planteamiento del problema

El perfil demográfico de Ecuador refleja una mayor concentración en áreas urbanas, con un 63.1% de la población en contraste con un 36.9% en áreas rurales, (Censos, 2022). La urbanización acelerada y la optimización de recursos en un entorno urbano en constante evolución da lugar a una demanda creciente de soluciones innovadoras para los espacios habitacionales, especialmente en ciudades como Latacunga, que experimentan un notable crecimiento poblacional. Sin embargo, la oferta actual de muebles en el mercado no siempre satisface las necesidades cambiantes de la sociedad moderna, ya que a pesar de que los muebles para el hogar existen desde tiempos remotos y han evolucionado al pasar el tiempo aún no existe en el mercado una oferta considerable de muebles multifuncionales que satisfagan necesidades

contemporáneas relacionadas a la optimización de espacios reducidos y que se adapten a múltiples funciones. Esto genera una oportunidad para la introducción de nuevos productos y servicios que aborden estas necesidades emergentes en el mercado.

La ciudad de Latacunga ha experimentado un crecimiento demográfico constante en los últimos años, según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2010 la población de la ciudad de Latacunga fue de 170.489 personas entre 82.301 hombre y 88.188 mujeres de todas las edades, con una tasa de crecimiento anual de 1.75% (INEC, 2010). Al abrir un local de producción y comercialización de muebles en melamina, podemos aprovechar esta tendencia y satisfacer las necesidades de los residentes locales en términos de mobiliario de calidad.

La ciudad de Latacunga enfrenta desafíos específicos relacionados con su crecimiento demográfico y la consiguiente urbanización. El aumento de la población ha generado una mayor demanda de viviendas, los espacios habitacionales tienden a reducirse, lo que plantea un desafío importante para la decoración y funcionalidad del hogar. En este contexto, nuestros muebles multifuncionales se convierten en una opción ideal, ya que están diseñados para maximizar el aprovechamiento de cada centímetro cuadrado.

La mayoría de las opciones disponibles en el mercado son tradicionales y no siempre ofrecen soluciones prácticas. Como resultado, surge una necesidad insatisfecha de muebles que sean versátiles y estéticamente atractivos, lo que crea una oportunidad para la introducción de muebles multifuncionales en melamina que aborden estas preocupaciones específicas de los consumidores a nivel individual.

Los muebles funcionales no solo se caracterizan por su capacidad de cumplir con múltiples propósitos, sino también por su diseño que facilita el orden y la organización. Por ejemplo, escritorios con estanterías entregadas, armarios con múltiples compartimientos y mesas plegables son solo algunas de las soluciones que permiten a las personas aprovechar al máximo cada metro cuadrado de sus hogares. Además, la funcionalidad en los muebles contribuye a una mayor sostenibilidad. Al tener múltiples funciones se reduce la necesidad de adquirir varios muebles, lo que disminuye el consumo de recursos y la generación de residuos.

La apertura de esta empresa no solo generará beneficios económicos para la empresa, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la ciudad, mediante la creación de empleo y el impulso a la economía local promoviendo el desarrollo económico y social de la ciudad.

Formulación del problema

¿Cómo puede una nueva empresa de muebles multifuncionales para el hogar en el cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, determinar la viabilidad del negocio para satisfacer la demanda de soluciones de mobiliario eficientes, optimizar el uso del espacio en viviendas pequeñas y mejorar la calidad de vida de sus habitantes?

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga. con el fin de ofrecer productos de alta calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y genere rentabilidad para la empresa

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los conceptos, definiciones y la estructura sobre el plan de negocio como herramienta administrativa que nos permita tomar decisiones acertadas sobre la apertura de la nueva empresa.
- Elaborar un estudio de mercado para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.
- Realizar un estudio técnico para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.
- Evaluar la factibilidad financiera de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.

Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos: A continuación, se detallan los objetivos específicos y las actividades que se realizaron para asegurar su cumplimiento.

Tabla 1

Sistema de tareas en relación a los objetivos específicos

Objetivo específico	Actividades	Cronograma	Productos
Fundamentar teóricamente los conceptos, definiciones y la estructura sobre el plan de negocio como herramienta administrativa que nos permita tomar decisiones acertadas sobre la apertura de la nueva empresa	-Investigación bibliográfica -Revisión de artículos científicos y libros.	Semana 5	-Marco teórico
Elaborar un estudio de mercado para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.	-Determinación de la población y la muestra. -Elaboración del instrumento. -Recolección y análisis de datos.	Semana 7	-Demanda -Oferta -Demanda insatisfecha -Definición del producto
Realizar un estudio técnico para la creación de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.	-Definir el tamaño y la localización del proyecto. -Ingeniería del proyecto. -Elaboración de un estudio Legal del proyecto. -Determinar los requerimientos del proyecto.	Semana 10	-Ubicación de la empresa. -Procesos y diseño de la planta de producción. -Permisos legales. -Presupuesto y estados financieros.
Evaluar la factibilidad financiera de la empresa “MODULPUERTAS” en la ciudad de Latacunga.	-Desarrollar la evaluación financiera.	Semana 15	-VAN -TIR -C/B -PRI

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Justificación

El presente proyecto se realiza con el propósito de analizar la viabilidad y la aceptación de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de Línea de productos de muebles multifuncionales para el hogar en melanina, que están ligados a la comodidad y decoración del hogar, notando las tendencias del mercado para así adaptarse rápidamente a los cambios y con ello a la satisfacción de los clientes, se plantea que dicho proyecto contribuya con la satisfacción de la necesidad de ofrecer productos que combinen comodidad, exclusividad y estilo para el hogar de las personas, facilitando el estilo de vida moderno al ofrecer muebles que son funcionales, duraderos y estéticamente agradables.

En una ciudad que valora la innovación y el diseño, nuestros productos destacan como una opción única para embellecer los hogares y mejorar la calidad de vida de quienes los eligen. Los muebles multifuncionales no solo maximizan el uso del espacio disponible, sino que también ofrecen versatilidad, durabilidad y estética, lo que los convierte en una solución completa para los consumidores. Los muebles funcionales permiten una mejor organización y utilización del espacio disponible. Esto es particularmente relevante en Latacunga, donde muchas familias viven en viviendas compactas y buscan maximizar cada metro cuadrado. Soluciones como camas con almacenamiento, mesas plegables y estanterías modulares proporcionan practicidad y eficiencia. La tendencia hacia la sostenibilidad y el consumo responsable está impulsando a los consumidores a buscar productos duraderos y multifuncionales. Al ofrecer muebles que se adaptan a diferentes necesidades y reducen la necesidad de comprar múltiples artículos, la empresa contribuirá a un consumo más consciente y sostenible.

Los hogares de hoy en día requieren soluciones de mobiliario que puedan adaptarse a las necesidades cambiantes de sus habitantes. Los muebles funcionales permiten una mayor personalización y flexibilidad, atendiendo a una amplia variedad de estilos de vida y preferencias. En el cantón Latacunga y sus alrededores, existe una oportunidad significativa para una empresa que pueda ofrecer productos innovadores y de alta calidad. Al satisfacer estas necesidades cambiantes de la sociedad, la empresa no solo generará beneficios económicos, sino que también contribuirá al bienestar general de los clientes al proporcionarles un entorno hogareño más ordenado, funcional y acogedor. Además, la importancia de crear muebles funcionales se extiende más allá del ámbito individual de los hogares. Estos muebles también juegan un papel crucial en la optimización de recursos en entornos urbanos densamente poblados, donde cada

metro cuadrado de espacio habitable es valioso. Al ofrecer soluciones inteligentes para la organización y el almacenamiento, los muebles multifuncionales contribuyen al desarrollo sostenible de las ciudades al reducir la necesidad de expansión urbana y promover una utilización más eficiente de los recursos disponibles.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA

Antecedentes

Baraja. C & Masaquiza. S (Masaquiza, 2021), llevaron a cabo una investigación titulada “Creación de una empresa de producción de muebles multifuncionales en base a plástico reciclado para el mercado de la ciudad de Ambato” con el objetivo de desarrollar un plan de negocio para la creación y ejecución de una empresa de producción de muebles multifuncionales en base a plástico reciclado para el mercado de la ciudad de Ambato. La metodología incluyó estudios de mercado, recolección de datos y análisis técnicos, organizacionales y financieros, demostrando la factibilidad del proyecto. Los resultados indicaron una recuperación del capital en 2 años, 6 meses y 9 días, con una relación beneficio-costo de \$1.59 por dólar invertido y una Tasa Interna de Retorno del 30.17%, superior a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno del 11.3%, lo que hace el proyecto atractivo para los inversionistas. En conclusión, la empresa es viable técnica, organizacional y financieramente, ofreciendo muebles innovadores y sostenibles que satisfacen las demandas del mercado moderno y contribuyen a la conservación ambiental.

Saavedra; Sastoque; Castañeda & Samper (SAAVEDRA, SASTOQUE, & SAMPER, 2020), realizaron una investigación titulada “Plan de muebles multifuncionales Coldiseño S.A.S.” con el objetivo de determinar y sustentar la viabilidad de invertir en una nueva línea de negocio de muebles multifuncionales de lujo. La investigación surge a raíz de la transformación del sector inmobiliario, que ha reducido las dimensiones de las viviendas, incrementando la demanda de soluciones que optimicen el espacio. La metodología incluyó un análisis de tendencias y una perspectiva estratégica, desglosando los insumos, maquinaria y recursos humanos necesarios para la producción de esta línea multifuncional. Los muebles, basados en tecnología remota, permiten múltiples usos y adaptaciones dentro de espacios pequeños. Los resultados indicaron una rentabilidad financiera prometedora, confirmando la viabilidad del proyecto y su capacidad para satisfacer las necesidades de optimización de espacio en viviendas modernas.

Álvarez (Álvarez Claudio Maritza Ivette, 2022), realizó un estudio titulado “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Muebles Multifuncionales en la ciudad de Latacunga” con el objetivo de determinar la factibilidad de crear una empresa de muebles multifuncionales en Latacunga. La investigación abordó la problemática de la limitada oferta de estos muebles en la ciudad, lo que impide evaluar la rentabilidad del negocio sin información financiera adecuada. Se establecieron objetivos específicos para identificar las condiciones de oferta y demanda mediante un estudio de mercado, desarrollar un estudio técnico para estimar los recursos necesarios y evaluar la factibilidad económica del proyecto. La metodología, de enfoque cuantitativo y tipo descriptivo, abarcó una población de 22,779 familias y una muestra de 378 hogares encuestados. Los resultados financieros mostraron un Valor Actual Neto (VAN) de \$146,923.18, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 35%, una relación costo-beneficio de \$1.70 y un periodo de recuperación de 3 años, 5 meses y 9 días, confirmando la viabilidad del proyecto.

Fundamentación Epistemológica

Plan de negocio

Un plan de negocios bien elaborado cumple funciones críticas tanto dentro de la empresa como en sus relaciones con el entorno financiero. Internamente, proporciona una guía estructurada para las operaciones y la gestión diaria, asegurando que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos estratégicos. Externamente, es una herramienta esencial para comunicar la propuesta de valor y la viabilidad del proyecto a inversores y otras partes interesadas, facilitando la obtención de financiamiento y el respaldo necesario para el crecimiento. Según (VILLARÁN, 2009) “El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa”.

Villarán (VILLARÁN, 2009), manifiesta que el plan de negocios “es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos”.

La importancia del plan de negocios radica en su capacidad para actuar como una hoja de ruta detallada que guía tanto la estrategia a largo plazo como las operaciones diarias de una empresa. Al combinar una estructura bien organizada con un contenido robusto y persuasivo, el plan de negocios no solo facilita la planificación y la ejecución de actividades empresariales, sino

que también desempeña un papel crucial en la atracción de inversores. Una presentación clara y bien documentada de los objetivos, estrategias y análisis financieros puede diferenciar a una empresa en un entorno competitivo, incrementando su credibilidad y potencial de éxito.

Un plan de negocio es un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura, otro concepto menciona que es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir, cómo ir rápidamente, o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. (Longenercher, 2007).

Fases del Plan de negocio

Estudio de mercado

Para comprender la dinámica del mercado, es fundamental analizar las transacciones y los acuerdos que se llevan a cabo entre las personas y las instituciones. En este contexto:

El mercado es un conjunto de transacciones y acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre personas naturales o jurídicas. Es el acuerdo mutuo de las transacciones entre individuos e instituciones. Se concibe como el ambiente social que facilita las condiciones para el intercambio de satisfacciones; el ambiente social lo integran los oferentes y demandantes de los bienes y servicios que entran en una relación comercial con el fin de buscar la satisfacción de las necesidades. (Moya Espinosa, 2015). Se podría expresar que el mercado constituye el escenario, tanto físico como virtual, donde se encuentran tanto la oferta como la demanda, interactuando en un proceso de transacción comercial que tiene como objetivo la satisfacción mutua de necesidades.

Según Philip Kotler (Geoffrey, 2003), define la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa". Esta definición subraya la importancia de un enfoque metódico para reunir y analizar datos que son cruciales para tomar decisiones informadas en el ámbito del marketing. La investigación de mercados se centra en obtener una comprensión detallada de la situación del mercado para desarrollar estrategias efectivas.

El estudio de mercados es un instrumento del mercadeo que tiene como fin estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que los clientes están

dispuestos a adquirir a unos determinados precios durante un periodo específico. (Moya Espinosa, 2015)

Importancia del estudio de mercado

Antes de iniciar cualquier proyecto empresarial, es crucial realizar un estudio de mercado exhaustivo que proporcione una comprensión detallada del entorno comercial y de las necesidades de los potenciales clientes. Este proceso no solo implica analizar la demanda existente, sino también proyectar las futuras tendencias del mercado y evaluar la viabilidad de la oferta de productos o servicios.

El estudio de mercado pretende probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas, que presentan la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes y servicios, incluyendo formas específicas que utilizaron para llegar hasta los demandantes. Además, permite proyectar las cantidades de productos que la comunidad estará en condiciones de consumir a los niveles de precios que se prevén. (Moya Espinosa, 2015).

Proporciona una definición precisa del número de clientes que planean adquirir el producto o servicio ofrecido en un área específica durante un periodo de tiempo moderado, así como el precio al que están dispuestos a adquirirlo. Además, especifica el tipo de clientes interesados en los productos, lo que sirve como guía para la planificación de la producción empresarial.

Elementos del estudio de mercado

Producto

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible (ejemplo: una manzana), intangible (ejemplo: un spa servicio de relajación), una idea (ejemplo: el ideario de Antonio Nariño, derechos humanos), una persona (ejemplo: un candidato a un cargo público) o un lugar (ejemplo: un destino turístico, los Jardines Colgantes de Babilonia). (Moya Espinosa, 2015).

Según Philip Kotler (2010)., "el producto es cualquier cosa que puede ser ofertada al mercado para satisfacer sus necesidades, incluyendo objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas". Siendo así que el producto engloba cualquier entidad que se ponga a disposición en el mercado con el propósito de atender las necesidades del consumidor. Va más allá de simples características tangibles, siendo percibido por los consumidores como conjuntos

complejos de beneficios destinados a satisfacer sus requerimientos. En el proceso de desarrollo de un producto, la empresa primero debe identificar las necesidades primordiales de los consumidores, asegurando que el producto las satisfaga. Luego, se procede al desarrollo del producto real, buscando maneras de mejorar sus atributos para ofrecer un conjunto más amplio de beneficios y, en última instancia, aumentar la satisfacción del consumidor.

Población

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La población tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada. también se conoce como universo. La población debe delimitarse claramente en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo (Toledo, págs. 3-4)..

Esta delimitación precisa es esencial para garantizar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos en el estudio. Al definir claramente los límites de la población, los investigadores pueden concentrar sus esfuerzos en analizar un grupo específico que represente adecuadamente el fenómeno de estudio. Además, permite una medición y cuantificación efectivas de los elementos que participan en el fenómeno investigado. Sin embargo, la delimitación de la población puede presentar desafíos, especialmente cuando se trata de fenómenos complejos o variables.

Muestra

Según López (López, 2024), una muestra estadística es “una selección representativa de datos de un grupo más grande, conocido como población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos”. Esta afirmación subraya la importancia de la representatividad en los estudios de investigación. Al definir claramente las características de la población, los investigadores pueden asegurarse de que el subgrupo elegido refleje adecuadamente las cualidades y variaciones del grupo más amplio. Esto es crucial para obtener resultados precisos y generalizables.

Análisis de la Demanda

La demanda es el conjunto de personas, naturales o jurídicas, con necesidades por satisfacer, dinero para comprar y voluntad para comprar, requisitos indispensables para ser considerada demanda. Es además el deseo de adquirir un producto, pero con el agregado de que

se debe de tener la capacidad para adquirirlo (económica, de acceso, legal, etc.). (Moya Espinosa, 2015). Entender estos aspectos permite a las empresas planificar mejor sus estrategias de marketing y producción, asegurando que sus productos no solo atraigan interés, sino también ventas efectivas. Además, este análisis profundo de la demanda ayuda a identificar y superar barreras potenciales para los consumidores, facilitando un mejor acceso al producto y potenciando su éxito en el mercado.

Análisis de la oferta

La oferta es el conjunto de satisfactores disponibles para ser adquiridos y que se pueden mostrar en el portafolio de productos y servicios, en la mezcla de productos, es decir, en todos los productos que las empresas ofrecen o vende. Existen otros elementos como la simplificación en la toma de decisión de compra, la lealtad y la jerarquización de beneficios, que han sido incluidos en el desarrollo de la oferta, a través de las propuestas de valor orientadas a configurar productos y servicios que satisfagan óptimamente las necesidades y deseos de los individuos a quienes van dirigidas. (Moya Espinosa, 2015)

La Oferta también es considerada como las diferentes cantidades de un producto que los vendedores ponen a consideración de los compradores en un determinado momento o periodo de tiempo. Son todos los productos y servicios que los oferentes dejan a disposición de los demandantes. La oferta consolida el portafolio de productos y servicios de las empresas. (Moya Espinosa, 2015).

La oferta no solo incluye la disponibilidad de productos y servicios, sino que también refleja la capacidad de las empresas para satisfacer la demanda de los consumidores. Al consolidar el portafolio de productos y servicios, las empresas pueden asegurar que tienen una variedad suficiente para atraer y retener a los clientes.

Demanda Potencial Insatisfecha

Según Gabriel Baca (Baca, 2001), manifiesta que la demanda potencial insatisfecha “es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”, comprender la demanda potencial insatisfecha permite a las empresas anticiparse a las necesidades del mercado y planificar estratégicamente sus inversiones y esfuerzos de desarrollo.

Precio

Kotler (Kotler P. , 2010), menciona que el precio “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio”. Según (Moya Espinosa, 2015), amplía esta definición al explicar que el precio se entiende como “la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. el precio representa la única variable de la mezcla de mercadeo que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos”. Esta explicación subraya la importancia del precio no solo como un valor monetario, sino como un reflejo del valor percibido por los consumidores.

Además, el precio es la única variable de la mezcla de marketing que ingresa dinero a la empresa, lo que lo convierte en un componente esencial para la sostenibilidad financiera. Factores como los descuentos, las condiciones de pago y el crédito también juegan un papel vital, ya que pueden influir en la accesibilidad y en la decisión de compra de los consumidores. Por lo tanto, una gestión adecuada del precio puede maximizar los ingresos y fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

Encuesta

De acuerdo con García Ferrando, una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (García Ferrando, 1993). Las encuestas son herramientas esenciales en la investigación social y de mercado, ya que permiten obtener una visión detallada y cuantificable de diversas características de una población, desde opiniones y actitudes hasta comportamientos y demografías. Al utilizar procedimientos estandarizados, se asegura que cada sujeto sea interrogado de manera consistente, lo cual es crucial para comparar y analizar los datos con precisión.

Estudio Técnico

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio. “En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo

de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

El Estudio Técnico es una parte integral del proceso de planificación de un proyecto de inversión, ya que proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y estratégicas, garantizando que todos los aspectos técnicos y operativos estén alineados con los objetivos del proyecto y las condiciones del entorno.

Elementos del estudio técnico

Tamaño

Baca (Baca, 2001) menciona que “el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”. Esta afirmación destaca la importancia de comprender la escala y la capacidad de producción de un proyecto.

El tamaño de un proyecto tiene implicaciones significativas en diversos aspectos, desde la inversión inicial requerida hasta la planificación de la cadena de suministro y la comercialización de los productos o servicios

Localización

La localización de un proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca, 2001).

La selección de la localización influye directamente en la eficiencia operativa y la rentabilidad del proyecto. Desde una perspectiva privada, una ubicación óptima puede maximizar la rentabilidad del capital invertido al reducir costos logísticos, asegurar el acceso a mercados clave y optimizar el uso de recursos.

Macro Localización

Rubio (Rubio, 2021), define que la macro localización “consiste en decidir la región más ventajosa para ubicar una empresa o negocio; describe la zona geográfica donde se encontrará proyecto. El lugar debe ser elegido por los beneficios que se generan a partir de la conjunción de los factores”. La macro localización implica una evaluación exhaustiva de diversas regiones para identificar aquella que ofrece las condiciones más favorables para el éxito del negocio.

Micro Localización

Rubio (Rubio, 2021), define que es “el estudio que se hace con propósito de seleccionar la comunidad y lugar exacto para elaborar el proyecto, se elige el punto preciso dentro de la macro-zona donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”, la micro localización es esencial para asegurar que el proyecto se sitúe en el punto más estratégico dentro de la macro-zona seleccionada. Utilizando criterios detallados y específicos, este estudio finaliza el proceso de selección del sitio, garantizando que el lugar elegido ofrezca las mejores condiciones para el éxito y sostenibilidad del negocio.

Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería de proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca, 2001). Además, el estudio determina la distribución óptima de la planta, es decir, cómo se organizarán físicamente los diferentes componentes y áreas de trabajo dentro de las instalaciones. Una distribución eficiente no solo maximiza la productividad y minimiza los tiempos de desplazamiento y manipulación de materiales, sino que también mejora la seguridad y reduce los costos operativos.

Flujograma de procesos

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura. (Baca, 2001). Esta definición resalta la importancia del proceso de producción como el conjunto de pasos necesarios para transformar materias primas en productos finales dentro de un proyecto.



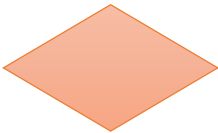
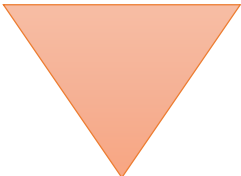

Alban (Albán, 2017), refiere que “los diagramas de flujo comúnmente llamados flujogramas son cualquier representación gráfica de actividades que son implementadas dentro de gráficos entrelazados por flechas que siguen una secuencia”. Esto implica que los flujogramas son herramientas visuales que permiten representar de manera clara y secuencial las actividades y pasos involucrados en un proceso, lo que facilita su comprensión y análisis.

Por lo tanto, un flujograma de procesos en el contexto de un proyecto de producción sería una representación gráfica de todas las etapas y actividades que componen el proceso de producción, desde la recepción de materias primas hasta la entrega de los productos finales.

Utilizando símbolos y flechas para mostrar la secuencia de actividades, un flujograma puede ayudar a identificar posibles cuellos de botella, optimizar la eficiencia del proceso y comunicar de manera clara y concisa cómo se lleva a cabo el proceso de producción.

Tabla 2.

Símbolos del diagrama de flujo

Símbolos del diagrama de flujo		
Nombre	Símbolo	Descripción
Inicio/Final		Indica el inicio o el fin de un proceso.
Acción/proceso		Describe actividades o una etapa del proceso.
Decisión		Indica la comparación de dos resultados para tomar una decisión.
Almacenamiento		Representa la acción de almacenar información o materiales en un punto del proceso.
Dirección del flujo		Indica el orden en que se deben realizar las acciones.

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Maquinaria y Equipo

Según (Frederick, 2021), define a la maquinaria como un “activos tangibles que posee una empresa, cuya destinación es la fabricación de productos o la ejecución de actividades específicas dentro del desarrollo de los procesos operacionales”. Es decir, la maquinaria es un activo esencial para las empresas, ya que permite la fabricación eficiente de productos y la ejecución de actividades clave en los procesos operacionales. Su correcta selección, mantenimiento y utilización son fundamentales para garantizar la competitividad y el éxito a largo plazo de la empresa.

Distribución de la planta

Pérez Sotero Sociedad Limitada, (Limitada, 2014), menciona que “La distribución en planta, se define como la ordenación física de los elementos que constituyen la empresa. Pero no solo se refiere a situar las máquinas, los bancos de trabajo, las estanterías, etc.”. La distribución en planta implica una planificación estratégica de cómo se ubicarán y organizarán los diversos elementos de la empresa, además, la distribución en planta puede influir en la comunicación y la interacción entre los empleados, lo que a su vez puede afectar el trabajo en equipo y la eficacia organizacional. Por lo tanto, es crucial considerar no solo la disposición física de los elementos, sino también cómo esta disposición afectará la dinámica y el rendimiento general de la empresa.

Estudio Financiero

Según (Pérez, 2021), señala que estudio financiero es “el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción”. El estudio financiero evalúa la estructura de financiamiento del proyecto, determinando la proporción de capital propio y capital ajeno necesaria para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva.

Elementos del estudio Financiero

Según BACA URBINA (Gabriel, 2006), el estudio financiero “pretende determinar cuál es el monto de recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operaciones de la planta, así como otra serie de indicadores que sirva como base para la parte final y definitiva del proyecto”. El estudio financiero proporciona una visión detallada de los recursos financieros necesarios para implementar el proyecto, lo que incluye tanto los costos de inversión inicial como los gastos operativos continuos. Esto implica calcular los costos asociados con la adquisición de activos fijos, como maquinaria y equipo, así como los costos variables, como materias primas, mano de obra y gastos generales. Además, el estudio financiero analiza una serie de indicadores clave que sirven como base para la toma de decisiones finales sobre el proyecto.

Inversión Inicial

Manifiesta BACA URBINA (Gabriel, 2006), que la inversión inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”. Esta afirmación resalta la importancia de la inversión inicial como el conjunto de recursos necesarios para poner en marcha

las operaciones de la empresa, excluyendo el capital de trabajo que se destina a la gestión diaria de las actividades comerciales.

Inversión inicial fija

Una inversión inicial fija se refiere al monto de dinero que una empresa o individuo debe desembolsar al comienzo de un proyecto o negocio, destinado a cubrir los costos de adquisición de activos, equipos o infraestructura necesarios para poner en marcha la operación.

Inversión Diferida

Una inversión diferida es aquella en la que los desembolsos de capital no se realizan al inicio del proyecto, sino que se distribuyen a lo largo del tiempo. Esto permite que los costos se paguen en varias etapas o periodos, lo que puede facilitar la gestión financiera y la disponibilidad de recursos en diferentes momentos del desarrollo del negocio.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos financieros que una empresa utiliza para cubrir sus necesidades operativas diarias. Incluye dinero en efectivo y otros activos líquidos que se emplean para financiar la compra de inventarios, cubrir cuentas por pagar y manejar otros gastos corrientes.

Estados Financieros

Estado de pérdidas y ganancias.

Según (Urzúa, 2022) , menciona que el estado de pérdidas y ganancias “es un reporte financiero que muestra de manera minuciosa la situación de la empresa, es decir, si obtuvo ganancia o pérdidas en el ejercicio de un ciclo contable”, permitiéndonos analizar y medir aquellos parámetros que al ser evaluados correctamente, nos brinde una clara idea de la rentabilidad de la empresa.

Balance General.

Según (Figueiras, 2021), el balance general “es un estado financiero que brinda información sobre los activos, pasivos y patrimonio neto de una empresa, durante un período de tiempo determinado”. Este estado financiero es fundamental para la toma de decisiones financieras y la evaluación del rendimiento empresarial.

Flujo de caja.

Digital Bussines. (school, 2019), manifiesta que el flujo de caja se refiere a “la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de

salida, en un periodo de tiempo específico. Se utiliza para indicar la acumulación neta de activos líquidos durante un periodo concreto”, el flujo de caja es un indicador importante pues este brinda la información sobre los ingresos y gastos pudiendo obtener la solvencia y la liquidez de la organización.

Indicadores financieros económicos

Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

Al formarse toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: inversionistas, otras empresas, bancos o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio. (Gabriel, 2006).

Esta cita subraya la importancia de la inversión inicial para el establecimiento de una empresa y cómo los distintos tipos de financiamiento contribuyen a su formación, cada uno con su propio costo asociado.

Valor Actual Neto (VAN).

El Valor Actual Neto (VAN) (DatosMacro, s.f.), sirve para valorar la rentabilidad de una inversión en unidades monetarias. Para ello, se actualizan los cobros y los pagos que se producirán a lo largo de la inversión y se calcula la diferencia entre ellos.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Según (Arias, 2024), la tasa interna de retorno (TIR) “es la rentabilidad que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada”. La TIR se utiliza comúnmente como una herramienta para comparar la rentabilidad relativa de diferentes proyectos de inversión y para tomar decisiones sobre la asignación de recursos.

Costo/Beneficio.

El análisis de costo-beneficio es el proceso de analizar las decisiones de un negocio. Cuando una decisión está bajo consideración, el costo de una opción es restado del beneficio del mismo. (Shopify, s.f.)

Periodo de recuperación (PRI).

El periodo de recuperación (PRI) se trata de ese tiempo estipulado, o periodo de tiempo, en el que una empresa puede recuperar el dinero y activos totales gastados en una inversión realizada. (euroinnova, 2023). En otras palabras, el PRI es el tiempo que necesita una empresa

para recuperar lo que ha invertido en un proyecto. Esto es muy importante porque ayuda a las empresas a entender cuánto tiempo tomarán para ver de vuelta el dinero que han gastado.

Muebles

Se entiende por mueble a todo elemento que esté pensado, diseñado y construido a fin de ser utilizado en el espacio de una vivienda o edificación con diferentes usos de acuerdo a su forma o propósito. (Bembibre, 2009).

Esta definición resalta la esencia funcional y utilitaria del mueble como un objeto diseñado para satisfacer las necesidades básicas del ser humano, como el descanso, la alimentación y el almacenamiento de objetos. Sin embargo, también se reconoce que, a lo largo del tiempo, las personas han buscado que los muebles no solo sean funcionales, sino también estéticamente atractivos. Esta evolución en la percepción y diseño de los muebles refleja la importancia del confort y el estilo en la vida cotidiana, así como la influencia de la estética en la elección y apreciación de los objetos de mobiliario.

Muebles Multifuncionales

Para (Tenorio, 2014) los muebles multifuncionales tienen la misión de “ser prácticos, de manejo sencillo, cumplir con diversos propósitos y ocupar el mínimo espacio posible”. Esta definición destaca la importancia de la funcionalidad y la eficiencia en el diseño de los muebles multifuncionales. Estos muebles están diseñados para maximizar el espacio y la utilidad, ofreciendo soluciones versátiles para adaptarse a diferentes necesidades y situaciones en espacios reducidos. La simplicidad en su manejo y la capacidad para cumplir con varios propósitos los convierte en elementos clave en entornos donde el espacio es limitado, como apartamentos pequeños o espacios de trabajo compartidos.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Este estudio de mercado, a través de diversos instrumentos, facilitará el estudio de las tendencias de los consumidores. La investigación que llevaremos a cabo nos proporcionará datos sobre el perfil de nuestros potenciales clientes, el mercado, la competencia, la oferta y la difusión. Esta información será crucial para tomar decisiones informadas y acertadas.

Definición

BACA URBINA, Gabriel (2006) manifiesta que el estudio de mercado es el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Importancia

Un estudio de mercado es importante para reconocer la demanda insatisfecha existente, con ello determinamos aquellos gustos u preferencias de nuestros posibles consumidores en el mercado. Siendo, una parte primordial de la investigación, ya que conocer con precisión los datos para la toma de decisiones correctas es base en la inversión de la empresa.

Fuentes de Información

Las fuentes de información que se han de utilizar para la investigación se detallan a continuación, considerando que son una herramienta necesaria para la obtención de datos.

Fuentes de Información Primarias

Para la elaboración del presente plan de negocios se ha utilizado fuentes de información primaria, con el afán de obtener información sobre la oferta, demanda y mercado potencial, que viabilice el desarrollo del proyecto, mediante la elaboración de encuestas, las cuales se realizaron a una muestra representativa de la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga.

Fuentes de Información Secundarias

Se tomará en cuenta a las entidades que brinden información confiable como el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, del cual hemos obtenido los datos demográficos de nuestro mercado, además se realizará una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el mercado de muebles multifuncionales, tanto en artículos científicos, revistas, sitios web entre otros. Esta revisión permitirá establecer las bases teóricas para la investigación.

Enfoque de la investigación

La investigación presenta un enfoque cuantitativo debido a que analiza elementos que pueden ser medidos y cuantificados, así como también detallados y especificados cada uno de los factores correspondientes a un mercado. Este tipo de investigación permitirá conocer la cantidad exacta de clientes que consumirán los muebles multifuncionales, las características de los integrantes del mercado y ayudará a cuantificar la producción adecuada para la nueva empresa.

Alcance de la investigación

Alcance Descriptivo

Permitirá proporcionar una visión general detallada y precisa sobre el mercado, la parte técnica y financiera del negocio, además de la descripción del producto, el mercado objetivo y la estructura organizativa.

Alcance Explicativo

Proporcionará una explicación lógica y coherente de las razones detrás de las decisiones en el plan de negocios. Ayudará a comprender y justificar la viabilidad del negocio, al demostrar cómo se han considerado y abordado los factores clave como el mercado, la competencia, la demanda y los recursos disponibles.

Alcance Evaluativo

Permitirá realizar una evaluación crítica y exhaustiva de todas las áreas del plan de negocios.

Técnicas de Investigación

Encuesta

Para la recopilación de datos se ha empleado la técnica de la encuesta, la cual es una herramienta fundamental en investigaciones cuantitativas por su capacidad para obtener información precisa y detallada de un gran número de individuos en un tiempo relativamente corto. La encuesta ha sido diseñada para captar las percepciones, preferencias y comportamientos de los consumidores respecto a los muebles en la ciudad de Latacunga.

Instrumentos de investigación

Cuestionario

El instrumento utilizado para recopilar los datos será un cuestionario diseñado específicamente para este estudio, el cual se lo ha aplicado mediante la herramienta online Google forms. El cuestionario contendrá preguntas cerradas que permitirán obtener respuestas cuantificables sobre aspectos como oferta, demanda y preferencias de compra, precios, características de los muebles y se lo realizará a 382 personas correspondientes a la muestra de la población de 81394, la encuesta será aplicada en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga según se da talla en la distribución muestra.

Población

Tomando en consideración la proyección realizada por los autores Tinajero (2020), de la población urbana económicamente activa de la ciudad de Latacunga proyectada del año 2020 es de 76.999 habitantes donde se registra una población de 40.494 mujeres, que corresponde a

52,59%; y 36.505 hombres, que equivale a 47,41%. A continuación, se detalla el porcentaje de hombres como mujeres por parroquias:

Tabla 3.

Población Urbana de la ciudad de Latacunga

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Eloy Alfaro	11.375	12.618	23.993	31.16%
Ignacio Flores	8.637	9.581	18.218	23.66%
Juan Montalvo	7.954	8.824	16.778	21.79%
La Matriz	7.578	8.407	15.985	20.76%
San Buenaventura	960	1.065	2.025	2.63%
TOTAL	36.505	40.494	76.999	100%

Nota. Datos adaptados por los autores Tinajero (2020).

Teniendo los datos anteriores para la proyección de la población urbana al año 2024, es preciso utilizar la tasa de crecimiento población del 1.1% establecido por el (Banco Mundial, 2022).

Tabla 4.

Población Urbana proyectada de la ciudad del Latacunga al 2024.

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Eloy Alfaro	11.884	13.182	25.067	30,80%
Ignacio Flores	9.023	10.010	19.033	23,38%
Juan Montalvo	8.308	9.218	17.527	21,53%
La Matriz	7.916	9.730	17.646	21,68%
San Buenaventura	1.008	1.113	2.121	2,61%
TOTAL	38.140	43.254	81.394	100,00%

Nota. Datos adaptados por los autores Tinajero (2020).

Muestra

Para seleccionar la muestra, se empleará un muestreo aleatorio simple entre los residentes de la zona urbana de Latacunga durante el año 2024. Se considerará que cada individuo evaluado representa a la población total, lo que permitirá extraer conclusiones precisas sobre la viabilidad del proyecto de creación de la empresa.

Tamaño de la muestra

Para calcular la muestra, se aplicó la fórmula correspondiente a una población finita, utilizando los siguientes datos:

Cálculo de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

n= Tamaño de la muestra

Z=nivel de confiabilidad 95% =1.96

N=Universo. 80.849

p=Probabilidad de aceptación 0,50

q=Probabilidad de no aceptación 0,50

e=Margen de Error = 5%= 0,05

$$n = \frac{81.394 \times 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}{(81.394 - 1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{78170,7976}{204,4429}$$

$$n = 382$$

Plan Muestral

El cálculo del plan muestral se realizó utilizando el número de encuestados de las parroquias urbanas de Latacunga, con el fin de obtener información sobre la creación de una empresa de producción y comercialización de muebles. Los resultados se presentan en la tabla 5.

Tabla 5.

Cálculo del plan muestral

Parroquias	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Eloy Alfaro	56	63	119	31%
Ignacio Flores	43	48	91	24%
Juan Montalvo	39	43	82	22%
La Matriz	38	42	80	21%

San Buenaventura	5	5	10	3%
TOTAL	181	201	382	100%

Nota. Se observan como resultados un total del 382 representando al 100%.

Distribución de las encuestas

El cálculo de la distribución muestral se realizó utilizando el número de encuestados de cada una de los sectores pertenecientes a las parroquias urbanas de Latacunga. Los resultados se presentan en la tabla 6.

Tabla 6.

Distribución de las encuestas Eloy Alfaro

Eloy Alfaro	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Patutan	20	17	37	31%
San Felipe Parque Central	18	10	28	24%
Plaza comercial San Felipe	10	16	26	22%
La Calera	15	10	25	21%
San Rafael	2	1	3	3%
TOTAL	65	54	119	100%

Nota. Se considera los 5 sectores de Eloy Alfaro.

Tabla 7. *Distribución de las encuestas Ignacio Flores*

Ignacio Flores	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
La Laguna	17	10	27	30%
Parque Nautico	11	11	22	24%
Tapalan	10	10	20	22%
Sector Unidad Educativa	9	10	19	21%
Locoa	2	1	3	3%
TOTAL	49	42	91	100%

Nota. Se considera los 5 sectores de Ignacio Flores.

Tabla 8.

Distribución de las encuestas Juan Montalvo

Juan Montalvo	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
San Jose	13	12	25	30%
Colatoa	10	10	20	24%
Pusichisi	9	9	18	22%
Yugsiloma	10	9	19	23%

TOTAL	42	40	82	100%
-------	----	----	----	------

Nota. Se considera los 5 sectores de Ignacio Flores.

Tabla 9.

Distribución de las encuestas La Matriz

La Matriz	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Universidad Técnica de Cotopaxi	13	12	25	31%
Parque Vicente Leon	10	9	19	24%
Espe Matriz	9	8	17	21%
Escuela de las Fuerzas Armadas	8	8	16	20%
Mercado el Salto	2	1	3	4%
TOTAL	42	38	80	100%

Nota. Se considera los 5 sectores de La Matriz

Tabla 10.

Distribución de las encuestas San Buenaventura

San Buenaventura	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Bellavista	2	2	4	40%
Laigua Grande	2	2	4	40%
La Libertad	1	1	2	20%
TOTAL	5	5	10	100%

Nota. Se considera los 5 sectores de San Buenaventura

Análisis e interpretación de datos

1. ¿Ha comprado muebles multifuncionales anteriormente?

Tabla 11.

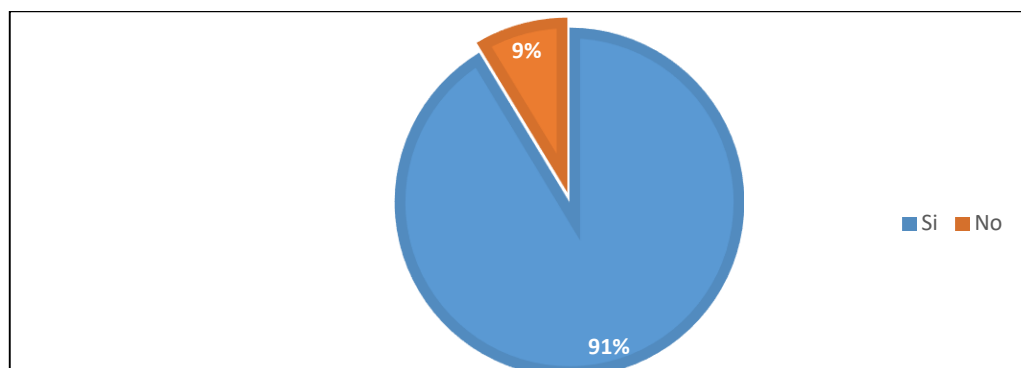
¿Ha comprado muebles multifuncionales anteriormente?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	349	91,36%
No	33	8,64%
Total	382	100,00%

Nota. Indica los resultados de los que sí o no han comprado anteriormente muebles multifuncionales.

Figura 1.

¿Ha comprado muebles multifuncionales anteriormente?



Nota. Se observa que el 91% ha comprado muebles para su hogar.

Se puede evidenciar que el 91.36% de la población ha comprado muebles para el hogar en algún momento de su vida, frente al 8.64% que no lo ha hecho lo que nos permite deducir que este producto tiene una alta demanda en el mercado y que su consumo es alto.

2. *¿Qué tan satisfecho/a está con la calidad de los muebles que ha adquirido?*

Tabla 12.

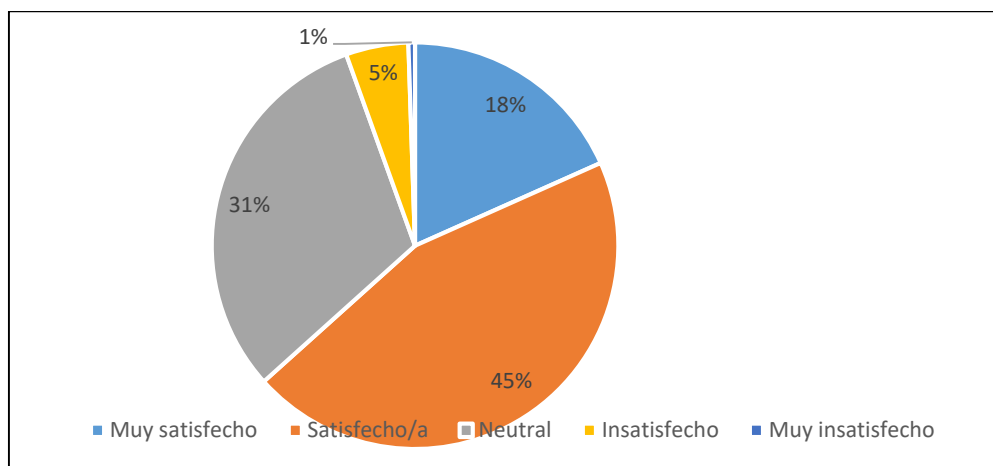
¿Qué tan satisfecho/a está con la calidad de los muebles que ha adquirido?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	70	18,32%
Satisfecho/a	172	45,03%
Neutral	119	31,15%
Insatisfecho	19	4,97%
Muy insatisfecho	2	0,52%
Total	382	100,00%

Nota. Se observa que tan solo el 0,52% están muy satisfechos con la calidad de muebles.

Figura 2.

¿Qué tan satisfecho/a está con la calidad de los muebles que ha adquirido?



Nota. Se puede observar los porcentajes de los resultados

A partir de los resultados obtenidos, se puede deducir que el 63.35% de la población está muy satisfecho/ satisfecho con los muebles que ha adquirido en algún momento de su vida, lo que nos sugiere que los muebles ya existentes en el mercado son altamente competitivos con una percepción bastante positiva por parte de los consumidores. Mientras que el 31.15% de la población definen su satisfacción como neutral, lo que sugiere que no tienen una opinión definida esto puede representar la necesidad de diferenciar o mejorar el producto, como los muebles multifuncionales lo proponen. Sin embargo, el 5.49% de la población se muestra Insatisfecho / Muy insatisfecho.

3. ¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente? (Seleccione todos los que correspondan).

Tabla 13.

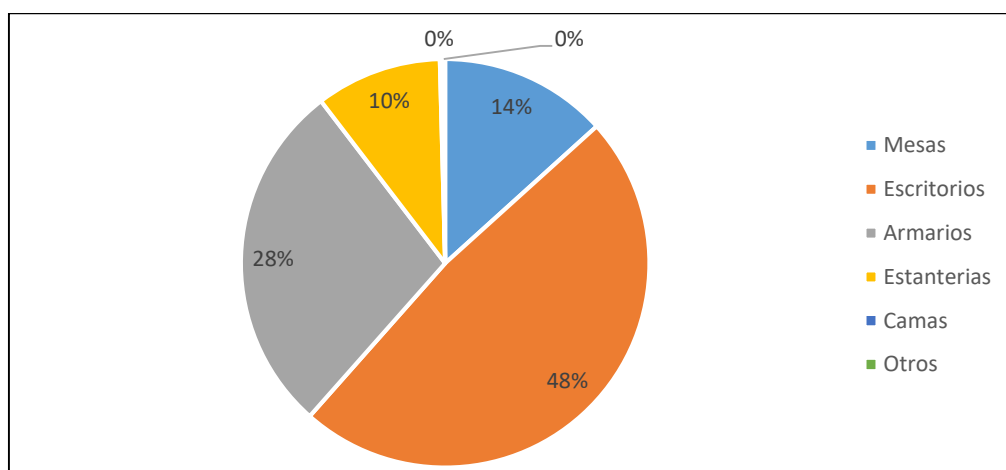
¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Mesas	64	13,31%
Escritorios	232	48,23%
Armarios	135	28,07%
Estanterías	48	9,98%
Camas	1	0,21%
Otros	1	0,21%
Total	481	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 3.

¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente?



Nota. Resultados en las encuestas.

Se puede apreciar que los tipos de muebles más demandados son: escritorios con el 48.23% , los armarios con el 28.07% , y las mesas con un menor porcentaje pero considerable de 13.31%. Estos datos reflejan la necesidad de espacios de trabajo en el hogar y la necesidad de almacenamiento. Mientras que productos como las estanterías con el 9.98%, y otros productos representan con el 0.42%, muestran una muy baja frecuencia de compra en relación a los otros productos

4. ¿En el caso de abrirse un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, estaría interesado en adquirirlos para su hogar?

Tabla 14.

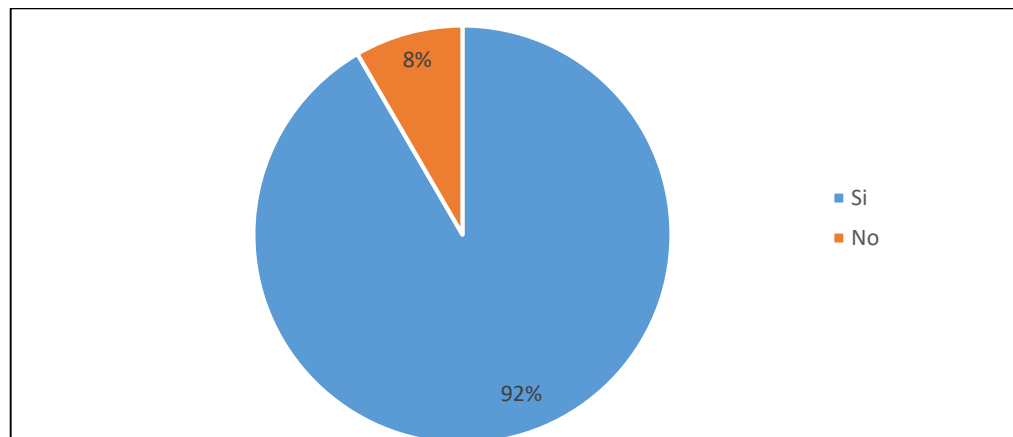
¿En el caso de abrirse un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, estaría interesado en adquirirlos para su hogar?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	91,62%
No	32	8,38%
Total	382	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 4.

¿En el caso de aperturarse un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, estaría interesado en adquirirlos para su hogar



Nota. Resultados en las encuestas.

Los datos muestran que los muebles multifuncionales tendrán una demanda potencial en el mercado ya que el 91,62% de la población han manifestado el interés por comprar este tipo de muebles, frente a una minoría de 8,38 que no los comprarían

5. ¿Qué factores consideraría al elegir muebles?

Tabla 15.

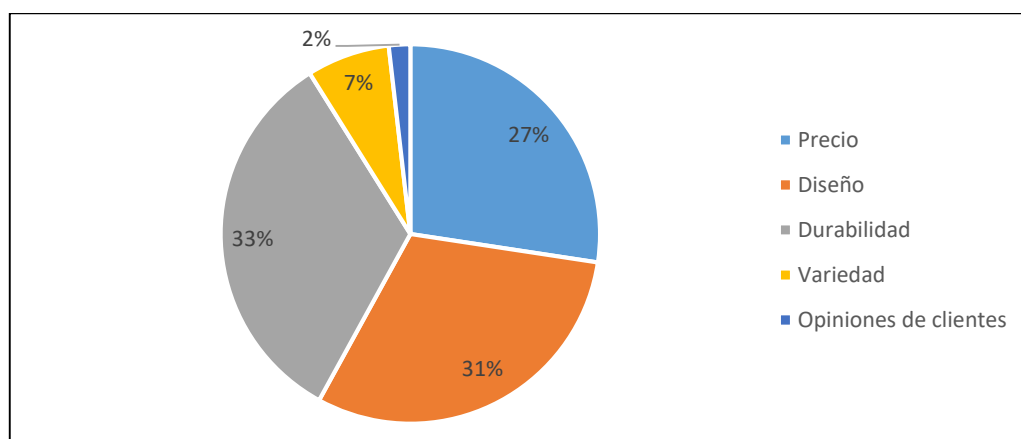
¿Qué factores consideraría al elegir muebles?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	120	27,40%
Diseño	134	30,59%
Durabilidad	145	33,11%
Variedad	31	7,08%
Opiniones de clientes	8	1,83%
TOTAL	438	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 5.

¿Qué factores consideraría al elegir muebles?



Nota. Resultados en las encuestas.

Los resultados indican que los factores más importantes para la decisión de compra de los consumidores son: la durabilidad con el 33,11%, seguido por el Diseño con el 30,59%, y el Precio con el 27,40%, Esto sugiere que los muebles multifuncionales deben enfocarse mayormente en ofrecer alta calidad, un diseño atractivo y a precios asequibles. Mientras que los factores como la Variedad 7,08% y Opiniones de clientes 1,83%, son factores con menor impacto en la decisión de compra de los consumidores

6. ¿Conoce otras empresas que vendan muebles multifuncionales en su zona?

Tabla 16.

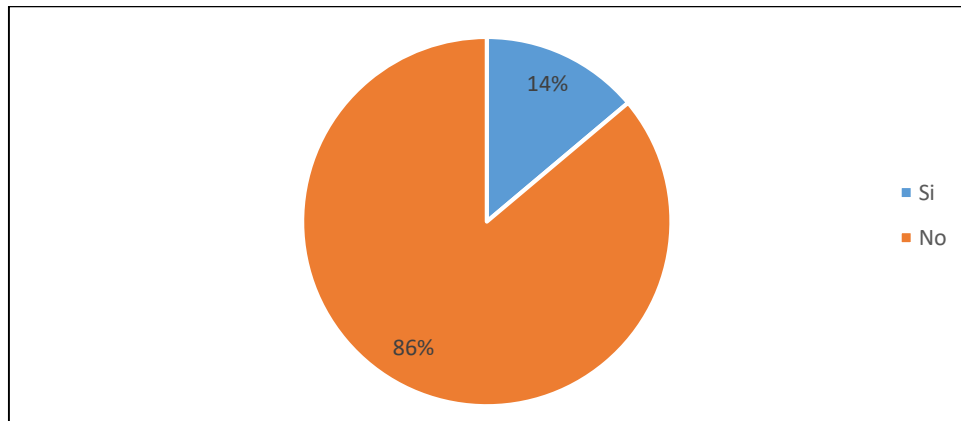
¿Conoce otras empresas que vendan muebles multifuncionales en su zona?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	13,87%
No	329	86,13%
Total	382	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 6.

¿Conoce otras empresas que vendan muebles multifuncionales en su zona?



Nota. Resultados en las encuestas.

A partir de los datos podemos deducir que el 86,13% de la población no conoce empresas en las que puedan comprar muebles multifuncionales frente a una minoría del 13,87% que si conocen empresas de muebles multifuncionales lo que muestra que la competencia no es muy reconocida o no existe mucha competencia.

7. *¿Qué características buscaría en las muebles multifunciones de esta nueva empresa?*

Tabla 17.

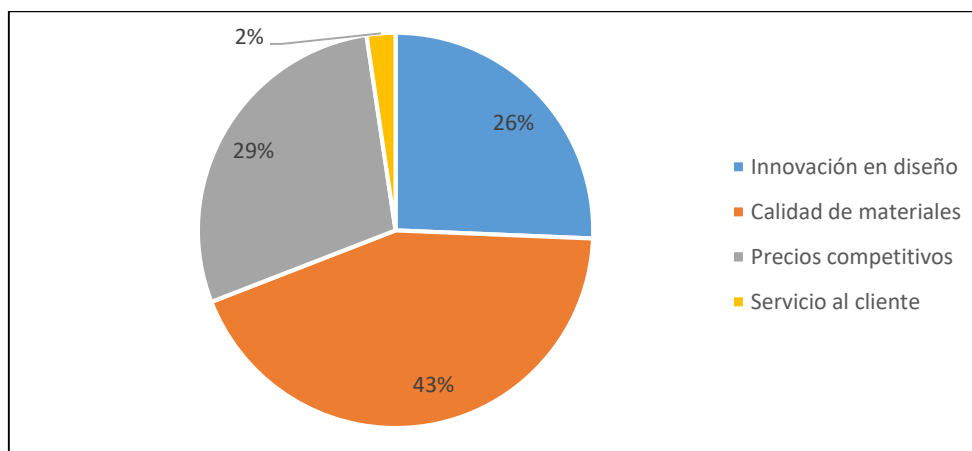
¿Qué características buscaría en las muebles multifunciones de esta nueva empresa?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Innovación en diseño	98	25,65%
Calidad de materiales	166	43,46%
Precios competitivos	109	28,53%
Servicio al cliente	9	2,36%
TOTAL	382	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 7.

¿Qué características buscaría en las muebles multifunciones de esta nueva empresa?



Nota. Resultados en las encuestas.

Los datos muestran que el 43,46% de la población busca principalmente características como la calidad de los materiales, y el 28,53% de la población busca Precios competitivos seguido por el 25,65%, de la población que busca Innovación en diseño en los muebles multifuncionales, Estas características son las más apreciadas por los consumidores. Mientras que el 2,36% de la población busca un buen Servicio al cliente, siendo la característica menos considerada, lo que sugiere que, aunque es importante, no es un factor decisivo.

8. ¿Dónde compró sus últimos muebles de hogar?

Tabla 18.

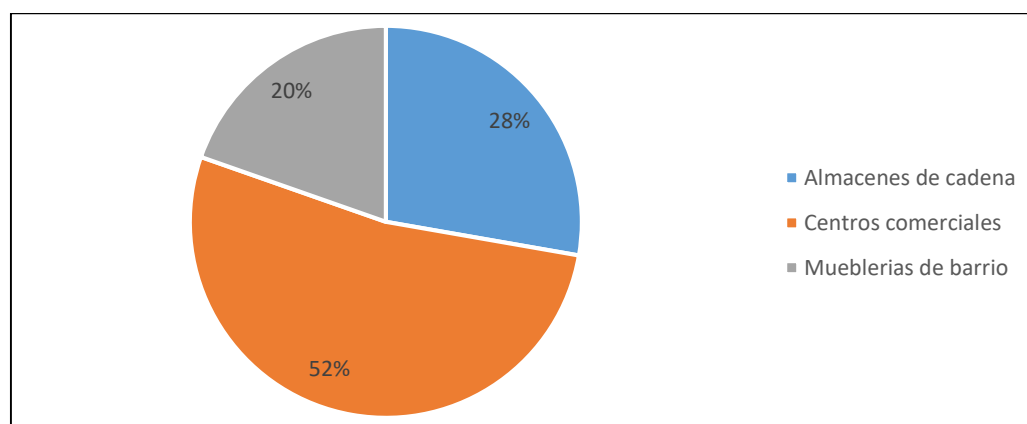
¿Dónde compró sus últimos muebles de hogar?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes de cadena	106	27,75%
Centros comerciales	201	52,62%
Mueblerías de barrio	75	19,63%
Total	382	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 8.

¿Dónde compró sus últimos muebles de hogar?



Nota. Resultados en las encuestas.

El 52.62% de la población ha comprado muebles para el hogar en Centros comerciales siendo el lugar más común para la compra de muebles, el 27.75%, de la población ha comprado muebles para el hogar en Almacenes de cadena siendo también una opción significativa y el 19.63%, de la población ha comprado muebles para el hogar en Mueblerías de barrio siendo este el punto de venta menos concurrido, pero aún relevantes para un segmento del mercado. La mayoría de los consumidores prefiere comprar en centros comerciales y almacenes de cadena, lo que sugiere que estos lugares tienen una fuerte presencia y atracción.

9. ¿Con qué frecuencia compra muebles para el hogar?

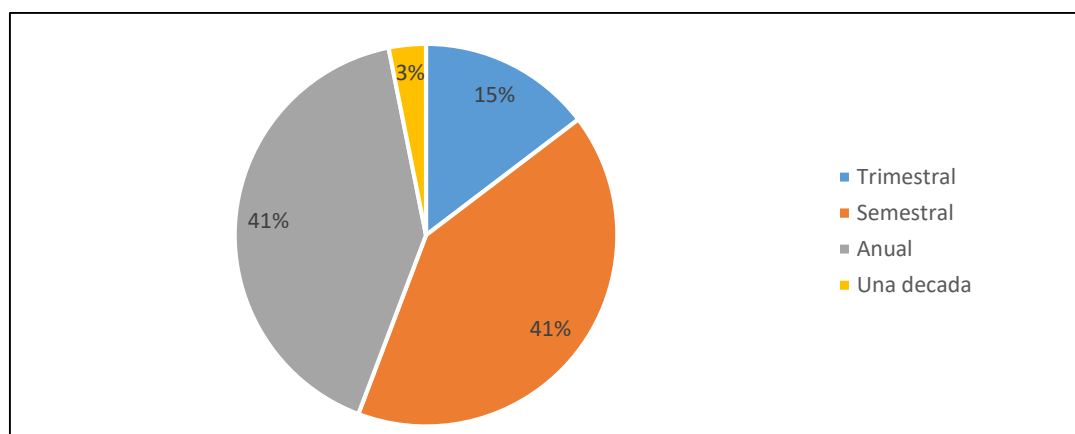
Tabla 19.

¿Con qué frecuencia compra muebles para el hogar?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Trimestral	56	14,66%
Semestral	157	41,10%
Anual	157	41,10%
Una década	12	3,14%
TOTAL	382	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas.

Figura 9. ¿Con qué frecuencia compra muebles para el hogar?



Nota. Resultados en las encuestas.

A partir de los datos se puede evidenciar que el 82 % de la población manifiesta que compran muebles de manera anual o semestral es decir que la mayoría de la población compran muebles 6 a 12 meses, mientras que el 14.66% de la población compra muebles de manera trimestral y el 3.14% de la población compra muebles cada década. La frecuencia semestral y anual es la más común, sugiriendo que hay un mercado activo para la compra de muebles. Esto presenta oportunidades para capturar clientes que buscan renovar su mobiliario regularmente, especialmente con opciones innovadoras y multifuncionales.

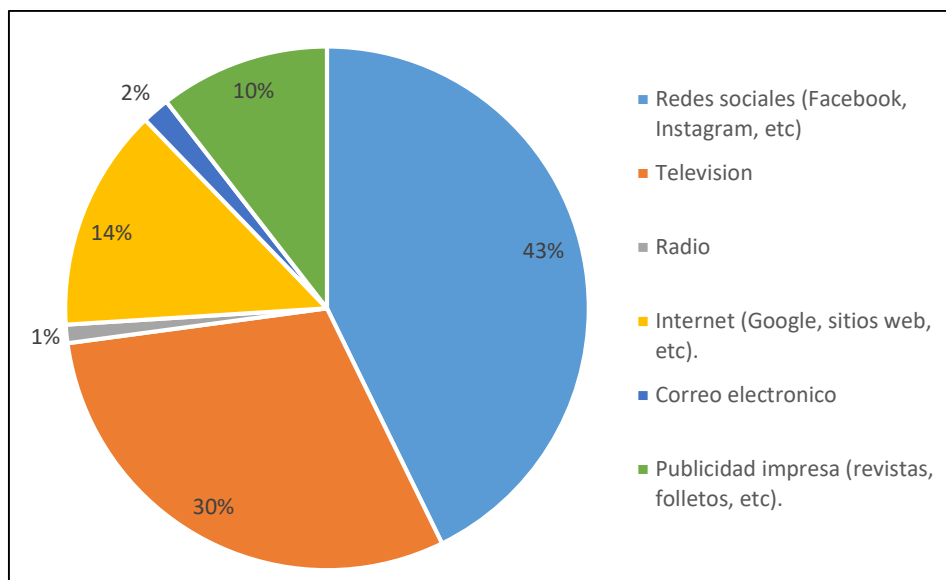
10. ¿Qué medios prefiere para recibir información sobre muebles multifuncionales?

Tabla 20. ¿Qué medios prefiere para recibir información sobre muebles multifuncionales?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales (Facebook, Instagram, etc)	301	42,76%
Television	212	30,11%
Radio	8	1,14%
Internet (Google, sitios web, etc).	97	13,78%
Correo electronico	12	1,70%
Publicidad impresa (revistas, folletos, etc).	74	10,51%
TOTAL	704	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 10. ¿Qué medios prefiere para recibir información sobre muebles multifuncionales?



Nota. Resultados en las encuestas

Las redes sociales, con un 42.76%, son el medio más popular, destacando la importancia de una fuerte presencia en plataformas como Facebook e Instagram. Además, la televisión, con un 30.11%, también es relevante, lo que sugiere que la publicidad televisiva sigue siendo efectiva. Aunque Internet representa un 13.78%, indicando que una estrategia digital es importante, no es tan predominante como las redes sociales. Por otro lado, la publicidad impresa, con un 10.51%, tiene un papel menor. Finalmente, la radio y el correo electrónico, con un 1.14% y un 1.70% respectivamente, son los medios menos preferidos. En resumen, las redes sociales y la televisión son los medios más efectivos para llegar a los consumidores interesados en muebles multifuncionales.

11. ¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por los muebles multifuncionales de melanina que se presentan a continuación con sus respectivas especificaciones?

Tabla 21.

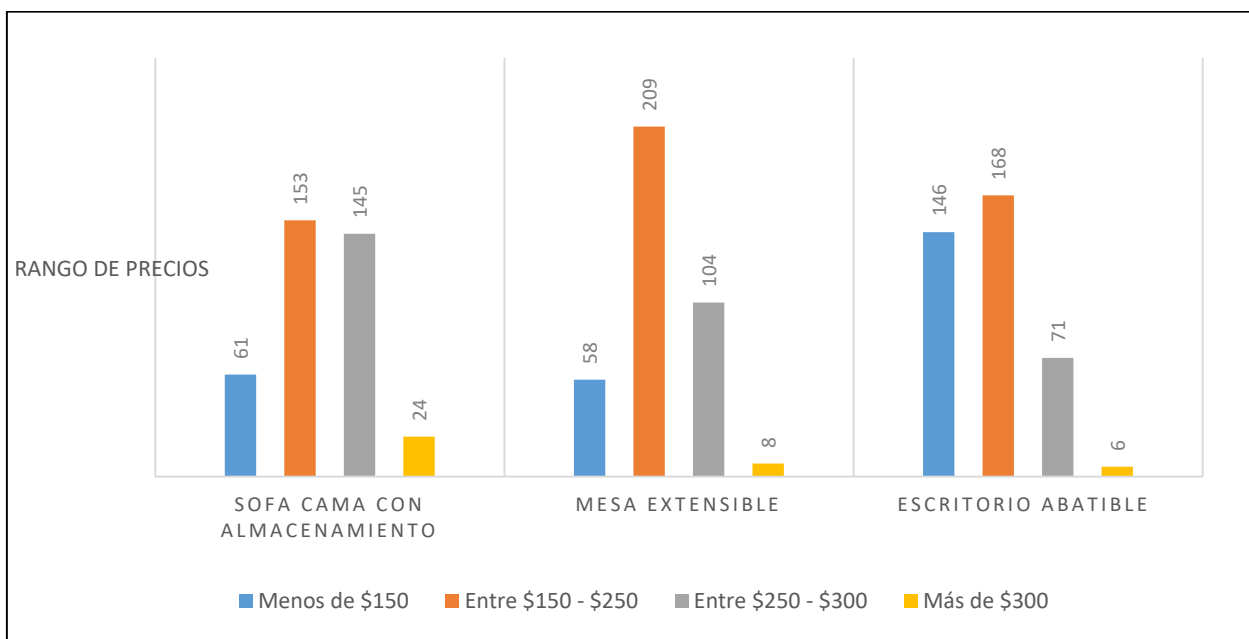
¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por los muebles multifuncionales de melanina que se presentan a continuación con sus respectivas especificaciones?

Respuestas	Menos de \$150	%	Entre \$150 - \$250	%	Entre \$250 - \$300	%	Más de \$300	%	Total	% Total
Sofá cama con almacenamiento	61	15,93%	153	39,95%	145	37,86%	24	6%	383	100,00%
Mesa extensible	58	15,30%	209	55,15%	104	27,44%	8	2%	379	100,00%
Escritorio abatible	146	37,34%	168	42,97%	71	18,16%	6	2%	391	100,00%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 11.

¿Cuál es el rango de precios que está dispuesto a pagar por los muebles multifuncionales de melanina que se presentan a continuación con sus respectivas especificaciones?



Nota. Resultados en las encuestas.

Para el sofá cama con almacenamiento, la mayoría de la población encuestada prefiere precios entre \$150 y \$300, con una inclinación hacia el rango más bajo. En cuanto a la mesa extensible, más de la mitad de los encuestados prefieren el rango de \$150 a \$250. En el caso del

escritorio abatible, el interés se centra en precios menores de \$250, lo que destaca la importancia de ofrecer opciones asequibles.

Definición del producto

Escritorio multifuncional

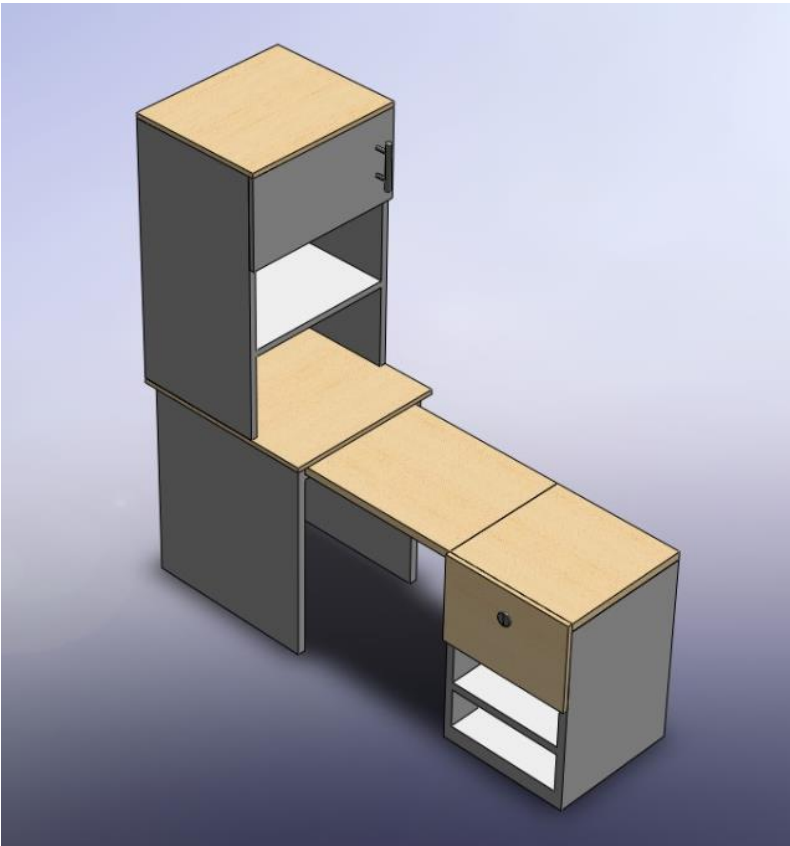
El escritorio multifuncional es una solución versátil y elegante para espacios de trabajo y estudio en el hogar u oficina. Combina una estantería vertical con repisas superiores para almacenamiento de libros y documentos, con un ingenioso sistema de brazo hidráulico que revela una amplia superficie plana utilizada como escritorio. Este diseño innovador maximiza el uso del espacio al integrar funciones de almacenamiento y trabajo en un solo mueble.

Características Técnicas

- **Materiales de Construcción:** Construido con melamina de alta resistencia para una durabilidad excepcional. La estructura principal incluye refuerzos metálicos para una mayor estabilidad.
- **Gestión de Cables:** Incorpora ranuras integradas para gestionar cables y mantener el espacio organizado y libre de desorden.
- **Sistema de Apertura:** El sistema con brazo hidráulico permite abrir y cerrar la superficie del escritorio de manera suave y segura, facilitando el acceso al almacenamiento interior y optimizando el uso del espacio disponible.
- **Dimensiones y Opciones de Color:** La estantería tiene dimensiones de aproximadamente 144 cm de alto, 130 cm de ancho y 45 cm de profundidad. La superficie del escritorio desplegado ofrece 125 cm de ancho y 40 cm de profundidad. Disponible en una variedad de acabados que van desde tonos de madera clásicos hasta combinaciones modernas como roble oscuro con blanco, y gris grafito con blanco, adaptándose a diferentes estilos de decoración.
- **Propuesta de Valor:** Nuestro escritorio multifuncional se distingue por su diseño inteligente que optimiza el espacio y mejora la productividad. La combinación de materiales de alta calidad, ajustes ergonómicos y soluciones innovadoras lo convierten en la elección ideal para usuarios que buscan funcionalidad y estilo en sus entornos de trabajo.

Figura 12.

Escritorio multifuncional



Nota. Vista formato 3D del producto. Revisar planos en 2D en anexos.

Mesa extensible multifuncional

Es ideal para espacios donde se requiere flexibilidad y capacidad de adaptación.

Inicialmente diseñada para cuatro personas, esta mesa cuadrada de 140 cm de lado se transforma fácilmente para alojar cómodamente hasta seis personas cuando se extiende. El ingenioso sistema de extensión incorpora un tablero dividido que se desliza hacia los extremos para dejar espacio en el centro, donde se puede añadir una pieza adicional que se guarda discretamente bajo la mesa.

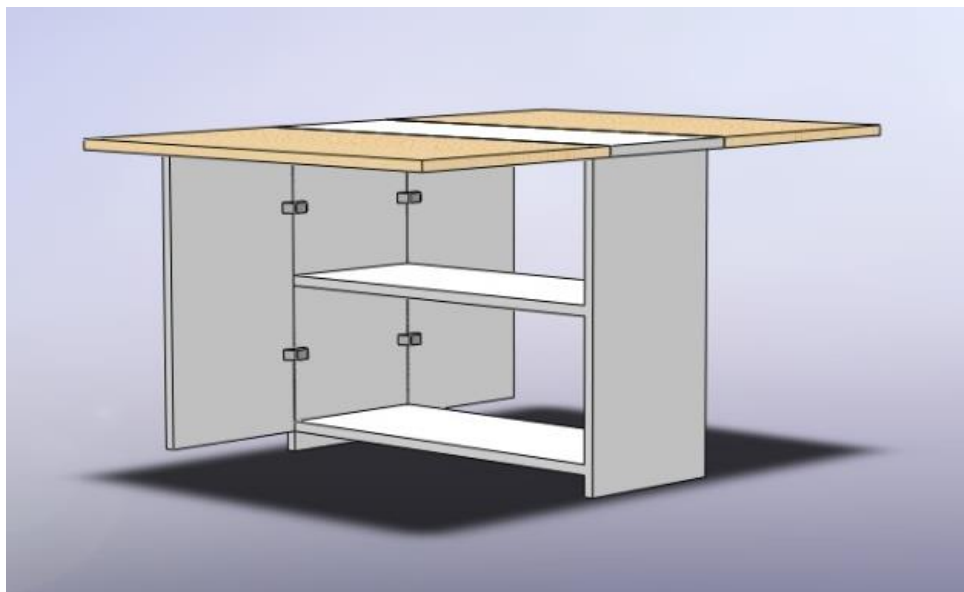
Características Técnicas

- **Materiales de Construcción:** Fabricada con melamina resistente que ofrece durabilidad y facilidad de mantenimiento, perfecta para un uso cotidiano en el hogar.

- Sistema de Extensión: De la mesa original pequeña se despliega dos pequeñas puertas de la parte inferior estas a su vez dan soporte a la superficie de la mesa para aumentar su tamaño
- Diseño y Estilo: Disponible en una gama de acabados que van desde tonos naturales de madera hasta opciones más contemporáneas en combinaciones de colores que se integran con diversos estilos de decoración. Dentro de los diseños se brinda diferentes medidas que se adaptan al tamaño de diferentes habitaciones.
- Dimensiones y Funcionalidad: La mesa tiene dimensiones de 40 cm de ancho x 110 cm de largo y de alto 72.5cm cuando está cerrada, extendiéndose hasta aproximadamente 160 cm de largo por 110 cm de largo y de alto 72.5 cm cuando se utiliza la función de extensión. Esto la convierte en una solución versátil para familias y espacios de entretenimiento donde se requiere flexibilidad en la capacidad de asientos.
- Propuesta de Valor: La mesa extensible se distingue por su diseño inteligente que se adecua al espacio disponible con una original funcionalidad. Ofrece la capacidad de adaptarse fácilmente a las necesidades cambiantes de los usuarios, manteniendo al mismo tiempo un aspecto estético atractivo y la durabilidad que garantiza años de uso sin complicaciones.

Figura 13.

Mesa extensible multifuncional



Nota. Vista formato 3D del producto. Revisar planos en 2D en anexos.

Armario multifuncional

El armario multifuncional es una solución versátil y elegante para organizar ropa y accesorios en cualquier espacio. Diseñado para combinar funcionalidad y estilo, este armario incluye compartimientos específicos para colgar ropa, cajones para almacenamiento adicional, una puerta deslizable con espejo de cuerpo completo y una zapatera integrada en el lateral.

Características Técnicas:

- **Estructura y Medidas:** Construido con melamina de alta resistencia para garantizar durabilidad y facilidad de mantenimiento. Sus dimensiones aproximadas son 200 cm de alto, 130 cm de ancho y 56 cm de profundidad, proporcionando un amplio espacio de almacenamiento sin ocupar demasiado espacio en la habitación.

Funcionalidades Integradas:

- **Compartimientos para Colgar Ropa:** Incluye una sección principal con una barra para colgar prendas de vestir, optimizando el almacenamiento vertical.
- **Cajones:** Dispone de cajones espaciosos para organizar prendas dobladas, accesorios o cualquier otro artículo personal.
- **Puerta Deslizable con Espejo:** La puerta principal es deslizable y cuenta con un espejo de cuerpo completo en su superficie exterior, proporcionando comodidad y funcionalidad adicional al permitirte verte de pies a cabeza.
- **Zapatera Lateral:** Un compartimento lateral específicamente diseñado para almacenar calzado de manera ordenada y accesible.
- **Diseño y Estilo:** Disponible en una variedad de acabados que van desde tonos de madera natural hasta opciones más contemporáneas en combinaciones de colores neutros que se adaptan fácilmente a diferentes estilos de decoración interior.
- **Propuesta de Valor:** Nuestro armario multifuncional se destaca por su diseño inteligente que optimiza el espacio y mejora la organización personal. Combina calidad de materiales, funcionalidades integradas y un diseño estético que lo convierten en una elección ideal para aquellos que buscan eficiencia y estilo en el almacenamiento de sus prendas y accesorios.

Figura 14.

Armario multifuncional



Nota. Vista formato 3D del producto. Revisar planos en 2D en anexos.

Análisis de la demanda

La demanda se la define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores. Este análisis permitirá conocer las unidades de productos que la población demandan en el lugar, siendo una referencia para el desarrollo del proyecto.

Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha, nos hemos basado en la siguiente pregunta de nuestra encuesta: "En el caso de la apertura de un nuevo local de muebles multifuncionales en la ciudad de Latacunga, ¿estaría interesado en adquirirlos para su hogar?" Esta pregunta nos permite

identificar la cantidad de consumidores que desean adquirir los muebles multifuncionales y, por ende, la demanda insatisfecha.

Los resultados obtenidos muestran que el 91.62% de la población encuestada está interesada en la adquisición de este tipo de muebles. La población considerada para nuestro plan de negocios es de 81.394 personas. De esta población, el 91,62% está dispuesto a comprar los muebles multifuncionales para su hogar, es decir, 74.573 personas comprarían nuestros muebles multifuncionales para el hogar.

Tabla 22.

Demanda insatisfecha

Demanda Insatisfecha		
81.394	91,62%	74.573

Nota. Resultados

En nuestro cuestionario también formulamos la siguiente pregunta: "¿Qué tipo de muebles ha comprado más frecuentemente?" Los resultados mostraron que los tipos de muebles más demandados son los escritorios, con el 48.23%; los armarios, con el 28.07%; y las mesas, con el 13.31%. Con esta información, enfocaremos nuestra producción principalmente en escritorios, armarios y mesas.

De nuestra demanda insatisfecha de 74,573, el 48.23% corresponderá a escritorios, el 28.07% a armarios y el 13.31% a mesas. Esto nos permite calcular la demanda insatisfecha para cada producto, basándonos en los datos recopilados.

Tabla 23.

Demanda insatisfecha por producto

Demanda insatisfecha por producto (en unidades)		
Escritorios	48,23%	35967
Armarios	28,07%	20933
Mesas	13,31%	9926

Nota. Resultados

A partir de la demanda insatisfecha de cada producto, realizamos una proyección a cinco años utilizando un índice de crecimiento poblacional del 1.1%, según datos del (Banco Mundial, 2022), esta proyección es fundamental para anticipar y preparar nuestras operaciones de producción futuras.

Tabla 24.*Demanda proyectada por unidades: Escritorios*

Año	Demanda Proyectada Por Unidades: Escritorios	TCP 1.1%
2024	35967	396
2025	36362	400
2026	36762	404
2027	37167	409
2028	37575	413

Nota. Resultados

Como se observa en la Tabla 24. la demanda para el año 2024 de muebles multifunciones: escritorios es de 35.967. Además, se pronosticó al año 2028 siendo de 37.575.

Tabla 25.*Demanda proyectada por unidades: Armarios*

Años	Demanda Proyectada Por Unidades: Armarios	TCP 1.1%
2024	20933	230
2025	21163	233
2026	21396	235
2027	21631	238
2028	21869	241

Nota. Resultados

Como se observa en la Tabla 25. la demanda para el año 2024 de muebles multifunciones: armarios es de 20.933. Además, se pronosticó al año 2028 siendo de 21.869.

Tabla 26.*Demanda proyectada por Unidades: Mesas*

Años	Demanda Proyectada Por Unidades: Mesas	TCP 1.1%
2024	9926	109
2025	10035	110
2026	10145	112
2027	10257	113
2028	10370	114

Nota. Resultados

Como se observa en la Tabla 26. la demanda para el año 2024 de muebles multifunciones: mesas es de 9.926. Además, se pronosticó al año 2028 siendo de 10.37

Oferta proyectada

La empresa de muebles multifuncionales, al no enfrentar competencia directa en el mercado, tiene una gran oportunidad para posicionarse como líder y construir una base de clientes fieles. Sin embargo, existen empresas que producen productos sustitutos en el mercado, es por ende que se determina la cantidad de productos que serán ofrecidos durante los años que durará el proyecto relacionado con la fabricación de muebles.

Tabla 27.

Oferta proyectada por Unidades: Escritorios

Año	Oferta proyectada por unidades: escritorios	TCP 1.1%
2024	767	8
2025	775	9
2026	784	9
2027	792	9
2028	801	9

Nota. Resultados

Para obtener la oferta proyectada por unidades de Escritorios, se ha procedido a realizar una proyección en base al índice de crecimiento poblacional del 1,1% según datos del (Banco Mundial, 2022), siendo esto beneficioso para las aspiraciones futuras.

Tabla 28.

Oferta proyectada por Unidades: Armarios

Año	Oferta proyectada por unidades: Armarios	TCP 1.1%
2024	1278	14
2025	1292	14
2026	1306	14
2027	1320	15
2028	1335	15

Nota. Resultados

Para obtener la oferta proyectada por unidades de Armarios, se ha procedido a realizar una proyección en base al índice de crecimiento poblacional del 1,1% según datos del (Banco Mundial, 2022), siendo esto beneficioso para las aspiraciones futuras.

Tabla 29.*Oferta proyectada por Unidades: Mesas*

Año	Oferta proyectada por unidades: Mesas	TCP 1.1%
2024	256	3
2025	258	3
2026	261	3
2027	264	3
2028	267	3

Nota. Resultados

Para obtener la oferta proyectada por unidades de Mesas, se ha procedido a realizar una proyección en base al índice de crecimiento poblacional del 1,1% según datos del (Banco Mundial, 2022), siendo esto beneficioso para las aspiraciones futuras.

Análisis de Precios

Según (Kotler P. &, 2007) precio “es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”

Precios Actuales

El valor de los precios para nuestros productos se ha obtenido a través de un sondeo de precios en la ciudad de Latacunga obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 30.*Precio actual*

Producto	Promedio del sondeo de precios Valor (USD)
Escritorios	\$ 180,00
Armarios	\$ 350,00
Mesas	\$ 180,00

Nota. Resultados

En la tabla anterior representa el valor monetario (precio local) que tienen los productos sustitutos de muebles en la ciudad de Latacunga. En base a ello, se puede determinar los precios que regirán el negocio, al considerar los costos de producción que más adelante se analizarán.

Precios proyectados

Para lograr obtener los precios proyectados ha sido necesario la utilización del porcentaje de inflación anual de precios de febrero de 2024, respecto a febrero del 2023, el cual alcanzó 1,43% según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2024)

Tabla 31.

Precios proyectados (USD)

Año	Proyección de precios : escritorios	Proyección de precios : armarios	Proyección de precios : mesas
2024	\$180,00	\$300,00	\$170,00
2025	\$182,57	\$304,29	\$172,43
2026	\$185,18	\$308,64	\$174,90
2027	\$187,83	\$313,05	\$177,40
2028	\$190,52	\$317,53	\$179,93

Nota. Resultados de la proyección.

Como se mencionó anteriormente se usó el porcentaje de inflación el cual se encuentra en el 1,43% y, con la utilización de método de promedio se ha logrado obtener los datos Tabla 31.

En la tabla anterior se puede identificar que los precios de los muebles multifuncionales del presente proyecto se elevaran regularmente en los años de vida útil, permitiendo tener mejores beneficios en la actividad comercial de la empresa.

Análisis de Comercialización

“Comercializar se traduce como el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner, en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que los clientes que conforman el mercado, lo conozcan y consuman”. (Díaz, 2014) Para la comercialización de los muebles multifuncionales se plantean lo siguiente:

Políticas de comercialización:

- La política de producto y calidad asegura que todos los muebles multifuncionales ofrecidos mantengan altos estándares. Nos comprometemos a proporcionar productos que combinan durabilidad, funcionalidad y diseño moderno, garantizando la satisfacción del cliente y construyendo una reputación sólida en el mercado.
- Nuestra política de precios competitivos se centra en establecer precios que reflejen el valor percibido por los clientes mientras mantenemos la rentabilidad. Esto nos permite posicionarnos de manera efectiva en el mercado, atrayendo a clientes que buscan calidad y funcionalidad a precios accesibles.
- Por último, nuestra política de servicio al cliente es fundamental para construir relaciones duraderas. Nos comprometemos a ofrecer un servicio excepcional, con políticas claras de garantía, devolución y atención personalizada.

Estrategias de comercialización:

- La estrategia de redes sociales se centra en crear contenido visual atractivo en plataformas como Instagram y Pinterest. Utilizamos estas plataformas para mostrar la versatilidad y funcionalidad de nuestros muebles, conectando emocionalmente con nuestros seguidores y potenciales compradores.

Promociones:

- Implementaremos diversas estrategias promocionales para aumentar la visibilidad y el interés en nuestros muebles multifuncionales. Desde descuentos especiales durante lanzamientos de nuevos productos hasta concursos en redes sociales donde los participantes pueden ganar muebles, buscamos crear oportunidades atractivas para nuestros clientes. Además, ofrecemos envíos gratuitos o con descuento en ciertas temporadas y promociones estacionales para celebrar festividades clave, todo diseñado para no solo aumentar las ventas, sino también fortalecer la conexión emocional con nuestra audiencia.

Canales de distribución:

- El canal de distribución que se va a utilizar es el de forma directa, puesto que al tener un área de comercialización el cliente puede adquirir los productos sin que existan intermediarios en el proceso, esto nos permite interactuar directamente con nuestros consumidores.

Considerando los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los canales de distribución a utilizarse son los siguientes:

Local comercial. Para ello adaptaremos un área específica donde los clientes puedan observar directamente los productos de la empresa, dando mayor interacción en el proceso de venta, este estará ubicado estratégicamente en la ciudad de Latacunga.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

Después de haber concluido con el estudio de mercado se pudo determinar que la población del Cantón de Latacunga en su mayoría está interesada en la adquisición de muebles multifuncionales, lo cual hace necesario sacar el producto al mercado manteniendo las expectativas del consumidor y sus precios al alcance de la población.

MENESES ÁLVAREZ, (Edilberto, 2001) manifiesta que el estudio técnico “analizará la posibilidad de fabricar un producto en condición de tamaño, localización de la unidad productiva, ingeniería, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.”

El estudio técnico facilitará considerar los factores más cruciales para iniciar el nuevo negocio y establecer las competencias necesarias de producción que se basa en los insumos y recursos disponibles, dando como resultado la optimización de todos los recursos disponibles. Los componentes de esta investigación son los siguientes:

Tamaño

BACA URBINA, (Gabriel, 2006) manifiesta que el tamaño es “la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”.

Al hablar del tamaño se hace referencia a la capacidad de producción que el proyecto mantendrá en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

Para determinar el tamaño de un proyecto, es esencial iniciar con un estudio de mercado que estime la demanda insatisfecha y los posibles consumidores. Estos datos, influenciados por el mercado y la economía, son cruciales para definir la capacidad de producción.

El tamaño del proyecto debe ser financieramente viable para los inversores, teniendo en cuenta el tamaño del mercado, las materias primas, el personal, la financiación y el uso de tecnología.

Tamaño y Mercado

El tamaño del proyecto está determinado en base a la demanda que existe en el mercado, siendo este el factor principal para definirlo. Finalizando la investigación de mercado se ha determinado que la demanda insatisfecha actual de los muebles multifuncionales Escritorios es de 35.967, por lo que, para el primer año se debe cubrir el 0,67% del total; mientras que la demanda insatisfecha actual de los muebles multifuncionales Armarios es de 20.933, por lo que, para el primer año se debe cubrir el 0,69% del total y finalmente la demanda insatisfecha actual de los muebles multifuncionales Mesas es de 9.926, por lo que, para el primer año se debe cubrir el 1,45% del total.

Tabla 32.*Unidades/Demanda Insatisfecha: Escritorios*

Año	Unidades/Demanda Insatisfecha: Escritorios
2024	35967
2025	36362
2026	36762
2027	37167
2028	37575

Nota. Resultados

La Tabla.32 representa la demanda insatisfecha de unidades de muebles para los siguientes cinco años, la cual se va elevando gracias al crecimiento poblacional del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022), siendo así que para el quinto año existirá una demanda insatisfecha de 37.575 unidades.

Tabla 33.*Unidades/Demanda Insatisfecha: Armarios*

Año	Unidades/Demanda Insatisfecha: Armarios
2024	20933
2025	21163
2026	21396
2027	21631
2028	21869

Nota. Resultados

La Tabla.33 representa la demanda insatisfecha de unidades de muebles para los siguientes cinco años, la cual se va elevando gracias al crecimiento poblacional del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022), siendo así que para el quinto año existirá una demanda insatisfecha de 21.869 unidades.

Tabla 34.*Unidades/Demanda Insatisfecha: Mesas*

Año	Unidades/Demanda Insatisfecha: Mesas
2024	9926
2025	10035
2026	10145
2027	10257
2028	10370

Nota. Resultados


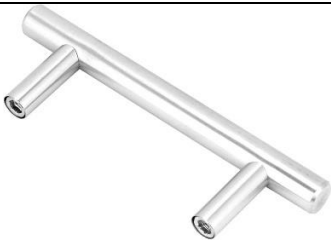


La Tabla.34 representa la demanda insatisfecha de unidades de muebles para los siguientes cinco años, la cual se va elevando gracias al crecimiento poblacional del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022), siendo así que para el quinto año existirá una demanda insatisfecha de 10.370 unidades.







En función de materia prima

La empresa ofrecerá muebles multifuncionales para el hogar, lo cual como materias primas tendremos los siguientes materiales que permitirán su producción.

Tabla 35.

Materia prima: Escritorio


Mueble 1. Escritorio moderno entendible		
	Material	Imagen descriptiva
Directa	La melamina es un compuesto orgánico que, mezclado con otras sustancias, produce una sustancia sintética de gran resistencia, comúnmente denominada resina de melamina.	
	La manija de metal es el mecanismo o pieza de que sirve para abrir cajones.	
	Bisagras Mecanismos que permiten el movimiento de las tapas o puertas	
	La cerradura es un mecanismo de metal que se usa para el aseguramiento de cajones en muebles, con ello se mantiene la seguridad.	





	Rieles para cajones, estos aseguran que la apertura y cierre de los cajones sean eficiente y suaves.	
Indirecta	Goma para madera Pegamento utilizado para unir piezas de madera	
	Tornillos Elementos de fijación para ensamblar las partes	
	Lija Papel abrasivo para alisar superficies	
	Rollo film. Plástico utilizado para embalar	
	Mesas de trabajo: una mesa metálica donde se puede realizar múltiples actividades	

Nota. Imágenes obtenidas de google.com

Tabla 36.

Materia prima: Mesa expansible



Mueble 2. Mesa expansible		
Material		Imagen descriptiva
	La melamina es un compuesto orgánico que, mezclado con otras sustancias, produce una sustancia sintética de gran resistencia, comúnmente denominada resina de melamina.	
	Bisagras Mecanismos que permiten el movimiento de las tapas o puertas	
	Sistema deslizante Mecanismo que permite la extensión de la mesa	
	Pistón hidráulico es el mecanismo para el sistema de control de apertura y cierre.	
Indirecta	Adhesivo para madera	
	Lija Papel abrasivo para alisar superficies	






Tornillos Elementos de fijación para ensamblar las partes	
Clavos Elementos de fijación adicionales para mayor estabilidad	
Rollo film. Plástico utilizado para embalar	
Mesas de trabajo: una mesa metálica donde se puede realizar múltiples actividades	

Nota. Imágenes obtenidas de google.com

Tabla 37.

Materia prima: Armarios

Mueble 3. Armarios		
Material	Imagen descriptiva	
Directo	La melamina es un compuesto orgánico que, mezclado con otras sustancias, produce una sustancia sintética de gran resistencia, comúnmente denominada resina de melamina.	
	La manija de metal es el mecanismo o pieza de que sirve para abrir cajones y puertas	

	Bisagras Mecanismos que permiten el movimiento de las tapas o puertas	
	Rieles para cajones, estos aseguran que la apertura y cierre de los cajones sean eficiente y suaves.	
	Espejo Superficie reflectante para uso diario	
Indirecto	Tornillos Elementos de fijación para ensamblar las partes	
	Mesas de trabajo: una mesa metálica donde se puede realizar múltiples actividades	

Nota. Imágenes obtenidas de google.com

En función de mano de obra

Para realizar la producción y comercialización de muebles multifunciones se debe considerar a los colaboradores que intervendrán en la puesta en marcha y el desarrollo del negocio, ante ello se tomara en cuenta a 4 personas entre mano de obra directa e indirectas las cuales se detallan a continuación:

- Administrador General/Contador. – Persona capacitada que guiará la empresa en la toma de decisiones y la realización del control contable de la empresa.
- Un vendedor. – Persona que ofrecerá el producto de la empresa, con el fin de llegar a una venta con el cliente.
- Maestro especializado en melamina. – Persona con experiencia en madera melaminico MDF lacados, encargada de realizar la fabricación de los muebles.
- Ayudantes especializados en melamina. – Dos personas encargadas de asistir al maestro melaminico en la fabricación de muebles.

Las personas que se tomarán en cuenta para la formar la empresa, serán personas capacitadas profesionalmente, esto en lo referente a niveles administrativos y operativos. A las personas encargadas de la fabricación de muebles deberán tener experiencia verificada y comprobada en la fabricación de los mismos.

En el cantón de Latacunga, gracias a la presencia de Universidades y centros de estudios de niveles profesionales se dispone de personal profesional y capacitado en las áreas administrativas y operativas. Además, Latacunga ofrece personal con experiencia calificada en fabricación de mobiliarios entre ellos línea de hogar en melamina, los mismo que manejen adecuadamente la producción de muebles en la empresa.

Descripción de puesto

Tabla 38.

Descripción de puesto

Administrador General/Contador	Identificación	Identificación: Administrador General/Contador Número de plazas: 1 Clave: 1 Ubicación: Área administrativa Ámbito de operación: Nivel estratégico
	Propósito de puesto	Manejo de la empresa. Administrar recursos de la empresa. Toma de decisiones acertadas para el desempeño exitoso de la empresa. Realizar la contabilidad de la empresa.
	Especificaciones	Conocimiento: Administración de empresas Experiencia: 3 años Iniciativa: Liderazgo

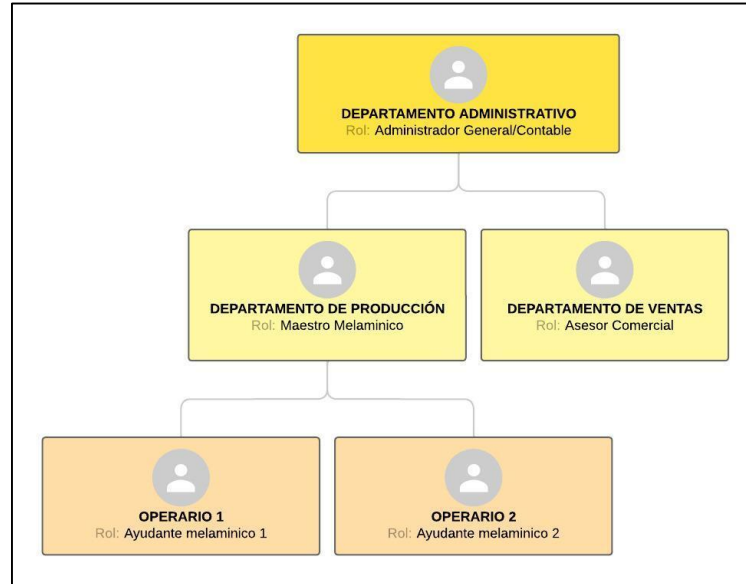
		Personalidad: Responsable, eficiente, comprometivo.
Vendedor	Identificación	Identificación: Vendedor Número de plazas: 1 Clave: 2 Ubicación: Área Comercial Ámbito de operación: Nivel operativo
	Propósito de puesto	Cumplir con las ventas de los productos. Brindar buena atención al cliente. Desarrollar estrategias de marketing.
	Especificaciones	Conocimiento: Marketing Experiencia: 3 años Iniciativa: Carismático Personalidad: Responsable, eficiente, alegre.
Maestro especializado en melanina	Identificación	Identificación: Maestro especializado en melanina Número de plazas: 1 Clave: 3 Ubicación: Área Operativa Ámbito de operación: Nivel operativo
	Propósito de puesto	Gestionar los recursos para la producción de los productos. Planificar y diseñar la producción. Supervisar la producción.
	Especificaciones	Conocimiento: Creación de muebles en melanina Experiencia: 3 años Iniciativa: Autoritario Personalidad: Activo, creativo, responsable.
Ayudante especializado en melanina	Identificación	Identificación: Ayudante especializado en melanina Número de plazas: 2 Clave: 4 Ubicación: Área Operativa Ámbito de operación: Nivel operativo
	Propósito de puesto	Fabricar los productos. Ayudar al maestro en el desarrollo del producto.
	Especificaciones	Conocimiento: Creación de muebles en melanina Experiencia: 2 años Iniciativa: Comprometido Personalidad: Activo, funcional, eficiente.

Nota. Se especifica las funciones de los colaboradores.

Estructura Orgánica

Figura 15.

Estructura Orgánica



Nota. Elaborado por Autores.

El organigrama anterior permite conocer cómo estará conformada la empresa, esto permitirá administrar los recursos de mejor manera, así como también tomar decisiones correctas para el buen desempeño.

En función a la Tecnología







El uso de herramientas y máquinas profesionales en la fabricación de muebles de melamina es crucial para garantizar la calidad y durabilidad del producto final. Estas herramientas permiten cortes precisos y acabados uniformes, lo cual es esencial para que las piezas encajen perfectamente y tengan un aspecto profesional, esto será posible a través de la utilización de los siguientes;

Tabla 39.

Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo
Maquinaria

<p>Sierra circular. - Es una máquina utilizada para cortar madera, metal, plástico u otros materiales en direcciones longitudinales o transversales.</p>	
<p>Taladro atornillador. - es una herramienta que sirve para atornillar y desatornillar tornillos o tuercas.</p>	
<p>Presna hidráulica Máquina que aplica presión uniforme. Uso principal: Ensamblaje de piezas y fijación de componentes.</p>	
<p>Lijadora de mano: Máquina para alisar superficies. Uso principal: Acabado de bordes y superficies de melamina.</p>	
<p>Herramientas</p>	
<p>Destornilladores Herramientas para apretar o aflojar tornillos. Uso principal: Ensamblaje y ajuste de componentes.</p>	

<p>Llaves Herramientas para ajustar pernos y tornillos. Uso principal: Ajuste y fijación de componentes.</p>	
<p>Martillo Herramienta para golpear y clavar clavos. Uso principal: Fijación de piezas.</p>	
<p>Escuadra Herramienta para asegurar ángulos rectos. Uso principal: Ensamblaje preciso y alineación.</p>	
<p>Nivel Herramienta para verificar la horizontalidad. Uso principal: Asegurar que las piezas estén niveladas.</p>	
<p>Formones Herramienta para esculpir y dar forma a la madera. Uso principal: Detalles y ajustes en la melamina.</p>	
<p>Brocas.- son los accesorios indispensables para el taladro.</p>	

Flexómetro.- Herramienta de medición	
Cúter.- Cortador para uso de cortes pequeños	

Nota. Imágenes obtenidas de google.com

En el mercado ecuatoriano existe la presencia de empresas especializadas en herramientas, materiales de construcción, y artículos para el hogar y la industria, facilitando la adquisición de las mismas. A continuación, se presenta un cuadro en el que se detallan los posibles proveedores de la tecnología que se utilizara en la empresa:

Tabla 40.

Proveedores

N°.	Empresa	Lugar
1	KYWI	Maltería Plaza Lataunga
2	Ferreterías Económicas	Av Unidad Nacional 1310, Latacunga
3	Centro Ferretero San Agustín	El Restaurador, Latacunga
4	Ferretería Ferregrupo	Simón Bolívar, Latacunga
5	Ferretería Toaquiza	39QC+6G, Latacunga

Nota. Resultados de investigación

Tamaño propuesto

Una vez realizada la investigación de campo y obtenida la cantidad demandada en unidades de productos se presenta a continuación:

Tabla 41.

Tamaño Propuesto Años/Unidades: Escritorios

Años	Demanda insatisfecha: escritorio	Participación en el mercado	Oferta estimada
1	35967	0,67%	240

2	36362	0,67%	245
3	36762	0,68%	251
4	37167	0,69%	256
5	37575	0,70%	262

Nota. Resultados

El presente proyecto cubrirá el 0,70% de la demanda insatisfecha de escritorios en sus años de vida útil, tomando en cuenta que el índice de crecimiento es del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022) y el porcentaje de aceptación es del 48,23% en escritorios. Se puede observar en la tabla 41. que el primer año se propone cubrir el 0,67% de la demanda insatisfecha, en tanto que para los siguientes años se tendrá un crecimiento poblacional promedio del 1,1% anual hasta llegar a cubrir el 0,70% de la demanda insatisfecha esto para el quinto año.

Tabla 42.

Tamaño Propuesto Años/Unidades: Armarios

Años	Demanda insatisfecha:armarios	Participación en el mercado	Oferta estimada
1	20933	0,69%	144
2	21163	0,70%	147
3	21396	0,70%	150
4	21631	0,71%	154
5	21869	0,72%	157

Nota. Resultados

El presente proyecto cubrirá el 0,72% de la demanda insatisfecha de armarios en sus años de vida útil, tomando en cuenta que el índice de crecimiento es del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022) y el porcentaje de aceptación es del 28,07% en armarios. Se puede observar en la tabla 42 que el primer año se propone cubrir el 0,69% de la demanda insatisfecha, en tanto que para los siguientes años se tendrá un crecimiento poblacional promedio del 1,1% anual hasta llegar a cubrir el 0,72% de la demanda insatisfecha esto para el quinto año.

Tabla 43.

Tamaño Propuesto Años/Unidades: Mesas

Años	Demanda insatisfecha:mesas	Participación en el mercado	Oferta estimada
1	9926	1,45%	144
2	10035	1,47%	147

3	10145	1,48%	150
4	10257	1,50%	154
5	10370	1,52%	157

Nota. Resultados

El presente proyecto cubrirá el 1,52% de la demanda insatisfecha de mesas en sus años de vida útil, tomando en cuenta que el índice de crecimiento es del 1,1% según él (Banco Mundial, 2022) y el porcentaje de aceptación es del 13,31% en mesas. Se puede observar en la tabla 43 que el primer año se propone cubrir el 1,45% de la demanda insatisfecha, en tanto que para los siguientes años se tendrá un crecimiento poblacional promedio del 1,1% anual hasta llegar a cubrir el 1,52% de la demanda insatisfecha esto para el quinto año.

Plan de Producción

En la Tabla 44 se puede observar que la nueva empresa ofertara para los siguientes 5 años de vida útil, cubriendo así para el quinto año el 0,70% de la demanda insatisfecha de escritorios representando 262 unidades de escritorios; el 0,72% de la demanda insatisfecha de armarios representando 157 unidades de armarios y por último el 1,52% de la demanda insatisfecha de mesas representando 157 unidades de mesas.

La nueva empresa realizara la producción en las siguientes cantidades:

Tabla 44.

Producción: Escritorios

Años	Producción anual escritorios	Producción mensual escritorios
1	240	20
2	245	20
3	251	21
4	256	21
5	262	22

Nota. Resultados

Tabla 45.

Producción: Armarios

Años	Producción anual armarios	Producción mensual armarios
1	144	12
2	147	12

3	150	13
4	154	13
5	157	13

Nota. Resultados

Tabla 46.

Producción: Mesas

Años	Producción anual mesas	Producción mensual mesas
1	144	12
2	147	12
3	150	13
4	154	13
5	157	13

Nota. Resultados

Para calcular el plan de producción, hemos considerado la tecnología, el tiempo y la mano de obra requeridas en los procesos de fabricación de cada uno de los tres productos, a continuación, lo detallamos:

Tiempos de Producción por cada producto:

Escritorios Multifuncionales: 3,7 horas

Armarios Multifuncionales: 4 horas

Mesas Extensibles: 3 horas

Total de horas disponibles por semana: 39,5 horas

5 días hábiles \times 8 horas laborales/día = 40 horas

Las 40 horas disponibles por semana se dividen de manera equilibrada para la producción de los tres productos como se detalla a continuación. Ajustamos la cantidad de productos para que se produzcan de manera equilibrada y no se excedan las 40 horas semanales. Consideramos producir cantidades prácticas y realistas, manteniendo un margen para cada tipo de producto.

Tabla 47.

Cálculo de tiempos utilizados

Producto	Tiempo de producción por cada producto	Número de unidades de cada producto	Total de tiempo utilizado
Escritorios Multifuncionales	3,7 horas	5	18,5 horas

Armarios Multifuncionales	4 horas	3	12 horas
Mesas Extensibles	3 horas	3	9 horas
Total Semanal:		39,5 horas	

Nota. Se realizó el cálculo del tiempo a utilizarse en la producción de los diferentes muebles.

Esta combinación permite aprovechar al máximo la capacidad de producción disponible mientras se mantiene un equilibrio entre los diferentes tipos de productos. Claro que esto puede variar debido a múltiples factores, por lo que se puede ajustar la cantidad de producción de acuerdo con la demanda.

Esta distribución ofrece un equilibrio razonable y ajustado por debajo de las 40 horas semanales, con una cantidad mayor de escritorios y mesas en comparación con los armarios. Se ha priorizado de esta manera debido a que los escritorios son el producto más demandado, seguidos por los armarios y luego las mesas.

Tabla 48.

Unidades de productos

Producto	Unidades por semana	Unidades por mes	Unidades por semestre	Unidades por año
Escritorios Multifuncionales	5	20	120	240
Armarios Multifuncionales	3	12	72	144
Mesas Extensibles	3	12	72	144
Total	11	44	264	528

Nota. Resultados de unidades por semana, mes, semestre y año.

Como se puede observar en la tabla 48 con esta distribución, se produce un total de 20 escritorios, 12 mesas y 12 armarios durante el mes, asegurando que la producción esté equilibrada a lo largo del mes, maximizando el uso de las horas disponibles, manteniendo un flujo de producción constante. La producción anual de la nueva empresa en base a sus 3 productos es de 528 unidades.

Localización

Un estudio de localización es un análisis exhaustivo que se realiza para determinar la ubicación más adecuada para establecer una nueva instalación, como una planta de producción, una tienda, una oficina o un centro de distribución. Este tipo de estudio toma en cuenta diversos factores que pueden influir en el éxito y la eficiencia de la operación.

Macro localización

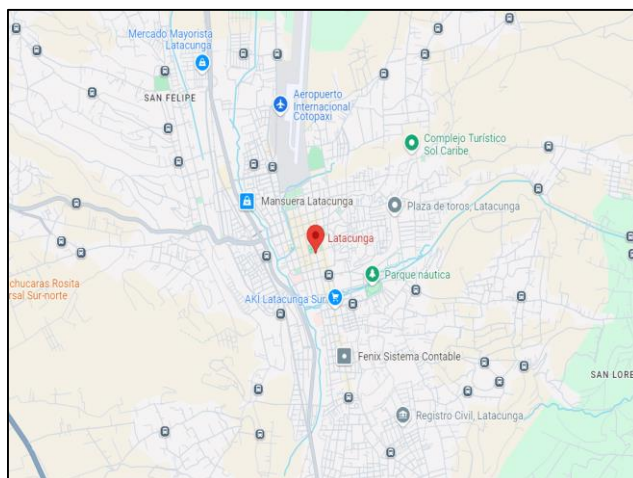
Se establece que la empresa de muebles multifunciones se ubicara en el Ecuador, región Sierra, en la Provincia de Cotopaxi, específicamente en el Cantón Latacunga. Los motivos por lo que se ha considerado esta localización son los siguientes:

- Proximidad a Materias Primas, reduciendo costos de transporte y tiempos de suministro. Infraestructura y Logística, lo que facilita la logística y el transporte tanto de materias primas como de productos terminados hacia diferentes partes del país.
- Mano de Obra Calificada, lo que proporciona una base de mano de obra calificada y potencialmente más económica en comparación con otras áreas más urbanizadas.
- El gobierno ecuatoriano ofrece incentivos para el desarrollo industrial en ciertas áreas, incluyendo posibles exenciones fiscales, subsidios y apoyo en trámites.
- Latacunga, siendo una ciudad en crecimiento, ofrece un mercado local emergente con demanda de productos innovadores.
- Costos Operativos generalmente más bajos, lo que puede contribuir a una mayor rentabilidad.
- Latacunga ofrece una buena calidad de vida con menor congestión y contaminación en comparación con grandes ciudades.

Estas razones hacen de Latacunga una opción atractiva para establecer una empresa de muebles multifuncionales, combinando ventajas logísticas, económicas y de calidad de vida.

Figura 16.

Mapa de macro localización



Nota. Imagen obtenida de Google mapas

Micro localización

Según MENESES ÁLVAREZ, (Edilberto, 2001) la microlocalización “busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y costos del terreno, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento”

Para establecer el mejor lugar para una empresa, es crucial considerar varios factores clave: la accesibilidad y transporte eficiente, la proximidad a mercados y proveedores, el costo del terreno y del espacio, y la disponibilidad de mano de obra calificada. También es esencial evaluar la infraestructura local, las regulaciones y permisos necesarios, y los incentivos fiscales o apoyos gubernamentales disponibles.

A continuación, se presenta el análisis de micro localización con ponderaciones de 1 a 10, tomando en cuenta los factores más sobresalientes, considerando el método cualitativo por puntos:

Determinación de variables de impacto.

Valoración en escalas de 1 a 10.

Cuantificación de variables de impacto.

Selección de la mejor alternativa.

Tabla 49.*Ponderación parroquias Latacunga*

Variables	Peso	Eloy Alfaro		Ignacio flores		Juan Montalvo		La matriz		San buenaventura	
		Asignado	Cali.	Pond.	Cali.	Pond.	Cali.	Pond.	Cali.	Pond.	Cali.
Proximidad a Materias Primas	30	4	1,2	7	2,1	5	1,5	7	2,1	7	2,1
Competencia Local	25	6	1,5	5	1,25	5	1,25	7	1,75	5	1,25
Costos operativos	18	5	0,9	5	0,9	6	1,08	8	1,44	6	1,08
Accesibilidad y conectividad	14	4	0,56	4	0,56	4	0,56	7	0,98	4	0,56
Regulaciones y Permisos	13	7	0,91	6	0,78	6	0,78	6	0,78	5	0,65
TOTAL	100	26	5,07	27	5,59	26	5,17	35	7,05	27	5,64

Nota. Resultados ponderados.

Una vez realizado el análisis anterior, considerando la ponderación mayor se establece que la mejor localización para la empresa será en la parroquia La Matriz, cuyo sector está ubicado en la Av. Amazonas Calles La Ciénega & C.Salache del cantón Latacunga.

El sector de la Matriz es una ubicación estratégica para una empresa de muebles multifuncionales por varias razones. En primer lugar, cuenta con una proximidad notable a materias primas, debido a su ubicación en una región forestal y agrícola. En términos de competencia, Latacunga ofrece una red comercial de salida de productos. Además, los costos operativos como: alquileres, servicios públicos, etc... son competitivos en comparación con otras regiones más urbanizadas, lo que contribuye a la reducción de los mismos. La Accesibilidad y conectividad permite un mejoramiento del acceso a clientes potenciales. Finalmente, el sector de Latacunga cuenta con un marco regulatorio y de permisos favorable para el establecimiento y operación de empresas, facilitando los trámites necesarios y asegurando el cumplimiento de las normativas locales.

En resumen, la nueva empresa estará ubicada en:

PAÍS : ECUADOR

REGIÓN : SIERRA

PROVINCIA : COTOPAXI

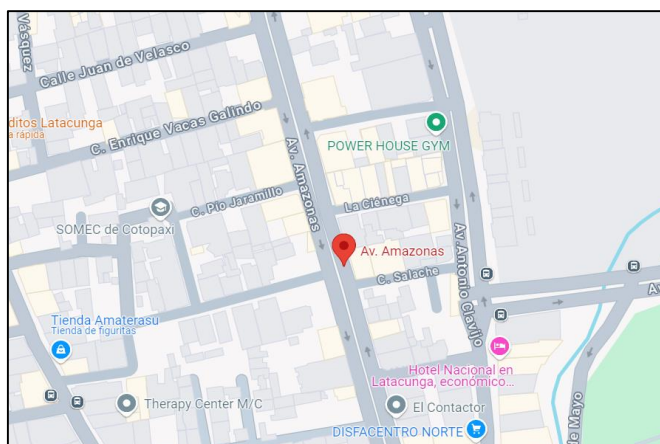
CANTÓN : LATACUNGA

PARROQUIA : LA MATRIZ

LUGAR : LA MATRIZ, AV. AMAZONAS CALLES LA CIENEGA & C.SALACHE

Figura 17.

Mapa de micro localización



Nota. Captura obtenida de Google maps

Propuesta Administrativa

Razón Social

La empresa se lanzará al mercado bajo el nombre de. **“MODULPUERTAS”**, la cual ofrecerá a la ciudad de Latacunga muebles multifuncionales.

Figura 18.

Logo empresarial



Nota. Realizado por TDG. Damaris Montenegro, 2024.

Misión

La empresa tendrá la siguiente misión:

“Producir y comercializar muebles multifuncionales de alta calidad, que optimicen el espacio y mejoren la vida diaria de los clientes, con un compromiso hacia la innovación y la sostenibilidad.”

Visión

La empresa tendrá la siguiente visión:

“Ser la empresa líder en el mercado de muebles multifuncionales en Ecuador, reconocida por su innovación y calidad”

Valores Corporativos

Los principios que guiarán nuestra empresa serán:

- **Honestidad:** Actuar y expresarse con coherencia y sinceridad, respetando la verdad y la justicia en todas las etapas del negocio, desde la producción hasta la comercialización de muebles multifuncionales en melamina. Garantizar que los productos cumplan con las especificaciones y expectativas de los clientes.
- **Compromiso:** Cumplir con las obligaciones y promesas hechas a los clientes y socios comerciales, asegurando la entrega de muebles de alta calidad y durabilidad. Este compromiso se extiende a la comunidad del cantón Baños, contribuyendo al desarrollo económico y social.
- **Cuidado al medio Ambiente:** Adoptar prácticas sostenibles en la producción de muebles, utilizando materiales y procesos que minimicen el impacto ambiental. Fomentar el reciclaje y el uso responsable de los recursos naturales, garantizando un entorno saludable para las generaciones futuras.
- **Productividad:** Optimizar la relación entre los recursos utilizados y la producción de muebles multifuncionales, asegurando la eficiencia del sistema productivo. Esto incluye la implementación de tecnologías avanzadas y prácticas de mejora continua para maximizar la producción y reducir costos.
- **Lealtad:** Fomentar un ambiente de respeto y cohesión dentro de la empresa y con los clientes, construyendo relaciones de confianza y fidelidad hacia la marca. Respetar la estructura organizacional y las jerarquías, promoviendo la colaboración y el trabajo en equipo.
- **Solidaridad:** Apoyar a los empleados, clientes y la comunidad, promoviendo la igualdad y el desarrollo mutuo. Participar en iniciativas sociales que beneficien a la comunidad, demostrando responsabilidad social corporativa.
- **Cumplimiento:** Observar y seguir rigurosamente todas las normativas y estándares de calidad en la producción de muebles. Asegurar que cada producto cumpla con las especificaciones técnicas y regulatorias, garantizando la satisfacción del cliente.
- **Responsabilidad:** Reconocer y asumir las consecuencias de las decisiones y acciones tomadas en la empresa. Actuar de manera ética y transparente, responsabilizándose por la calidad de los productos y el bienestar de los empleados y clientes.

- **Ética:** Mantener altos estándares éticos en todas las operaciones de la empresa, desde la adquisición de materiales hasta la entrega final de los productos. Evaluar continuamente el comportamiento de la empresa para asegurar que se alinea con los principios morales y éticos.
- **Moral:** Guiar todas las acciones y decisiones de la empresa basadas en lo que es correcto y equitativo, promoviendo un ambiente de trabajo justo y respetuoso. Inculcar estos valores en todos los niveles de la organización.
- **Calidad:** Asegurar que los muebles multifuncionales en melamina cumplan con las expectativas de los clientes en términos de diseño, funcionalidad y durabilidad. Implementar un sistema de control de calidad riguroso que supervise cada etapa de la producción, garantizando productos de alta calidad que satisfagan las necesidades y preferencias del mercado.

Políticas

- **Política de calidad:** los empleados encargados del área operativa deben asegurar que los productos cumplan con todos los estándares de calidad y su funcionalidad sea óptima
- **Política de recursos humanos:** será tarea de todos los colaboradores de la empresa fomentar un ambiente de trabajo seguro inclusivo y respetuoso
- **Política de atención al cliente:** los encargados del área de ventas deben brindar un servicio excepcional a todos nuestros clientes. Esto incluye: Proporcionar un servicio adaptado a las necesidades individuales de cada cliente, asegurando que cada interacción sea significativa y satisfactoria, Resolución Eficiente de Problemas: Establecer procedimientos para abordar y resolver rápidamente cualquier problema o inquietud de los clientes, con un enfoque en la solución efectiva y la satisfacción total.
- **Política de Innovación:** La innovación es clave para nuestra competitividad y éxito. Nuestra política de innovación incluye: Invertir en la investigación y el desarrollo de nuevos productos y tecnologías que respondan a las necesidades del mercado y mejoren la funcionalidad y el diseño de nuestros muebles, Creatividad y Mejora Continua: Fomentar un entorno donde la creatividad y la mejora continua sean valoradas, apoyando la generación de nuevas ideas y soluciones innovadoras.

- **Política de Responsabilidad Social:** Estamos comprometidos con nuestra comunidad y con prácticas empresariales responsables. Esto incluye, mantener altos estándares de ética y responsabilidad en todas nuestras operaciones, garantizando prácticas comerciales justas y transparentes.
- **Política de Seguridad y Salud Laboral:** Garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable para todos nuestros empleados, Asegurar el cumplimiento con todas las regulaciones de seguridad y salud laboral vigentes, proporcionando un entorno de trabajo que minimice riesgos y accidentes.

Ingeniería

Procesos Productivos

Según Heizer, J., & Render, B. en su libro "*Principles of Operations Management*" (Heizer, 2008) "El proceso productivo es la secuencia de pasos necesarios para convertir las materias primas y otros insumos como productos o servicios finales. Este proceso incluye el diseño y gestión de operaciones y tecnologías utilizadas para la creación de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes."

En el nuestro caso de la producción de muebles multifuncionales para el hogar el proceso productivo comprende desde el diseño inicial de cada uno de los muebles multifuncionales hasta la fabricación, ensamblaje, y finalmente la comercialización del producto.

I. Diseño y Planificación:

- Se comienza con el diseño del mueble, especificando las dimensiones, colores, y accesorios necesarios. En esta etapa, se modulan las piezas de manera computarizada para optimizar al máximo la melamina y se analizan detalles como las rieles, jaladeras, y cerraduras para los cajones, además de los sistemas multifuncionales necesarios
- Se calculan las cantidades exactas de materiales para evitar excesos o faltantes que puedan retrasar la producción.

II. Adquisición y Corte de Materiales:

- Se adquiere melamina de alta resistencia y otros materiales necesarios. Donde el proveedor de la melamina corta a laser las piezas según las medidas y especificaciones del diseño a modular.

III. Preparación para el Ensamblaje:

- Las piezas cortadas y los materiales se trasladan al área de ensamblaje, organizándolos alfabética y numéricamente para facilitar el proceso.
- Se preparan todas las máquinas y herramientas necesarias con el fin de que estén listas y al alcance para ser usadas.
- Se verifica la carga máxima de las baterías de los taladros y destornilladores, que las brocas y tornillos estén listos para utilizarse

IV. Ensamblaje:

- Se ensamblan las partes principales del mueble, siguiendo la secuencia alfabética y numérica
- Se añaden las jaladeras en los cajones, la cerradura en el cajón superior y demás accesorios

V. Acabados y Detalles Finales:

- Se realizan retoques finales, cubriendo tornillos visibles, limpiando restos de pegamento o marcas y asegurando un acabado limpio y profesional.

VI. Control de Calidad:

- El mueble pasa por una inspección rigurosa para verificar estabilidad, funcionalidad y acabado. Se prueban todas las características multifuncionales.

VII. Empaque y Distribución:

- Se embala el mueble con plástico transparente y en los bordes con cartón para protegerlo, manteniendo la visibilidad del producto.
- El mueble embalado se traslada al área de ventas.

VIII. Exhibición y Venta:

- Se coloca un modelo sin embalar en el local para que los clientes puedan apreciar su funcionalidad y diseño. Y los demás muebles se almacenan en la parte posterior del local comercial para su distribución al momento de ser vendido.
- Atención al Cliente: Un vendedor capacitado atiende a los clientes, ofreciendo información detallada sobre el mueble multifuncional y ayudándolos a tomar la mejor decisión de compra.

A continuación, presentamos una tabla resumen que detalla el proceso de manera clara y organizada quiénes son los responsables de cada actividad en el proceso de producción. Además, se especifica en qué área se lleva a cabo. Esta tabla facilita la comprensión del proceso y también asegura que cada etapa esté bien coordinada, permitiendo que el equipo trabaje de manera eficiente y que el producto final sea de la más alta calidad.

Tabla 50.

Procesos

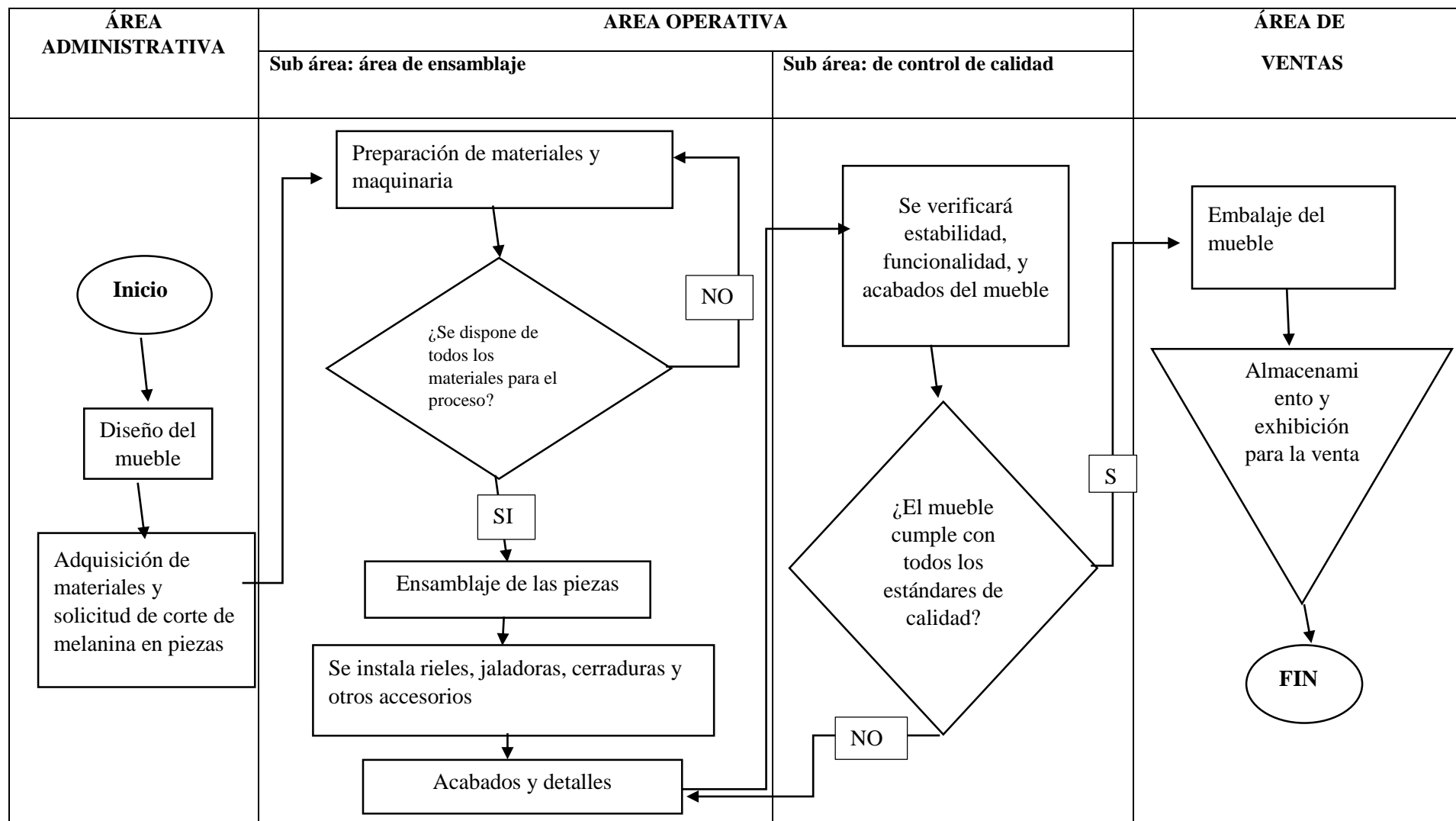
Etapa	Actividad	Responsable	Área
1. Diseño y Planificación	Diseño, modelado y cálculo de materiales.	Gerente general	Área administrativa
2. Adquisición y Corte	Compra y corte de materiales.	Gerente general	Área administrativa
3. Preparación para Ensamblaje	Organización y preparación de herramientas.	Ayudante	Área de Ensamblaje
4. Ensamblaje	Montaje de partes y accesorios.	Maestro melanimero y Ayudante	Área de Ensamblaje
5. Acabados	Retoques y limpieza final.	Maestro melanimero y Ayudante	Área de Ensamblaje
6. Control de Calidad	Inspección de producto.	Maestro melanimero	Área de Acabados

7. Empaque y Distribución	Embalaje y traslado al área de ventas.	Ayudante	Área de Control de Calidad
8. Exhibición y Venta	Exhibición y venta al cliente.	vendedor	Área de ventas

Nota. Detalle de procesos

Figura 19.

Flujograma de procesos productivos



Nota. Realizado por Autores.

Distribución de la planta

La distribución de planta nos permitirá maximizar la utilización del espacio disponible dentro de las instalaciones, ubicando adecuadamente todos los factores necesarios para producir. Un buen manejo de este espacio ayuda a reducir tiempos durante el proceso productivo, logrando así realizar el trabajo en menor tiempo y de mejor calidad, y a menores costos.

Área 1: Administrativa

Administración General y Contabilidad.

Espacio requerido de 9m² para administración general y contabilidad,

Costará de un escritorio con un equipo de cómputo, además de estanterías para documentos importantes

Área 2: Ventas

Espacio visible al público para exhibición y venta de muebles.

Ubicado en la parte frontal del local

Espacio requerido: 18 m².

Espacio visible al público donde se podrán exhibir los muebles al público

Área 3: Operativa

Área de Ensamblaje.

Área de Acabados y Detalles Finales.

Área de Control de Calidad.

Área de Empaque y Distribución.

Espacio de 32 m² con instalaciones adecuadas para las máquinas y herramientas, contará de 1 mesas de trabajo un espacio libre y anaqueles donde se coloquen las herramientas y puedan estar ordenadas y al alcance.

Figura 20.

Distribución de la Planta



Nota. Realizado por autores en www.magicplan.com

Requerimientos del Proyecto

Luego de haber establecido la mejor ubicación para la nueva empresa, de igual manera el diseño de la nueva planta se procede a establecer los costos de la ejecución del presente proyecto, así tenemos:

Tabla 51.

Requerimientos del proyecto: Infraestructura

Infraestructura			
Descripción	Área m2	Valor mensual/ (usd)	Valor anual/(usd)
Área 1: Administrativa	9	100	1200
Área 2: Ventas	18	150	1800
Área 3: Operativa	32	200	2400
TOTAL		450	5400

Nota. Presenta los valores mensuales y anuales de los requerimientos.

Tabla 52.

Requerimientos del proyecto: Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo			
Descripción	Cantidad	Valor unitario/ (USD)	Valor total/(USD)
Área operativa			
Sierra Circular	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Taladro atornillador	1	\$ 93,94	\$ 93,94
Prensa hidraulica	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Lijadora de mano	2	\$ 57,24	\$ 114,48
Destornilladores	1	\$ 5,91	\$ 5,91
Set de Llaves	2	\$ 27,62	\$ 55,24
Martillo	3	\$ 5,93	\$ 17,79
Escuadra	2	\$ 6,50	\$ 13,00
Nivel	2	\$ 4,24	\$ 8,48
Formones	2	\$ 4,46	\$ 8,92
Set Brocas	1	\$ 6,14	\$ 6,14
Flexómetro	2	\$ 2,79	\$ 5,58
Cúter	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Subtotal área operativa			\$ 988,48
Área administrativa			
Equipo de computo	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00

<i>SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA</i>	\$ 1.300,00
Total	\$ 2.288,48

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 53.

Requerimientos del proyecto: Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Valor unitario/ (USD)	Valor total/(USD)
Área administrative			
Escritorio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Archivador	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Silla ejecutiva	1	\$ 70,00	\$ 70,00
<i>Subtotal área administrativa</i>			\$ 240,00
Área ventas			
Mueble recibidor de oficina	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Silla ejecutiva	1	\$ 70,00	\$ 70,00
<i>Subtotal área ventas</i>			\$ 220,00
Área operative			
Mesa de trabajo	2	\$ 150,00	\$ 300,00
<i>Subtotal área operativa</i>			\$ 300,00
Total			\$ 760,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 54.

Requerimientos del proyecto: Lencería

Lencería			
Descripción	Cantidad	Valor unitario/ (USD)	Valor total/(USD)
Área administrative			
Alfombra	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Basurero	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Rodapies	1	\$ 5,00	\$ 5,00
<i>Subtotal área administrativa</i>			\$ 32,00
Área ventas			
Basurero	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Rodapies	1	\$ 5,00	\$ 5,00
<i>Subtotal área ventas</i>			\$ 7,00
Área operative			

Basurero	1	\$	5,00	\$	5,00
<i>Subtotal área operativa</i>				\$	5,00
Total				\$	44,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 55.

Requerimientos del proyecto: Suministros y materiales de limpieza

Suministros y materiales de limpieza				
Descripción	Cantidad	Valor unitario/ (USD)	Valor total/(USD)	
Escobas	5	\$	1,50	\$ 7,50
Palas	5	\$	1,50	\$ 7,50
Franelas	12	\$	0,10	\$ 1.20
Limpiador de vidrios	6	\$	3,50	\$ 21,00
Desinfectantes	6	\$	3,50	\$ 21,00
Total				\$ 58,20

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 56.

Requerimientos del proyecto: Manajes

Manajes				
Descripción	Cantidad	Valor unitario/ (usd)	Valor mensual/(USD)	Valor total/(USD)
Área administrative				
Dispensador de agua	1	\$	10,00	\$ - 10,00
Botellon	1	\$	2,50	\$ 2,50 30,00
<i>Subtotal área administrativa</i>				\$ 40,00
Área operative				
Dispensador de agua	1	\$	10,00	\$ - 10,00
Botellon	1	\$	2,50	\$ 2,50 30,00
<i>Subtotal área operativa</i>				\$ 40,00
Total				\$ 80,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 57.*Requerimientos del proyecto: Mano de obra directa*

Mano de obra directa				
Descripción	Cantidad	Valor mensual/ (usd)	Valor anual/(usd)	
Maestro	1	\$ 750,00	\$ 9.000,00	
Ayudantes	2	\$ 500,00	\$ 6.000,00	
Total			\$ 15.000,00	

(Primer año/primer mes)*Nota.* Presenta los valores de los requerimientos. Revisar Anexos Rol de pagos**Tabla 58.***Requerimientos del proyecto:*

Materia prima directa					
Descripción	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Valor mensual/(USD)	Valor anual/(USD)
Melamina	87	PLANCHAS de 185cm X 250cm	\$ 60,00	\$ 5.200,00	\$ 62.640,00
Manija de metal	90	unidad	\$ 0,60	\$ 54,00	\$ 648,00
Bisagras pequeñas	40	pares de bisagras	\$ 1,20	\$ 48,00	\$ 576,00
Cerradura	40	unidad	\$ 0,90	\$ 36,00	\$ 432,00
Rieles de cajones	56	par de rieles	\$ 4,00	\$ 224,00	\$ 2.688,00
Sistema deslizante	20	Unidad	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Bisagras Grande	48	pares de bisagras	\$ 3,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Espejo	12	Unidad	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Total			\$ 82,70	\$ 5.906,00	\$ 70.872,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos**Tabla 59.***Requerimientos del proyecto: Materia prima Indirecta*

Materia prima indirecta				
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual/(USD)	Valor anual/(USD)
Goma Bioplast Galón	4	\$456,00	\$ 38,00	\$ 456,00
Lija	30	\$108,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Rollo film	1	\$180,00	\$ 15,00	\$ 180,00

Adhesivo para madera	30	\$54,00	\$	4,50	\$	36,00
Clavos	10lb	\$180,00	\$	15,00	\$	90,00
Caja de 50U de Tornillos	5	\$240,00	\$	20,00	\$	192,00
Total			\$	101,50	\$	1.218,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 60.

Requerimientos del proyecto: Gastos administrativos

Gastos administrativos					
Descripción	Cantidad	Valor mensual/ (USD)		Valor anual/(USD)	
Administrador General/Contador	1	\$	800,00	\$	9.600,00
Total				\$	9.600,00
(Primer año/primer mes)					

Nota. Presenta los valores de los requerimientos. Revisar Anexos Rol de pagos

Tabla 61.

Requerimientos del proyecto: Gastos de ventas

Gastos de ventas					
Descripción	Cantidad	Valor mensual/ (USD)		Valor anual/(USD)	
Vendedor	1	\$	460,00	\$	5.520,00
Publicidad y propaganda	1	\$	30,00	\$	360,00
Total				\$	5.880,00
(Primer año/primer mes)					

Nota. Presenta los valores de los requerimientos. Revisar Anexos Rol de pagos

Tabla 62.

Requerimientos del proyecto: Servicios Básicos

Servicios básicos						
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario		Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	Kw	250	\$	0,14	\$ 35,00	\$ 420,00
Agua potable	M3	300	\$	0,03	\$ 9,00	\$ 108,00
Teléfono	Min	500	\$	0,02	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	Mbps	600	\$	0,03	\$ 20,40	\$ 244,80
Total					\$ 74,40	\$ 892,80

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

Tabla 63.

Requerimientos del proyecto: Gastos diferidos

Gastos diferidos (constitución)	
Detalle	Total (usd)
Gastos de montaje	\$ 500,00
Trámite de notaría	\$ 350,00
Inscripciones en el registro mercantil	\$ 400,00
Honorarios abogado	\$ 200,00
Patente municipal	\$ 100,00
Total	\$ 1.550,00

Nota. Presenta los valores de los requerimientos

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECÓNOMICO Y FINANCIERO

Según MENESES ÁLVAREZ (Edilberto, 2001) el estudio financiero “constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirá verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genera para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente la estructura financiera expresada por el balance general proyectado”.

Inversión Inicial

La inversión inicial se compone de la adquisición de los activos necesarios para el montaje de la instalación, ya que comprende todos los pagos necesarios que se realizan en la fase pre-operativa. Entre estos activos se encuentran los activos fijos, tangibles o intangibles, así como los activos diferidos.

Para crear un proyecto es necesario distribuir los recursos que permitan el desarrollo empresarial, por lo tanto, se deben agrupar estos recursos en dos grupos principales:

FASE DE PRE-INVERSIÓN (Requerimientos para el montaje de la nueva empresa).

FASE DE INVERSIÓN (Requerimiento para el funcionamiento de la empresa)

El capital fijo es el recurso que se requiere para llevar a cabo un proyecto; también se considera el capital de trabajo, que es necesario para el proceso de funcionamiento.

Componentes de la Inversión

Los siguientes tipos de inversión deben considerarse al establecer un nuevo negocio:

Inversión Fija

Las inversiones en activo fijo se realizan inicialmente o durante la operación del proyecto. Sus funciones son las de facilitar la producción y comercialización de los artículos que venderá la empresa o los servicios que ofrecerá a su clientela. Los activos fijos, con excepción del terreno se encuentran sujetos a depreciación, agotamiento u obsolescencia y su recuperación es a largo plazo. (Laura F).

Esos activos son todos aquellos utilizados para generar la producción de la empresa, estos no son comercializados por lo que pertenecen únicamente a la empresa a lo largo de la vida útil del proyecto.

A continuación, se detallan los activos necesarios del proyecto:

Infraestructura. – Es necesario tomar en cuenta el rubro estimado del arriendo el cual está dividido por área Administrativa, área operativa y área de ventas.

Maquinaria y equipo. – En ello se constituyen todos los rubros en base a la maquinaria y herramientas que se utilizara para la producción de los muebles multifuncionales, esto en el área operativos. Además, se consideró necesario dos equipos de cómputo para el área administrativa y el área de ventas.

Muebles y enseres. – Consideramos todo el inmobiliario necesario para las 3 áreas.

Inversión Diferida

La inversión diferida está constituida por el monto total de activos intangibles, los cuales corresponden a bienes y servicios que son indispensables para la realización del proyecto y cuya adquisición debe ser previa a la implementación de éste. (Laura F)

Las inversiones diferidas también se conocen como intangibles y se caracterizan por el intangible de la compañía necesaria para su trabajo y producción, entre ellas tenemos:

Gastos de Constitución. – Son aquellos desembolsos necesarios para la creación y establecimiento legal de la nueva empresa, inscripción en registros oficiales, obtención de permisos y licencias, así como los costos relacionados con el montaje de las instalaciones y la adquisición de equipos, esenciales para el desarrollo operativo de la empresa.

Imprevistos. – Son los fondos que se reservara para cubrir posibles emergencias y situaciones inesperadas que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto, estos fondos servirán para que

el proyecto no se vea detenido por alguna eventualidad, para este valor hemos calculado el 5% del total del activo fijo.

Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos circulantes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad de producción determinada. (Laura F).

El cálculo de este valor permitirá saber el dinero necesario para que la empresa pueda empezar sus actividades sin problemas desde el inicio, incluso antes de empezar a generar ingresos. Este valor es adicional a la inversión fija y diferida.

Para este proyecto se ha calculado el capital de trabajo necesario para solventar las operaciones de la empresa por dos meses. Cubriendo los rubros correspondientes a los siguientes requerimientos:

Materia prima. – Comprende todos los materiales que se necesitan para la producción de los muebles, para este proyecto se ha calculado el rubro correspondiente a la materia prima en función de la producción, con el fin de garantizar la disponibilidad de inventario y recursos para iniciar la producción y atender la demanda de los clientes evitando interrupciones en la producción y a manteniendo la continuidad del negocio desde el comienzo.

Mano de obra directa. – Es el rubro correspondiente a los pagos de los empleados por dos meses de los tres trabajadores del área operativa, este rubro comprende el sueldo de cada uno mas todos los beneficios de ley.

Costos indirectos de fabricación. – Son aquellos desembolsos por actividades que no intervienen directamente con la fabricación del producto, pero son necesarias.

Gastos Administrativos y de Ventas. – Constituyen los rubros correspondientes a publicidad el pago del administrador y el asesor comercial.

Gasto Arrendamiento. – Corresponde al valor monetario correspondiente al alquiler del local donde se producirá y comercializara los muebles para este proyecto se ha arrendado un solo local en el que se producen y comercializan los muebles

A continuación, se detalla el total de la inversión para el montaje de la empresa con los respectivos valores monetarios:

Tabla 64.*Inversión Inicial*

Detalle	Valor
Inversión (A+B)	\$4.750,90
<i>A) Inversión Fija</i>	\$3.048,48
Maquinaria Y Equipo	\$988,48
Equipo De Computo	\$1.300,00
Muebles Y Ensuers	\$760,00
<i>B)Inversión Diferida</i>	\$1.702,42
Gastos De Constitución	\$1.550,00
Imprevistos (5% Activos Fijos)	\$152,42
Capital De Trabajo (2 Meses)	\$20.047,60
Materia Prima	\$11.812,00
Mano De Obra Directa	\$4.043,08
Costos Indirectos De Fabricación	\$381,50
Arrendamiento	\$900,00
Gastos Administrativos	\$1.848,27
Gastos De Ventas	\$1.062,75
Total Inversión (1+2)	\$24.798,51

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

En la tabla anterior se detallan los costos necesarios para poner en marcha el proyecto, estos costos se los ha obtenido a través de la investigación y sondeo de precios cotizados.

Costos indirectos de fabricación. - Se consideró la Materia prima indirecta, útiles de limpieza, servicios básicos, rubros contabilizados que no intervienen directamente en la producción, sin embargo, son necesarios para la empresa.

Cronograma de Inversiones

Tabla 65.

Cronograma

No.	ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Constitución Jurídica De La Empresa	■	■	■	■																				
2	Contrato Del Arrendamiento					■	■																		
3	Adecuación De Las Instalaciones							■	■	■	■	■													
4	Adquisición Y Compras De Herramientas Y Equipos												■	■	■										
5	Adquisición De Mobiliario, Manajes, Lencerías Y Utiles De Limpieza														■	■									
6	Aquisición De Materia Prima Directa E Indirecta																■	■	■						
7	Publicidad Y Promoción																			■	■	■			
8	Contrato Mano De Obra Directa																					■	■		
9	Contrato De Vendedor																						■		
10	Puesta En Marcha																							■	■

Nota. Elaborado por autores.

Financiamiento

Financiamiento con Aporte Propio

El proyecto al tratarse de la fabricación de muebles multifuncionales en melamina, implica un bajo costo en maquinarias e instrumentos ya que son muebles que se fabrican a partir del ensamble de piezas las cuales ya vienen cortadas, como se detalló en el estudio técnico, esto hace que el proyecto pueda ser financiado con el capital propio de los inversionistas, siendo necesario **\$24.798,51** correspondiente al 100% de la inversión inicial

Presupuesto de Costos

A continuación, se muestra la tabla de presupuesto de costos en la cual se muestran los costos por año proyectados en función de la producción por año proyectada, estas dos proyecciones se han realizado para los primeros 5 años de puesta en marcha del proyecto, los costos han sido proyectados mediante el índice de inflación de febrero de 2024, respecto a febrero del 2023, el cual alcanzó 1,43% según el (INEC, 2024), mientras que la producción se la ha proyectado mediante el índice de crecimiento poblacional del 1,10% según el (Banco Mundial, 2022).

Cabe mencionar que también se han tomado en cuenta la depreciación y amortización como costos, y en el caso de la depreciación se ha tomado el valor que se deprecia para cada año.

Tabla 66.*Costos*

Detalle De Costos	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Nivel De Producción/Unidades					
1.Costos Fijos	\$ 3.567,20	\$ 3.611,74	\$ 3.656,91	\$ 3.702,72	\$ 3.749,20
Servicios Básicos	\$ 714,24	\$ 724,45	\$ 734,81	\$ 745,32	\$ 755,98
Arriendo Operativo	\$ 2.400,00	\$ 2.434,32	\$ 2.469,13	\$ 2.504,44	\$ 2.540,25
Depreciación	\$ 142,96	\$ 142,96	\$ 142,96	\$ 142,96	\$ 142,96
Amortización	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00
2.Costos Variables	\$ 87.090,00	\$ 88.335,39	\$ 89.598,58	\$ 90.879,84	\$ 92.179,42
Costos Generales (Materia P. I)	\$ 1.218,00	\$ 1.235,42	\$ 1.253,08	\$ 1.271,00	\$ 1.289,18
Materia Prima Directa	\$ 70.872,00	\$ 71.885,47	\$ 72.913,43	\$ 73.956,09	\$ 75.013,67
Mano De Obra Directa	\$ 15.000,00	\$ 15.214,50	\$ 15.432,07	\$ 15.652,75	\$ 15.876,58
Costo Total:	\$ 90.657,20	\$ 91.947,12	\$ 93.255,49	\$ 94.582,57	\$ 95.928,62

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

Costo unitario de producción

Para determinar el costo unitario se ha calculado previamente la producción anual con el fin de conocer el número de unidades de producto que podemos producir, posteriormente se calculó los costos fijos y variables de producción. Posteriormente se ha utilizado la fórmula:

$$\text{Costo Unitario de producción} = (\text{Costo total} / \text{cantidad total a producir})$$

A continuación, se muestra la tabla que detalla los costos unitarios de producción para los primeros 5 años del proyecto:

Tabla 67.*Costo Unitario de Producción*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costo total	\$90.657,20	\$91.947,12	\$93.255,49	\$94.582,57	\$95.928,62
Producción anual	528,00	539,68	551,62	563,82	576,29
Costo unitario	\$171,70	\$170,37	\$169,06	\$167,75	\$166,46

Nota. Resultados

Presupuesto de Ingresos

Ingresos anuales proyectados

Los ingresos anuales serán aquellas entradas de dinero que sean producto de la venta de los muebles multifuncionales. Para obtener la proyección de los ingresos anuales se ha tomado en cuenta la siguiente formula:

$$I = Q \times P$$

Donde:

I = Ingreso por Ventas

Q = Cantidad de productos Ofrecidos

P = Precio de Venta

La cantidad de productos ofertados se la ha obtenido a través del estudio técnico en donde se determinó el tamaño propuesto en función del mercado, la materia prima y la mano de obra, mientras que precio de venta se lo ha fijado a través de un sondeo de precios de la competencia y la pregunta de preferencia de precios planteada en la encuesta aplicada.

Posteriormente se proyectó la cantidad de productos ofrecidos y los precios mediante el índice de crecimiento poblacional del 1,1% según el (Banco Mundial, 2022) y los precios con el índice de inflación del 1,43% según el (INEC, 2024).

Tabla 68.

Ingresos Proyectados

Año 1			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
escritorios	240	\$ 180,00	\$ 43.200,00
armarios	144	\$ 300,00	\$ 43.200,00
Mesas	144	\$ 170,00	\$ 24.480,00
Total			\$ 110.880,00
Año 2			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
escritorios	245	\$ 182,57	\$ 44.787,05
armarios	147	\$ 304,29	\$ 44.787,05
Mesas	147	\$ 172,43	\$ 25.379,33
Total			\$ 114.953,44
Año 3			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos

escritorios	251	\$	185,18	\$	46.432,41
armarios	150	\$	308,64	\$	46.432,41
Mesas	150	\$	174,90	\$	26.311,70
Total				\$	119.176,52

Año 4

Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos		
escritorios	256	\$	187,83	\$	48.138,21
armarios	154	\$	313,05	\$	48.138,21
Mesas	154	\$	177,40	\$	27.278,32
Total				\$	123.554,74

Año 5

Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos		
escritorios	262	\$	190,52	\$	49.906,68
armarios	157	\$	317,53	\$	49.906,68
Mesas	157	\$	179,93	\$	28.280,45
Total				\$	128.093,82

Nota. Resultados

En la tabla anterior se muestran las cantidades de productos a ofertarse para cada año con sus respectivos precios y los ingresos correspondientes para los primeros cinco años del proyecto. Esta proyección se ha realizado por cada producto que se ofertará ya que este desglose permitirá apreciar el comportamiento de los ingresos para cada producto

Estados financieros proformas

Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 69.

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Cuentas	AÑOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 110.880,00	\$ 114.953,44	\$ 119.176,52	\$ 123.554,74	\$ 128.093,82
Ventas	\$ 110.880,00	\$ 114.953,44	\$ 119.176,52	\$ 123.554,74	\$ 128.093,82
EGRESOS	\$ 90.657,20	\$ 91.947,12	\$ 93.255,49	\$ 94.582,57	\$ 95.928,62
Costos de Producción	\$ 90.657,20	\$ 91.947,12	\$ 93.255,49	\$ 94.582,57	\$ 95.928,62
UTILIDAD BRUTA	\$ 20.222,80	\$ 23.006,31	\$ 25.921,03	\$ 28.972,18	\$ 32.165,20
Gastos de Operación	\$ 39,92	\$ 40,49	\$ 41,07	\$ 41,66	\$ 42,25
Gastos lencería operativa	\$ 5,00	\$ 5,07	\$ 5,14	\$ 5,22	\$ 5,29
Gastos suministros y materiales de limpieza Operativa	\$ 34,92	\$ 35,42	\$ 35,93	\$ 36,44	\$ 36,96
Gastos maneje Operativa	\$ 40,00	\$ 30,43	\$ 30,86	\$ 31,31	\$ 31,75
Gastos Administrativos	\$ 11.127,30	\$ 11.256,83	\$ 11.398,35	\$ 11.541,89	\$ 11.687,49
Gastos Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos depreciables administrativa	\$ 160,20	\$ 160,20	\$ 160,20	\$ 160,20	\$ 160,20
Gastos Lencería administrativa	\$ 32,00	\$ 32,46	\$ 32,92	\$ 33,39	\$ 33,87
Gastos suministros y materiales de limpieza Administrativa	\$ 5,82	\$ 5,90	\$ 5,99	\$ 6,07	\$ 6,16
Gastos maneje Administrativa	\$ 40,00	\$ 30,43	\$ 30,86	\$ 31,31	\$ 31,75
Gastos sueldos administrativos	\$ 9.600,00	\$ 9.737,28	\$ 9.876,52	\$ 10.017,76	\$ 10.161,01
Gastos varios (servicios basicos adminis)	\$ 89,28	\$ 90,56	\$ 91,85	\$ 93,17	\$ 94,50
Gastos de Ventas y publicidad	\$ 7.833,34	\$ 7.919,05	\$ 8.005,99	\$ 8.094,17	\$ 8.183,61
Gastos arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Gastos depreciables ventas	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60	\$ 39,60
Gastos lencería ventas	\$ 7,00	\$ 7,10	\$ 7,20	\$ 7,30	\$ 7,41
Gastos suministros y materiales de limpieza Operativa	\$ 17,46	\$ 17,71	\$ 17,96	\$ 18,22	\$ 18,48
Gastos sueldos ventas y publicidad	\$ 5.880,00	\$ 5.964,08	\$ 6.049,37	\$ 6.135,88	\$ 6.223,62
Gastos varios (servicios basicos ventas)	\$ 89,28	\$ 90,56	\$ 91,85	\$ 93,17	\$ 94,50
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 1.222,24	\$ 3.789,94	\$ 6.475,62	\$ 9.294,46	\$ 12.251,85
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 1.222,24	\$ 3.789,94	\$ 6.475,62	\$ 9.294,46	\$ 12.251,85
15% participación trabajadores	\$ 183,34	\$ 568,49	\$ 971,34	\$ 1.394,17	\$ 1.837,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.038,90	\$ 3.221,45	\$ 5.504,28	\$ 7.900,29	\$ 10.414,07
Impuesto a la renta 25%	\$ 259,73	\$ 805,36	\$ 1.376,07	\$ 1.975,07	\$ 2.603,52
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 779,18	\$ 2.416,09	\$ 4.128,21	\$ 5.925,22	\$ 7.810,55

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

Estado de Situación Financiera

Tabla 70.

Estado de Situación Financiera

Cuentas	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 20.047,60	\$ 25.059,50	\$ 31.825,57	\$ 41.373,24	\$ 55.026,41	\$ 74.285,65
Disponibles						
Caja-Bancos	\$ 20.047,60	\$ 25.059,50	\$ 31.825,57	\$ 41.373,24	\$ 55.026,41	\$ 74.285,65
ACTIVO FIJO	\$ 3.048,48	\$ 2.588,72	\$ 2.128,95	\$ 1.669,19	\$ 1.209,43	\$ 749,66
Depreciables						
Maquinaria y equipos	\$ 988,48	\$ 899,52	\$ 810,55	\$ 721,59	\$ 632,63	\$ 543,66
Equipo de computo	\$ 1.300,00	\$ 1.066,00	\$ 832,00	\$ 598,00	\$ 364,00	\$ 130,00
Muebles y enseres	\$ 760,00	\$ 623,20	\$ 486,40	\$ 349,60	\$ 212,80	\$ 76,00
OTROS ACTIVOS	\$ 1.702,42	\$ 129,44	\$ 106,45	\$ 83,46	\$ 60,47	\$ 37,48
Diferidos						
Gastos de constitución	\$ 1.550,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imprevisto (5%)	\$ 152,42	\$ 129,44	\$ 106,45	\$ 83,46	\$ 60,47	\$ 37,48
TOTAL ACTIVO	\$ 24.798,51	\$ 27.777,66	\$ 34.060,97	\$ 43.125,89	\$ 56.296,31	\$ 75.072,80
PASIVO						
A corto plazo						
Arrendos por pagar	\$ 5.400,00	\$ 5.477,22	\$ 5.555,54	\$ 5.634,99	\$ 5.715,57	\$ 5.797,30
15% participación a trabajadores		\$ 183,34	\$ 568,49	\$ 971,34	\$ 1.394,17	\$ 1.837,78
25% Impuestos a la renta		\$ 259,73	\$ 805,36	\$ 1.376,07	\$ 1.975,07	\$ 2.603,52
TOTAL PASIVO	\$ 5.400,00	\$ 5.920,28	\$ 6.929,40	\$ 7.982,40	\$ 9.084,81	\$ 10.238,60
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 19.398,51	\$ 21.078,20	\$ 23.936,31	\$ 27.820,02	\$ 33.962,81	\$ 43.774,96
Utilidad acumulada			\$ 779,18	\$ 3.195,26	\$ 7.323,47	\$ 13.248,69
Utilidad del ejercicio		\$ 779,18	\$ 2.416,09	\$ 4.128,21	\$ 5.925,22	\$ 7.810,55
TOTAL PATRIMONIO	\$ 19.398,51	\$ 21.857,38	\$ 27.131,57	\$ 35.143,49	\$ 47.211,50	\$ 64.834,21
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 24.798,51	\$ 27.777,66	\$ 34.060,97	\$ 43.125,89	\$ 56.296,31	\$ 75.072,80

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

Flujo de efectivo (Caja)

Las cuentas utilizadas en el estado de fuentes y usos son:

Capital Propio. – En esta cuenta se ha colocado el aporte monetario de los socios con el cual se pondrá en marcha el proyecto, este valor ha sido previamente calculado en el cuadro de inversión inicial

Utilidad neta. – Una vez calculados los costos y gasto estos son restados de la utilidad bruta, obteniendo la utilidad neta del ejercicio

Depreciación. – En esta cuenta se consideró el desgaste o deterioro físico de los activos fijos tales como maquinaria y equipos de cómputo, los cálculos de estas depreciaciones se realizaron en base los métodos permitidos en el SRI y se encuentran detallados en los Anexos Depreciaciones.

Amortizaciones. – La amortización se aplica exclusivamente a los activos que se clasifican como diferidos, es decir gastos que se han pagado por adelantado, pero no se los reconoce como gasto en la misma fecha en la que ocurrieron, en este caso los gastos de constitución de la empresa los cuales se han distribuido a lo largo del tiempo.

Valor Residual. – Corresponde al valor a lo largo de la existencia de dichos activos

Inversión fija. – Corresponde al valor necesario para adquirir activos fijos, es decir, el costo asociado con la compra de bienes.

Capital de trabajo. – Es el dinero necesario para cubrir los costos de mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación (CIF), este capital de trabajo se lo ha calculado para dos meses en este proyecto.

Los datos que a continuación se detallan corresponden a los rubros que la empresa presenta al iniciar su producción y lo que generará durante los cinco años de la empresa:

Tabla 71.

Flujo de efectivo

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	\$110.880,00	\$114.953,44	\$119.176,52	\$123.554,74	\$128.093,82
Costo Totales De Producción	\$90.657,20	\$91.947,12	\$93.255,49	\$94.582,57	\$95.928,62
Depreciaciones	\$142,96	\$142,96	\$142,96	\$142,96	\$142,96
Utilidad En Operaciones Antes De Impuestos Y Trabajadores	\$20.079,83	\$22.863,35	\$25.778,06	\$28.829,21	\$32.022,23
Impuestos Y Participaciones	\$8.031,93	\$13.718,01	\$15.466,84	\$17.297,53	\$19.213,34
Utilidad Neta	\$12.047,90	\$9.145,34	\$10.311,23	\$11.531,69	\$12.808,89
Depreciaciones	\$142,96	\$142,96	\$142,96	\$142,96	\$142,96
Flujo De Fondos	\$12.190,86	\$9.288,30	\$10.454,19	\$11.674,65	\$12.951,86
Capital De Trabajo					\$20.047,60
					\$32.999,46

Nota. Revisar anexos Depreciaciones.

Evaluación Financiera

Una vez realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y estudio económico se evaluará y determinará la viabilidad económica del proyecto, para conocer si la inversión será rentable y más que todo recuperable en un tiempo estimado. Para esto se utilizarán indicadores

económicos clave como el Valor Actual Neto (VAN), que medirá el valor presente de los flujos de caja futuros menos la inversión inicial; la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR), que establecerá el umbral de rentabilidad requerido por los inversionistas; la Tasa Interna de Retorno (TIR), que comparará con la TMAR para determinar la factibilidad del proyecto; el Período de Recuperación de la Inversión (PRI), que indicará el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial; la Relación Costo-Beneficio, que evaluará la proporción entre los beneficios y los costos; y el Punto de Equilibrio, que determinará el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos. Estos indicadores ofrecerán una visión integral de la rentabilidad y el riesgo del proyecto, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones por parte de los inversionistas y gestores.

A continuación, se detallará y analizará cada uno de estos indicadores económicos:

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

El TMAR o tasa mínima aceptable de rendimiento es el valor mínimo que los inversionistas del proyecto esperan ganar como efecto de su inversión, para el cálculo de este indicador económico se ha utilizado la siguiente formula:

$$\text{TMAR} = \text{al promedio de la Tasa Activa y Pasiva} + \text{el Porcentaje de Riesgo.}$$

Para la obtención de este resultado se calculó el promedio la tasa activa de 11,12% y la tasa pasiva de 8,37 según el Banco Central del Ecuador (Ecuador, 2024) , más el 9,35% que es la tasa de riesgo según lo manifiesta (Giraldo R, Zevallos A, Soria, Galindo, & Lopez A, 2019)

Tabla 72.

TMAR

Variables	Porcentaje
Promedio Tasa Activa + Pasiva	9,75%
Riesgo del Negocio	9,35%
TMAR	19,10%

Nota. Resultados de la aplicación de formula.

Hemos obtenido un TMAR del 19,10% para nuestro proyecto. Este valor es la tasa mínima de rendimiento que esperamos para considerar nuestra inversión viable. Es decir, para

cada dólar que se invierta, necesitamos ganar al menos 19 centavos extra. Esta cifra nos asegura que estamos superando el costo de oportunidad de usar nuestro dinero en este proyecto.

Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que calcula cuánto dinero se espera ganar en el futuro, descontado a su valor actual, y le resta el costo inicial del proyecto. Partir de los flujos de cajas y la inversión inicial previamente calculados. El VAN ayudará a determinar si un proyecto generará más valor del que cuesta, considerando el costo del capital

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) en términos matemáticos es la tasa que iguala el VAN a cero. Este valor permitirá conocer el porcentaje de rentabilidad que se espera obtener del proyecto. Permitted evaluar la viabilidad y la rentabilidad del proyecto en comparación a la TMAR.

Para este cálculo utilizaremos la siguiente formula:

$$VAN = \frac{FN_0}{(1+i)^0} + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_n}{(1+i)^n} - inversión\ inicial$$

Donde:

FN= Flujo de caja neto en el período (t)

i: Tasa de descuento o tasa de interés (TMAR).

t: Período de tiempo (desde 1 hasta

n: Número total de períodos o años.

Inversión Inicial: El costo inicial del proyecto

Tabla 73.

Calculo del VAN Y TIR

Inversión inicial	\$-24.798,51
FE1	\$ 12.190,86
FE2	\$ 9.288,30
FE3	\$ 10.454,19
FE4	\$ 11.674,65
FE5	\$ 12.951,86
T MAR	19,10%

VAN	\$ 9.384,29
TIR	35%

Nota. Resultados

El valor actual neto de este proyecto es de \$9.384,29, este valor nos indica que después de cubrir todos nuestros costos y recuperar la inversión inicial, este es el beneficio adicional que nos quedará, el proyecto no solo recupera el dinero invertido, sino que además nos da un extra de \$9.384,29 este indicador muestra que el proyecto es rentable. Una TIR del 35% sugiere que el proyecto proyecta un rendimiento anual del 35%. Es una cifra más alta que nuestra TMAR del 19,10%, lo que sugiere que este proyecto ofrece un retorno mucho mayor del esperado, lo cual es muy positivo desde una perspectiva financiera y estratégica.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión o también conocido como Período de Playback, mide el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial a partir de los flujos de caja.

Tabla 74.

Calculo PRI

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0	\$-24.798,51	
1	\$ 12.190,86	\$12.190,86
2	\$ 9.288,30	\$21.479,17
3	\$ 10.454,19	\$31.933,35
4	\$ 11.674,65	\$43.608,00
5	\$ 12.951,86	\$56.559,86
PRI:		\$ 2,12
AÑOS		2
MESES		1
DIAS		13

Nota. Resultados

El PRI calculado nos muestra que el tiempo de recuperación de nuestra inversión inicial es de 2 año, 1 meses y 13 días, Esto significa que, en dos años, recuperaremos todo el dinero que

invertimos, significando que el proyecto empieza a generar beneficios relativamente rápido, lo que reduce el riesgo y asegura una buena liquidez.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica la cantidad mínima de unidades que se debe vender para cubrir los costos totales. En este punto, los ingresos totales igualan los costos totales, en esta cantidad de unidades vendidas la empresa no genera ni pérdidas ni ganancias, vender menos significaría pérdidas para la empresa y a partir del punto de equilibrio en adelante ganancias.

Para calcular el punto de equilibrio hemos usado la siguiente fórmula:

1. En términos monetarios (Costos totales)

$$P. E = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos por ventas}}}$$

2. En unidades físicas (Clientes)

$$P. E = \frac{\text{P. E. Monetario}}{\text{Precio de Ventas}}$$

Tabla 75.

Punto de equilibrio

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$110.880,00	\$114.953,44	\$119.176,52	\$123.554,74	\$128.093,82
Costo Total	\$ 90.657,20	\$ 91.947,12	\$ 93.255,49	\$ 94.582,57	\$ 95.928,62
Costos Fijos	\$ 3.567,20	\$ 3.611,74	\$ 3.656,91	\$ 3.702,72	\$ 3.749,20
Costos Variables	\$ 87.090,00	\$ 88.335,39	\$ 89.598,58	\$ 90.879,84	\$ 92.179,42
Precio de Venta	\$ 216,67	\$ 219,77	\$ 222,91	\$ 226,10	\$ 229,33
P.E. Monetario	\$ 16.625,96	\$ 15.597,75	\$ 14.734,55	\$ 14.001,24	\$ 13.372,04
P.E.Físico	77	71	66	62	58

Nota. Resultados

El punto de equilibrio de este proyecto indica que, para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias en el primer año, deberá alcanzar un volumen de ventas de **\$16.625,96**, lo que equivale a vender **77** unidades durante ese período.

Relación Costo Beneficio

La relación Beneficio-Costo debe superar la unidad para que el proyecto sea considerado viable, lo que también implica que el Valor Actual Neto es positivo. Si esta relación es inferior a uno, no sería recomendable aceptar o implementar el nuevo negocio.

Tabla 76.

Relación Costo Beneficio

Año	Ingresos	Costos	Factor Actualización	Ingresos Actuales	Costos Actuales
1	\$110.880,00	\$90.657,20	0,839630563	\$93.098,24	\$76.118,56
2	\$114.953,44	\$91.947,12	0,704979482	\$81.039,81	\$64.820,84
3	\$119.176,52	\$93.255,49	0,591922319	\$70.543,24	\$55.200,01
4	\$123.554,74	\$94.582,57	0,496996069	\$61.406,22	\$47.007,16
5	\$128.093,82	\$95.928,62	0,417293089	\$53.452,66	\$40.030,35
TOTAL				\$359.540,18	\$283.176,91

Nota. Resultados Relación Costo Beneficio

Hemos utilizado la siguiente fórmula:

$$R. B/C = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

$$R. B/C = \frac{\$359.540,18}{\$283.176,91}$$

$$R. B/C = \mathbf{1,27}$$

De la cual hemos obtenido un valor de 1,27 que nos indica que, por cada dólar invertido en el proyecto, se obtienen 1,27 dólares en beneficios. Esto sugiere que el proyecto es rentable y que los beneficios superan los costos.

Conclusiones

- Se concluye que la fundamentación teórica de los conceptos, definiciones y estructura de un plan de negocios es importante para su uso efectivo como herramienta administrativa al momento de abrir una nueva empresa. A través del análisis teórico se encontró que un plan de negocios bien estructurado no solo orienta el proceso de toma de decisiones, sino que también permite evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.
- Tras llevar a cabo el estudio de mercado, se logró identificar tanto la demanda actual como la oferta, revelando que en la ciudad de Latacunga existe una demanda del 91,62% que están dispuestos a comprar los muebles multifuncionales para su hogar. Además, se logró identificar que la demanda insatisfecha para el primer año en Escritorios es de 35.967 unidades, en Armarios es de 20.933 unidades y finalmente en mesas es de 9.926 unidades, facilitando a los investigadores realizar elecciones beneficiosas para la empresa, concluyendo que la elección del producto se basa los resultados de la mayor demanda de la población.
- Se concluyó que la ubicación más adecuada será en la parroquia La Matriz, en un sector situado en la Avenida Amazonas, entre las calles La Ciénega y C. Salache del cantón Latacunga. Además, los datos recopilados en el análisis técnico facilitaron la identificación de los requerimientos particulares del proyecto, determinando la necesidad de disponer de tres áreas (administrativa, operativa y de ventas) que permitan a los empleados desempeñarse de manera más eficiente en beneficio de la empresa, así como también la inversión inicial para llevar a cabo este proyecto siendo esto de \$24.798,51, el mismo que tendrá un financiamiento propio de accionistas del 100%.
- Al finalizar el análisis económico y financiero, se determinó que el proyecto es viable, dado que el Valor Actual Neto (VAN) se sitúa en \$9.384,29, lo que refleja la capacidad de liquidez de la nueva empresa. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza un 35%, lo que hace que el proyecto sea atractivo, ya que los inversores actualmente buscan oportunidades que ofrezcan mayores rendimientos. Además, el tiempo estimado para la recuperar la inversión es de 2 año, 1 mes y 13 días, significando que el proyecto empieza a generar beneficios relativamente rápido, lo que reduce el riesgo y asegura una buena liquidez.

Recomendaciones

- Se recomienda que se revisen los antecedentes investigativos, pues estos fueron guía en nuestro estudio. Además, que dediquen tiempo y recursos a la investigación teórica al elaborar un plan de negocios, pues este debe no solo debe incluir un análisis exhaustivo sino también debe ser actualizado periódicamente para reflejar los cambios del entorno empresarial.
- Se recomienda realizar actualizaciones periódicas del estudio de mercado, esto se debe a que es importante tener en cuenta que el entorno empresarial y las condiciones del mercado con cambiantes, mantener actualizado el estudio de mercado nos permitirá como empresa a la adaptación rápida hacia los cambios.
- Con el estudio técnico se recomienda optar por la viabilidad de la empresa, la cual cuenta con los requerimientos y necesidades acorde a la capacidad de producción de la empresa, permitiéndonos optimizar los recursos lo que mejorará la capacidad de producción de la empresa y su competitividad en el mercado, esto permitirá alcanzar sus objetivos de manera más eficiente y efectiva.
- Al concluir el estudio económico y financiero se recomienda la implementación del presente proyecto ya que este cumple con la rentabilidad adecuada para su puesta en marcha en el mercado de la ciudad de Latacunga.

Bibliografía

Albán, M. V. (2017). *La gestión por procesos en las Instituciones de Educación Superior*.

Álvarez Claudio Maritza Ivette. (2022). *Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Muebles Multifuncionales en la ciudad de Latacunga*. Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

Arias, A. S. (2024). *¿Qué es la TIR?* Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Baca, G. U. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Banco Mundial. (2022). Obtenido de
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW?locations=EC>

Bembibre, C. (Agosto de 2009). *Significado.com* . Obtenido de <https://significado.com/mueble/>

Censos, I. N. (2022). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/ecuador-crecio-en-2-5-millones-de-personas-entre-2010-y-2022/>

DatosMacro. (s.f.). *VAN* . Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/diccionario/van%7D>

Díaz, J. A. (2014). Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas. , . Revista Cubana de Ciencia Agrícola. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>

E, G. R. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de muebles minimalistas de fácil ensamblado ubicado en la ciudad de Latacunga*.

Ecuador, B. C. (2024). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES Agosto 2024*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Edilberto, A. (2001). “Preparación y evaluación de proyectos”. Quito Ecuador: 3ra. Edición.

- euroinnova. (2023). *que es el periodo de recuperacion*. Obtenido de [https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-el-periodo-de-recuperacion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20\(PRI,gastados%20en%20una%20inversi%C3%B3n%20realizada.](https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-el-periodo-de-recuperacion#:~:text=El%20periodo%20de%20recuperaci%C3%B3n%20(PRI,gastados%20en%20una%20inversi%C3%B3n%20realizada.)
- Figueiras, S. (2021). *¿QUÉ ES EL BALANCE GENERAL?* Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-balance-general.html>
- Frederick, D. (2021). *Maquinaria*. Obtenido de Enciclopedia Iberoamericana: <https://enciclopediaiberoamericana.com/maquinaria/>
- Gabriel, B. U. (2006). *“Evaluación de Proyectos”, 6ta. Edición*. Bogotá Colombia: Mac Graw Hill.
- García Ferrando, M. (1993). *La Encuesta*. En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (pp. 123-152). Madrid, España: Alianza Universidad.
- Geoffrey, R. (2003). *«Principios de Marketing»*. Thomson Editores Sapin, Pág. 120.
- Giraldo R, G., Zevallos A, M., Soria, P., Galindo, R., & Lopez A, O. (2019). *UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA, FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES, Lima-Perú*.
- Heizer, J. &. (2008). *Principles of operations management*.
- Hernandez, R. F. (2003). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Capítulo 3. Metodología de la investigación*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2024). Boletín Técnico IPC N°02-2024-IPC. En INEC, *Boletín Técnico IPC N°02-2024-IPC* (pág. 16).
- Kotler, P. &. (2007). *Marketing Version para Latinoamerica (Decimoprimer)*. Pearson Educación. En P. &. Kotler.

- Kotler, P. (2010). *blogger*. Obtenido de <https://phlpkter.blogspot.com/>
- Laura F, M. (s.f.). ESTUDIO FINANCIERO IV PARTE 2. México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70496/secme-1204_1.pdf?sequence=1
- Limitada, P. S. (2014). *Estudio de distribución en planta: puede aplicarse en una instalación*. Obtenido de <https://www.interempresas.net/Construccion/FeriaVirtual/Producto-Estudio-de-distribucion-en-planta-148187.html>
- Longenercher, M. (2007). “*Administración de Pequeñas Empresas*” *Enfoque Emprendedor*. México .D.F. : Editorial Thomson.
- López, J. F. (2024). *¿Qué es una muestra estadística?* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Masaquiza, F. D. (05 de 2021). “*Creación de una empresa de producción de muebles multifuncionales en base a plástico reciclado para el mercado de la ciudad de Ambato*”. Obtenido de UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Moya Espinosa, P. I. (2015). *Introducción a la mercadotecnia*. Tunja Colombia: Editorial UPTC.
- Observatorio económico y social del Tungurahua. (2021). *Industria de muebles en el Ecuador. Observatorio económico y social del Tungurahua*, 4.
- Pérez, A. (23 de 04 de 2021). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Rubio, A. N. (2021). *Conoce los pormenores de la macro y micro localización de un proyecto*. Obtenido de <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- SAAVEDRA, C., SASTOQUE, C., & SAMPER, L. C. (2020). *PLAN DE MUEBLES MULTIFUNCIONALES*. Obtenido de CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC.
- school, D. B. (16 de 04 de 2019). *¿QUÉ ES EL FLUJO DE CAJA Y CÓMO CALCULARLO?* Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>

- Shopify. (s.f.). *Definición Análisis de Costo-Beneficio* . Obtenido de
<https://www.shopify.com/es/enciclopedia/analisis-de-costo-beneficio>
- Toledo, N. (s.f.). *Diaspositivas Población y Muestra*. Obtenido de
<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- UNAM, F. e. (s.f.). *economia.unam*. Obtenido de
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>
- Urzúa, F. (30 de 03 de 2022). *Estado de resultados ¿qué es y para qué sirve?* Obtenido de
<https://www.chipax.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-estado-de-resultados/>
- VILLARÁN, K. W. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Peru: Nathan Associates In.