

MERCADOTECNIA

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Mercadotecnia.

AUTORA:

Raffaela Espinoza
Maya

TUTOR:

Ing. Lucía Mena B., MSc.

Desarrollo de un plan de negocio para la creación de una empresa de diseño y construcción de mobiliario en madera con ingeniería alemana denominada "Eichcraft Designs SAS, en la ciudad de Quito para el año 2024"

Resumen ejecutivo

El proyecto **Eichcraft Designs S.A.S.** se centra en el diseño y construcción de mobiliario en madera con ingeniería alemana, dirigido a emprendimientos, pequeñas y medianas empresas en Quito, Ecuador, con el objetivo de ofrecer muebles de alta calidad, durabilidad y diseño innovador, priorizando la personalización y la estética. Utilizando una metodología que incluyó investigación de mercado, análisis del entorno y un plan de marketing, se identificó una fuerte demanda por mobiliario duradero y atractivo, y una necesidad de productos que combinen funcionalidad y diseño. Se concluye que el proyecto es viable, con alto potencial de éxito, recomendándose enfocar en la mejora de la experiencia del cliente y la optimización de procesos operativos para asegurar un crecimiento sostenido.

Palabras clave: Mobiliario, artesanía, madera, hecho a mano, diseño alemán, moderno, sostenible, funcionalidad, estética, logística, distribución, showroom, materiales de alta calidad, tecnología avanzada, alianzas estratégicas, innovación continua, fidelización del cliente

Abstract

The project Eichcraft Designs S.A.S. focuses on the design and construction of furniture in wood and plastic with German engineering, aimed at entrepreneurs, small and medium-sized businesses in Quito, Ecuador, with the objective of offering high-quality, durable, and innovative furniture designs, prioritizing customization and aesthetics. Using a methodology that included market research, environmental analysis, and a marketing plan, a strong demand for durable and attractive furniture was identified, as well as a need for products that combine functionality and design. The conclusion is that the project is viable, with high potential for success, recommending a focus on improving the customer experience and optimizing operational processes to ensure sustainable growth..

Keywords: Furniture, craftsmanship, wood, handmade, German design, modern, sustainable, functionality, aesthetics, logistics, distribution, showroom, high-quality materials, advanced technology, strategic alliances, continuous innovation, customer loyalty.

Dedicatoria

A mis ángeles, Vivian y Ketty, porque sé que desde la inmensidad me han brindado su fuerza, amor y valentía para seguir adelante. Su presencia, aunque invisible, ha sido el faro que ha iluminado mis días y me ha dado el valor para enfrentar cada desafío.

Para mis padres, Verónica y Jorge, pilares inquebrantables de mi existencia; gracias por mostrarme con su ejemplo el verdadero significado del esfuerzo y el trabajo duro. Su apoyo constante ha sido el cimiento sobre el cual he construido mis sueños.

Dedico este proyecto a Rafael Maya (Tata), quien ha sido mi motor diario para superarme. Durante estos cuatro años, cuando el cansancio y la duda amenazaban con hacerme abandonar, él fue quien me dio el empuje necesario para seguir adelante. Su fe en mí nunca flaqueó, incluso cuando la mía tambaleaba.

También a Germania Gómez (Mañi), cuyo consejo y sabiduría me han guiado por el sendero del conocimiento. Cada una de sus palabras fue un recordatorio del valor del estudio, y su mano siempre estuvo ahí, firme, para llevarme por el camino correcto. Su influencia ha sido un faro constante, iluminando mi camino con amor y sabiduría.

Zum Schluss ist dieses Projekt meinem Projekt- und Lebenspartner Steffen gewidmet, für all die Unterstützung, die er mir gegeben hat, für die Geduld und die Liebe, die er mir entgegengebracht hat, die mich dazu ermutigt hat, weiterzumachen.

No sería lo que soy sin ustedes.

Posdata: Alisten la banda de pueblo y saquen el Norteño, que esto lo celebramos en Latacunga.

Agradecimiento

Este proyecto no habría sido posible sin Steffen; gracias por aventurarme en el basto mundo de la carpintería alemana, por hacer la parte técnica del proyecto en alemán, conversarlo en inglés y traducirlo a español.

Por las largas horas que pasamos dándole forma a nuestra empresa, por la paciencia de traducir todo a 2 idiomas; por materializar las palabras y criterios que fueron surgiendo; pero, sobretodo por creer en mí y en esta idea.

Gracias Michael Espinoza, por siempre estar pendiente y ser mi apoyo incondicional.

Me gustaría reconocer también, el conocimiento y esfuerzo de Jorge Espinoza “Papá Oso”; no solo es mi padre, también es la persona más inteligente que conozco; gracias por solventar mis dudas sin importar que fueran las 7 am, gracias por cada discusión académica que tuvimos sobre el proyecto, por cada consejo, sugerencia y por ver las situaciones de la manera tan lógica que solo tú tienes.

“¡Say No More!” (García, 1996)

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, Raffaela Espinoza Maya declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Plan de Negocios Eichcraft Designs S.A.S., para el año 2024**, es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Raffaela Espinoza Maya

Cédula: 0503880700

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Raffaela Espinoza Maya, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **Plan de Negocios Eichcraft Designs S.A.S., para el año 2024** es de mi autoría y autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autora me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Agosto de 2024



Raffaela Espinoza Maya

Cédula: 0503880700

Aprobación del Tutor

Yo, Lucía Eugenia Mena Bolaños, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Firmado electrónicamente por:
**LUCIA EUGENIA MENA
BOLANOS**

TUTOR DE PROYECTO
CI 1715480677

Indice de contenidos.

<i>Resumen ejecutivo</i>	2
<i>Abstract</i>	3
<i>Dedicatoria</i>	4
<i>Agradecimiento</i>	5
<i>Autoría del Trabajo de Titulación</i>	C
<i>Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual</i>	7
<i>Aprobación del Tutor</i>	8
<i>Introducción</i>	14
<i>Objetivo General</i>	15
<i>Objetivos Específicos</i>	15
1. Conocer al Segmento de Mercado	15
2. Realizar Investigación de Campo	15
3. Realizar un Análisis Logístico y Operativo	16
4. Ejecutar un Plan de Marketing.....	16
5. Desarrollar un Plan Financiero.....	17
<i>Fase de Empatía</i>	18
<i>Marco teórico</i>	18
<i>Investigación de Campo</i>	21
<i>Hallazgos de la Investigación de Campo</i>	21
<i>Necesidades y Características del Segmento</i>	23
<i>Emprendedores y Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)</i>	23
<i>Necesidades del Segmento de Mercado</i>	24
<i>Perfil del Cliente (Buyer Persona)</i>	25
<i>Mapa de Empatía</i>	2C
<i>Mapa de Actores</i>	27
<i>Actores Principales:</i>	28
<i>Actores Secundarios:</i>	28
<i>Actores Menos Involucrados:</i>	23
<i>Identificación de la Problemática</i>	23
<i>Problemas del Segmento</i>	23

• Durabilidad del Mobiliario	2G
• Calidad y Relación Calidad-Precio.....	30
• Falta de Originalidad en el Diseño.....	30
• Desgaste de Materiales	30
• Facilidad de Instalación y Adaptabilidad	30
<i>Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio</i>	31
<i>Durabilidad del Mobiliario</i>	31
<i>Árbol de Problemas</i>	34
<i>Idea de Negocio</i>	35
<i>Idea del proyecto Problem-Solution Fit</i>	35
Problema Identificado.....	35
Solución Propuesta.....	35
<i>Producto o Servicio</i>	3C
• Producto	36
• Servicios:	36
<i>Características de la Propuesta con Innovación e Impacto Social</i>	3C
• Innovación en Diseño y Funcionalidad.....	36
• Calidad y Resistencia.....	37
• Sostenibilidad y Compromiso Ambiental	37
• Servicio al Cliente y Personalización	38
• Innovación y Tecnología.....	38
<i>Propuesta de Valor Específica (Lienzo de PV)</i>	33
<i>Modelo de Monetización</i>	40
<i>Prototipaje 1.0</i>	44
<i>Lean CANVAS</i>	44
<i>Prototipo Inicial</i>	45
<i>Análisis del Macroentorno – PESTEL</i>	4C
<i>Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter</i>	47
<i>Matriz FODA</i>	48
<i>Validación de Viabilidad</i>	43
<i>Investigación de Mercado</i>	43
<i>Población (Mercado Objetivo)</i>	51
<i>Muestra</i>	51
<i>Instrumento de Recolección de Información</i>	53

<i>Implementación y Resultados</i>	53
<i>Análisis de Resultados</i>	54
<i>Validación con el Segmento de Mercado-Testing</i>	55
<i>Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)</i>	55
<i>PMV Canvas (producto mínimo viable canvas)</i>	58
<i>Presentación Comercial del Prototipo (Branding)</i>	53
<i>Plan de Marketing</i>	C1
<i>Marketing Mix (4Ps)</i>	C2
<i>Definición de Estrategias y Presupuesto de Marketing</i>	C2
<i>Diseño Organizacional (Organigrama)</i>	C7
<i>Operaciones (Mapa de procesos)</i>	C8
<i>Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)</i>	70
<i>Conformación Legal</i>	71
<i>Evaluación Financiera</i>	71
<i>Presupuesto de Ventas</i>	72
<i>Conclusiones y Recomendaciones</i>	75
<i>Conclusiones</i>	75
<i>Recomendaciones</i>	7C
<i>Bibliografía o Referencias</i>	78
<i>Anexos</i>	73
<i>Hallazgos de la Investigación de Campo</i>	73

Índice de figuras

Figura 1 - Buyer Persona (Elaboración Propia)	25
Figura 2 - Mapa de Empatía (Elaboración Propia).....	26
Figura 3 - Mapa de Actores (Elaboración Propia)	27
Figura 4 - Árbol de Problemas (Elaboración Propia)	34
Figura 5 - Lienzo Propuesta de Valor (Elaboración Propia).....	39
Figura 6 - Lean Canvas (Elaboración Propia).....	44
Figura 7 - Prototipo Inicial (Elaboración Propia).....	45
Figura 8 – Análisis del Macroentorno PESTEL (Elaboración Propia)	46
Figura 9 - Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter (Elaboración Propia).....	47
Figura 10 - Matriz FODA (Elaboración Propia).....	48
Figura 11 - Product-Market-Fit Canvas (Elaboración Propia)	56
Figura 12 – Mejora del prototipo - Prototipo 2 (Elaboración Propia).....	57
Figura 13 – PMV CANVAS (Elaboración Propia)	58
Figura 14 - Propuesta de Logotipo (Elaboración Propia)	59
Figura 15 – 4P del Marketing (Elaboración Propia).....	62
Figura 16 – Diseño Organizacional (Elaboración Propia)	67
Figura 17 – Mapa de Procesos (Elaboración Propia).....	68
Figura 18 –Operaciones Principales (Elaboración Propia)	69
Figura 19 – Flujograma (Elaboración Propia).....	70

Índice de tablas.

Tabla 1 – Inversión Inicial (Elaboración Propia)	71
Tabla 2 – Presupuesto de Ventas (Elaboración Propia)	72
Tabla 3 – Punto de Equilibrio (Elaboración Propia).....	73
Tabla 4 – Estados Financieros Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja) (Elaboración Propia).....	74
Tabla 5 – Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación) (Elaboración Propia)	74

Introducción

El mercado de mobiliario para emprendedores, pequeñas y medianas empresas en Quito enfrenta varios desafíos que afectan tanto la operación diaria de los negocios como la percepción de valor de los clientes. La durabilidad y calidad del mobiliario disponible actualmente no siempre cumplen con las expectativas, y existe una falta de innovación en el diseño que limita las posibilidades de personalización y adaptación a las necesidades específicas de cada negocio. Estos problemas recurrentes han inspirado la creación de nuestra empresa, dedicada al diseño y construcción de mobiliario en madera y plástico con ingeniería alemana, para ofrecer alternativas diferentes y superiores a los emprendedores locales.

La visión detrás de nuestra empresa es proporcionar soluciones mobiliarias que no solo cumplan con los más altos estándares de calidad y durabilidad, sino que también sean estéticamente atractivas, fáciles de instalar y adaptables a las necesidades y presupuestos de nuestros clientes. Entendemos que los emprendedores buscan invertir en mobiliario que represente una inversión valiosa a largo plazo, evitando el desgaste rápido y los costos adicionales de reemplazo. Además, reconocemos la importancia de la diferenciación y personalización en un mercado competitivo, donde los negocios necesitan destacarse y ofrecer experiencias únicas a sus clientes.

Nuestra empresa nace con el propósito de transformar el entorno de trabajo y comercial de los emprendedores en Quito, aportando soluciones mobiliarias que combinan diseño innovador, materiales de alta calidad y técnicas de construcción avanzadas. Nos comprometemos a escuchar y entender las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo productos que no solo cumplan con sus expectativas, sino que las superen. Con un enfoque en la ingeniería alemana y un compromiso con la excelencia, aspiramos a ser el

socio preferido para todos aquellos que buscan mejorar y optimizar sus espacios de trabajo y comerciales.

Objetivo General

Desarrollar y consolidar una empresa líder en el diseño y construcción de mobiliario de alta calidad en madera y plástico, utilizando tecnología e ingeniería alemana, que satisfaga las necesidades de emprendimientos en Ecuador, ofreciendo soluciones innovadoras, duraderas y estéticamente atractivas.

Objetivos Específicos

1. Conocer al Segmento de Mercado

- Descripción: Realizar una investigación exhaustiva para identificar las necesidades, preferencias y comportamientos de compra de los emprendedores, pequeñas y medianas empresas en Quito.
- Acciones:

Conducir encuestas y entrevistas con propietarios de negocios locales.

Analizar tendencias de mercado y competencia.

Identificar segmentos de mercado específicos que busquen mobiliario de alta calidad y durabilidad.

2. Realizar Investigación de Campo

- Descripción: Llevar a cabo estudios de campo que permitan entender los problemas actuales con el mobiliario en los negocios locales y las expectativas de los clientes.
-

Acciones:

Visitar locales comerciales y oficinas para observar el uso y desgaste de mobiliario existente.

Recolectar feedback directo de los usuarios sobre sus experiencias y necesidades.

Evaluar el entorno competitivo y las prácticas actuales en el mercado.

3. Realizar un Análisis Logístico y Operativo

- Descripción: Analizar y optimizar la cadena de suministro, producción y distribución para garantizar eficiencia y calidad.

Acciones:

- Identificar y seleccionar proveedores confiables de materiales de alta calidad.
- Implementar técnicas de ingeniería alemana en el proceso de producción.
- Establecer un sistema de control de calidad riguroso para asegurar la durabilidad del mobiliario.
- Diseñar una logística de distribución eficiente para cumplir con los tiempos de entrega.

4. Ejecutar un Plan de Marketing

- Descripción: Desarrollar e implementar estrategias de marketing que aumenten la visibilidad de la empresa y atraigan a los clientes potenciales.

Acciones:

Crear una identidad de marca sólida que comunique los valores de calidad, durabilidad y diseño único.

Utilizar canales de marketing digital y tradicional para promover los productos.

Realizar campañas publicitarias dirigidas a segmentos de mercado específicos.

Participar en ferias y eventos locales para aumentar el reconocimiento de la marca y generar leads.

5. Desarrollar un Plan Financiero

- Descripción: Asegurar la viabilidad económica del proyecto mediante una planificación financiera detallada.

Acciones:

Realizar proyecciones financieras basadas en estudios de mercado y análisis de costos.

Establecer un presupuesto que cubra todas las fases del proyecto, desde la investigación hasta la comercialización.

Identificar posibles fuentes de financiamiento y gestionar la obtención de fondos necesarios.

Monitorear y ajustar el plan financiero regularmente para asegurar el cumplimiento de objetivos y la sostenibilidad del proyecto.

Fase de Empatía

Marco teórico

“En Quito se registraron 297.381 empresas, en el mismo periodo, consolidándose como un pilar fundamental en la actividad económica. De este total, son 276.575 microempresas las que lideran la actividad empresarial; seguidas por 15.195 pequeñas empresas, 2.398 medianas empresas tipo A, 1.724 medianas empresas tipo B y 1.489 son grandes empresas, evidenciando la diversidad empresarial en la ciudad.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024)

El blog corporativo Marzanz.es, en su publicación del 16 de agosto del 2022 titulada “Importancia del mobiliario comercial y como afecta en las ventas”, describe el mobiliario como una colección de muebles, accesorios y elementos diseñados y fabricados con el propósito de presentar, organizar y exhibir productos de la manera más adecuada. Este mobiliario no solo mejora la experiencia de compra para los consumidores, facilitando todo el proceso, sino que también ayuda a los establecimientos a mostrar sus productos de forma eficiente y práctica. Además, contribuye a crear una imagen de marca representativa para el negocio, lo que subraya la importancia del mobiliario comercial y su impacto en las ventas. (marsanz, 2022)

Por otro lado, la RAE (Real Academia Española) manifiesta que la palabra “*inmueble*”, proveniente del francés *meuble* se describe como el: “conjunto de muebles/ Conjunto de instalaciones”. (RAE (real academia española), s/f)

En el libro “Merchandising & Retail. Comunicación en el punto de venta” de Jimenez, G. (2016), podemos contemplar que los establecimientos comerciales no solo se enfocan en poner el producto en contacto directo con el cliente, sino que también enfrentan el desafío de crear un entorno cuidadosamente planificado. Este entorno debe estimular los

sentidos del cliente para garantizar una experiencia de compra lo más satisfactoria posible, beneficiando tanto al consumidor potencial como al propio comercio.

En la página 125, la autora se centra en la arquitectura comercial, misma que abarca abarca suelos, techos, paredes e iluminación, elementos que deben ser analizados y gestionados de la manera más eficiente posible para el establecimiento. El objetivo es crear el ambiente adecuado que motive al cliente a realizar una compra. Una vez diseñado el interior, se debe planificar cómo presentar los productos en ese espacio. No obstante, la autora advierte que primero se deben considerar la diferenciación, el posicionamiento y la memoria del producto, marca o establecimiento. Definidas estas variables, se puede trabajar en la exposición del producto, su ubicación y distribución, así como en la decoración del punto de venta, temas que se desarrollan en el octavo capítulo. En cuanto al surtido de productos, Gloria Jiménez propone varias herramientas clave para su gestión, como el cálculo del Direct Product Profit (DPP) y la técnica ABC. (Marín, 2016)

Ana Relvão y Gerhardt Kellermann, diseñadores alemanes hablan de la arquitectura de muebles alemana como: “Eficacia, funcionalidad, fiabilidad, orientación práctica: términos que han estado estrechamente relacionados con el diseño alemán a lo largo del tiempo. También la elegancia y la emoción han sido importantes”. También sugiere que “El diseño alemán ha dado lugar a innumerables clásicos: muebles, equipos estéreo, coches y demás”. (deutschland.de, 2023)

Hebet Hirche fue un diseñador de muebles y arquitecto alemán, carpintero que tuvo una larga y reconocida carrera en la elaboración y diseño de muebles en Alemania; Además de su labor como docente, Hirche también se dedicó activamente al diseño. Su trabajo ejerció una gran influencia en el diseño de productos y de interiores en su país después de la Segunda Guerra Mundial, período en el que pudo aplicar los conocimientos que

adquirió en la Bauhaus. Destacan sus creaciones para la marca Braun, como el Gabinete de música (1958) y la televisión (1958), así como muebles como la Hirche Lounge Chair (1953).

Tanto en sus muebles como en su arquitectura, Hirche siempre buscó la armonía de las proporciones y la funcionalidad, siguiendo el principio de que lo bello y lo natural son indicativos de un buen diseño. (kihome.com, 2021)

Provitech, en su publicación titulada “Las tendencias de la industria maderera para el 2024 en Ecuador” expresa: “Las tendencias de la industria maderera para el 2024 presentan el uso de acabados naturales y tratamientos con ceras y aceites. Además, se destaca el aspecto artesanal y los tonos claros como el roble. Los diseños en Punta Hungría y el uso de suelos de tarima reciclada también están en auge. Se busca la combinación de materiales y suelos distintos para cada estancia, considerando aspectos como el tipo de calefacción y la sostenibilidad. La industria también se enfoca en la sostenibilidad y la economía circular, dando importancia a la salud, la higiene y la simplicidad estética, con colores terrosos y cálidos. Los productos de madera destacan por su autenticidad, naturaleza y capacidad de personalización. Por otro lado, el mercado de la madera tratada con retardante de fuego presenta proyecciones positivas para el 2024, con diferentes productos y empresas destacadas, tanto en Estados Unidos como en Europa”. (Provitech, 2024)

El primer mecanismo de giro-inclinación en ventanas fue inventado por Wilhelm Frank en 1937, lo que permitió que una sola palanca controlara todas las funciones de la ventana. Inicialmente, se usaban simples tijeras para asegurar la hoja, pero desde la década de 1970, se han utilizado cada vez más accesorios ocultos de giro e inclinación dentro del marco de la ventana.

La página “Fensterdepot.de” expresa que “las ventanas basculantes ofrecen una variedad de beneficios como: Intercambio de aire más prolongado, eficiencia energética, acristalamiento de ahorro de energía, variedad de materiales (madera o plástico), protección contra robos, y demás”. (Schöler, s/f)

Por otro lado, nuestro “*Tischler*” (carpintero) a cargo, el “*Geselle*” (oficial); Steffen Uphoff manifiesta que: “las ventanas de tipo alemán, pueden tener usualmente de 2 a 3 láminas de vidrio, mismas que se encargan de regular el aislamiento del aire del lugar; son fáciles de instalar y hacer, es un proceso de construcción de uno a dos días. (Uphoff, 2024)

Existen estándares que deben seguirse para poder construir las mismas; estándares de grosor, calidad, etc impuestos por la comisión de manufacturación.

El marco de las ventanas alemanas puede hacerse con madera, plástico PVC o aluminio; siendo estos 2 últimos más ligeros.

Para escoger que material utilizaremos en cada marco de las ventanas para nuestros clientes, debemos realizar un estudio del lugar que nos permita reconocer la mejor opción para el lugar, el gusto de nuestros compradores y su presupuesto”.

Investigación de Campo

Hallazgos de la Investigación de Campo

Durabilidad y Calidad

- Existe una discrepancia entre las expectativas de durabilidad de los clientes y lo que ofrecen los proveedores, tanto en muebles de madera como de plástico.
 - A pesar de pagar precios considerables, los muebles no alcanzan la calidad deseada, lo que señala una diferencia entre el valor percibido y el entregado.
-

Variedad y Originalidad

- Los muebles en el mercado tienden a ser similares, especialmente en restaurantes, donde falta originalidad.
- Los clientes desean experiencias de compra más emocionantes y creativas, buscando locales con espacios llamativos donde puedan exhibir sus productos de manera única.

Estética y Calidad

- Los clientes valoran tanto la calidad como la estética, buscando muebles duraderos y visualmente atractivos que justifiquen su inversión.
- Aunque los precios asequibles son importantes, no deben comprometer la calidad ni la originalidad del diseño.

Facilidad y Rapidez

- La instalación fácil y rápida es crucial, ya que los clientes desean minimizar el tiempo y esfuerzo dedicado a configurar su espacio.
- Se espera que el trabajo de calidad, preferiblemente artesanal, garantice durabilidad y una sensación de autenticidad.

Innovación y Adaptabilidad

- Hay resistencia a adoptar nuevas ideas en la adquisición de mobiliario, lo que sugiere la necesidad de educar a los clientes sobre los beneficios de la innovación.
-

- Las tendencias en redes sociales y la moda influyen en las decisiones de compra, lo que ofrece una oportunidad para introducir diseños únicos en el mercado.

Planificación y Diseño

- Muchos emprendedores no planean adecuadamente la configuración de su espacio al comenzar un negocio, lo que refleja una falta de enfoque en el diseño interior.
- La compra de muebles se basa en la conveniencia y el bajo costo en lugar de la utilidad y calidad del diseño, lo que indica la necesidad de cambiar la mentalidad del consumidor hacia el valor a largo plazo.

Estos resultados resaltan la importancia de ofrecer muebles que no solo cumplan con estándares de calidad y durabilidad, sino que también sean estéticamente atractivos, originales y adaptables a las necesidades cambiantes de los emprendedores. La innovación en el diseño y la presentación de soluciones que combinen funcionalidad, originalidad y facilidad de uso será clave para satisfacer las expectativas del mercado y destacarse de la competencia.

Necesidades y Características del Segmento

El mercado al cual nuestra empresa se dirige abarca una amplia gama de sectores y clientes, mostrando una diversidad dinámica. Aquí se presenta una reexpresión de la descripción de nuestro segmento de mercado:

Emprendedores y Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

- Nuestro enfoque principal está en emprendedores y empresas de tamaño reducido en Ecuador que buscan equipar sus locales comerciales, oficinas o áreas de trabajo.
-

- Estos clientes valoran la calidad, durabilidad y estética del mobiliario, buscando piezas que reflejen una imagen profesional y positiva para sus negocios.
- Los establecimientos gastronómicos como restaurantes, cafeterías y bares son una parte importante de nuestra clientela.
- Estos negocios buscan muebles que no solo sean funcionales, sino también visualmente atractivos para crear ambientes acogedores que mejoren la experiencia del cliente.
- Tiendas minoristas y comercios buscan mobiliario versátil y personalizable que les permita exhibir sus productos de forma efectiva y organizada.
- Este segmento valora la adaptabilidad del mobiliario para adecuarse a distintos tipos de productos y espacios.
- Empresas y entidades corporativas requieren mobiliario de oficina de alta calidad y diseño ergonómico.
- Buscan soluciones que fomenten la productividad y el bienestar de sus empleados, al tiempo que reflejen la identidad y valores de la empresa.

Necesidades del Segmento de Mercado

- La prioridad radica en la adquisición de mobiliario de larga duración y calidad que justifique una inversión a largo plazo.
 - Se valora la estética y originalidad en el diseño del mobiliario, buscando piezas que destaquen y añadan valor estético a los espacios.
 - La facilidad de instalación y personalización es clave, buscando soluciones adaptables a necesidades específicas y de rápida implementación.
-

- Existe una demanda de precios accesibles que ofrezcan una buena relación calidad-precio y justifiquen la inversión realizada.
- Se muestra interés en la innovación y adaptabilidad, buscando soluciones que integren tecnologías y prácticas sostenibles en el diseño y fabricación del mobiliario.

Nuestra empresa se centra en satisfacer las necesidades y expectativas de este segmento de mercado mediante la oferta de mobiliario de alta calidad, duradero, estéticamente atractivo y adaptable a diferentes tipos de negocios y espacios.

Perfil del Cliente (Buyer Persona)



Figura 1 - Buyer Persona (Elaboración Propia)

Santiago es un emprendedor visionario que busca muebles de alta calidad y diseño para su restaurante de comida saludable en Quito. Valora la originalidad, la funcionalidad y la sostenibilidad en el mobiliario, y está dispuesto a invertir en soluciones que le ayuden a diferenciar su negocio y ofrecer una experiencia única a sus clientes.

Mapa de Empatía



Figura 2 - Mapa de Empatía (Elaboración Propia)

Alex Osterwalder, coautor de "Generación de modelos de negocio", menciona: "El mapa de empatía ayuda a entender al usuario o cliente desde una perspectiva emocional, lo que es fundamental para diseñar productos y servicios que realmente satisfagan sus necesidades".

Mapa de Actores

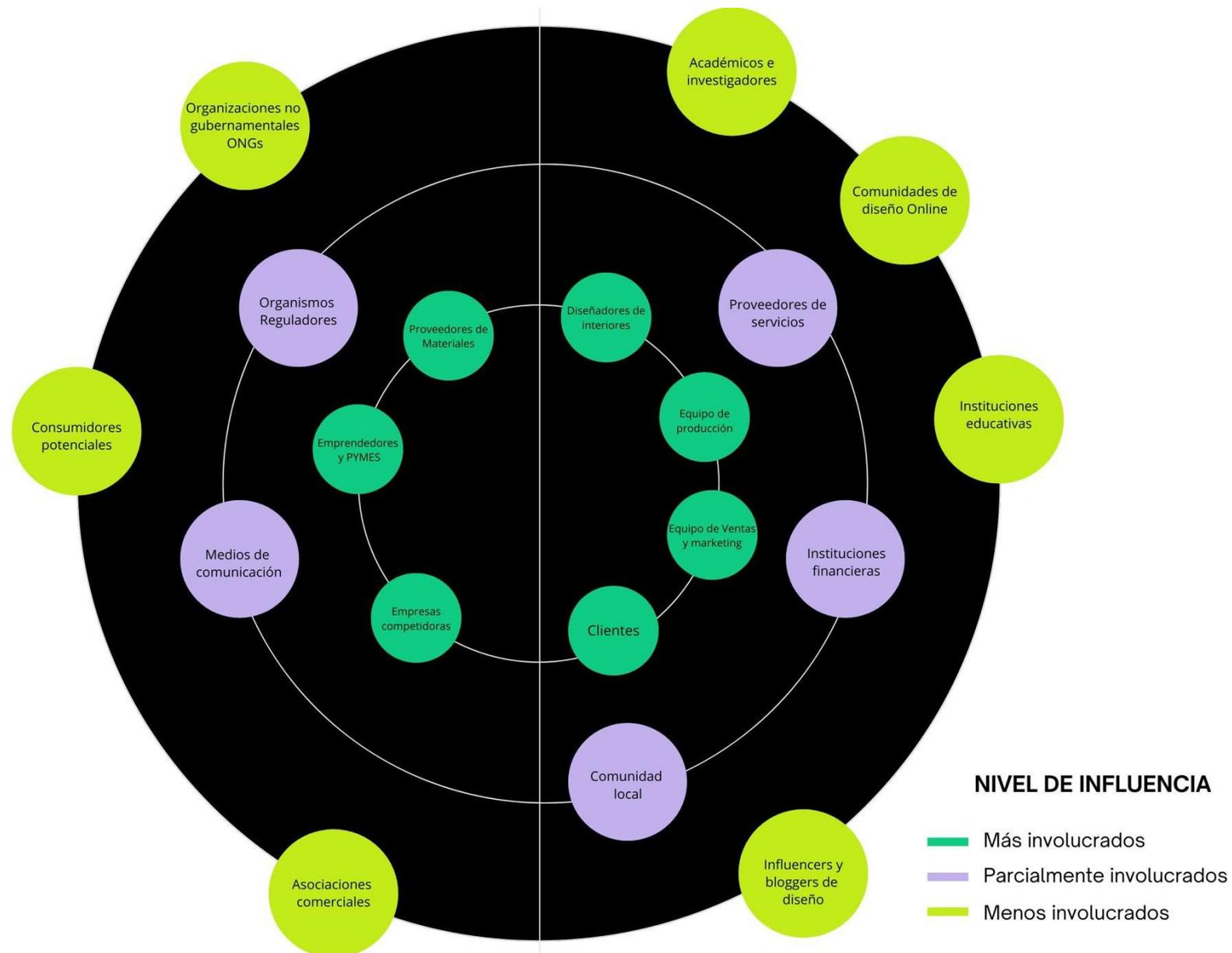


Figura 3 - Mapa de Actores (Elaboración Propia)

El mapa de actores es una herramienta visual que identifica y organiza a los diferentes actores que pueden influir o verse afectados por un proyecto, iniciativa o situación específica.

Actores Principales:

- **Emprendedores y PYMES:** Clientes directos que adquieren el mobiliario para sus locales comerciales u oficinas.
- **Proveedores de Materiales:** Empresas o personas que suministran la materia prima necesaria para la fabricación de los muebles, como madera y plástico.
- **Diseñadores de Interiores:** Profesionales que colaboran con los clientes en el diseño y distribución del mobiliario en sus espacios.
- **Equipo de Producción:** Personal encargado de la fabricación y construcción de los muebles en el taller o fábrica.
- **Equipo de Ventas y Marketing:** Encargados de promover los productos, cerrar ventas y mantener relaciones con los clientes.
- **Empresas Competidoras:** Otras empresas del sector que ofrecen productos similares y compiten por el mismo mercado.

Actores Secundarios:

- **Organismos Reguladores:** Entidades gubernamentales encargadas de regular y supervisar la industria, como el Ministerio de Industrias y Productividad.
 - **Medios de Comunicación:** Plataformas de comunicación que pueden influir en la percepción del público sobre la empresa y sus productos.
 - **Comunidad Local:** Vecinos y residentes de la comunidad donde se encuentran ubicadas las instalaciones de la empresa.
 - **Instituciones Financieras:** Bancos u otras entidades financieras que proporcionan financiamiento o servicios bancarios a la empresa.
 - **Proveedores de Servicios:** Empresas o individuos que ofrecen servicios de apoyo a la empresa, como transporte, logística o servicios legales.
-

Actores Menos Involucrados:

- Organizaciones No Gubernamentales (ONGs): Organizaciones que podrían estar interesadas en prácticas sostenibles y podrían colaborar en proyectos de responsabilidad social corporativa.
- Académicos e Investigadores: Profesionales que estudian las tendencias de diseño, materiales innovadores y sostenibilidad en la industria del mobiliario.
- Comunidades de Diseño Online: Grupos y foros en línea donde se discuten tendencias y novedades del diseño de interiores y mobiliario.
- Instituciones Educativas: Escuelas y universidades que ofrecen programas relacionados con diseño de interiores, ingeniería o administración de empresas.
- Influencers y Bloggers de Diseño: Personalidades en redes sociales que promueven y revisan productos de diseño y decoración.
- Asociaciones Comerciales: Grupos que representan a empresas de la industria del mobiliario y construcción, pero que no tienen una interacción directa con tu empresa.
- Consumidores Potenciales: Personas que, aunque no sean clientes actuales, podrían convertirse en futuros emprendedores o dueños de negocios interesados en tus productos.

Identificación de la Problemática

Problemas del Segmento

- **Durabilidad del Mobiliario**

Problema: La durabilidad de los muebles no alcanza las expectativas ni cumple con lo prometido por los proveedores.

Oportunidad: Ofrecer muebles contruidos con materiales de alta calidad y técnicas de ingeniería alemana para garantizar una vida útil prolongada.

- **Calidad y Relación Calidad-Precio**

Problema: La calidad de los muebles no justifica el precio pagado; los clientes buscan muebles con una vida útil más larga.

Oportunidad: Proporcionar muebles que ofrezcan una excelente relación calidad-precio, asegurando que los clientes sientan que su inversión es valiosa y duradera.

- **Falta de Originalidad en el Diseño**

Problema: Los muebles disponibles en el mercado son muy similares, especialmente para restaurantes, lo que conduce a una falta de diferenciación.

Oportunidad: Crear diseños únicos y personalizados para cada cliente, permitiendo a los emprendedores destacarse en el mercado con mobiliario exclusivo y atractivo.

- **Desgaste de Materiales**

Problema: La madera se desgasta rápidamente y el plástico de las estructuras se rompe con facilidad.

Oportunidad: Utilizar materiales duraderos y de alta calidad que resistan el desgaste y el uso diario, combinando madera tratada y plásticos reforzados para mejorar la longevidad del mobiliario.

- **Facilidad de Instalación y Adaptabilidad**

Problema: Los clientes necesitan muebles que se instalen fácilmente y se adapten rápidamente a sus espacios sin complicaciones.

Oportunidad: Diseñar mobiliario modular y de fácil instalación que permita una configuración rápida y eficiente del espacio, ahorrando tiempo y esfuerzo a los emprendedores.

Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio

Durabilidad del Mobiliario

Problema: La durabilidad de los muebles no alcanza las expectativas ni cumple con lo prometido por los proveedores.

Oportunidad: Ofrecer muebles contruidos con materiales de alta calidad y técnicas de ingeniería alemana para garantizar una vida útil prolongada.

¿Por qué es una gran oportunidad de negocio?

- Satisfacción del Cliente:

La durabilidad es un factor crucial para los emprendedores y PYMES que buscan maximizar el retorno de su inversión en mobiliario. Al proporcionar muebles que cumplen con las expectativas de durabilidad, nuestra empresa puede asegurar una alta satisfacción del cliente, fomentando la lealtad y repeticiones de compra.

- Reputación de Calidad:

Posicionar nuestros productos como duraderos y de alta calidad puede diferenciar a nuestra empresa en un mercado donde la mayoría de los muebles no cumplen con las expectativas de longevidad. Esto fortalece nuestra reputación y nos establece como un proveedor de confianza y calidad en el sector.

- Reducción de Costos a Largo Plazo para Clientes:

Al ofrecer muebles que no necesitan ser reemplazados frecuentemente, ayudamos a nuestros clientes a reducir sus costos a largo plazo. Esto no solo hace que nuestras ofertas sean más atractivas, sino que también construye relaciones a largo plazo con los clientes, quienes valorarán la economía y fiabilidad de nuestros productos.

- Aprovechamiento de Ingeniería Alemana:

La incorporación de técnicas de ingeniería alemana en la fabricación de muebles se traduce en un diferenciador significativo en el mercado ecuatoriano. Esta asociación con la calidad y precisión alemana puede ser un gran atractivo para los clientes que buscan soluciones de mobiliario de primer nivel.

- Entrada a Nuevos Mercados y Segmentos:

La demanda de mobiliario duradero no se limita a un solo segmento; desde oficinas hasta restaurantes y tiendas minoristas, todos necesitan muebles que soporten el uso intensivo diario. Nuestra capacidad para ofrecer durabilidad puede abrir puertas a una variedad de sectores, expandiendo nuestro alcance y potencial de mercado.

- Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

En un entorno cada vez más consciente del medio ambiente, los muebles duraderos también representan una opción más sostenible al reducir la frecuencia de reemplazo y,

por ende, la cantidad de residuos. Esta ventaja ecológica puede atraer a clientes que valoran la sostenibilidad y buscan reducir su huella ambiental.

- **Mejor Relación Calidad-Precio:**

Al proporcionar muebles de alta durabilidad a precios competitivos, podemos ofrecer una relación calidad-precio superior en comparación con competidores cuyos productos no duran tanto. Esta ventaja económica es un poderoso incentivo para los emprendedores que deben maximizar cada inversión.

En resumen, abordar el problema de la durabilidad del mobiliario no solo responde a una necesidad crítica del mercado, sino que también posiciona a nuestra empresa como líder en calidad y fiabilidad. Esta estrategia no solo aumenta la satisfacción del cliente, sino que también fortalece nuestra posición competitiva en el mercado ecuatoriano.

Árbol de Problemas

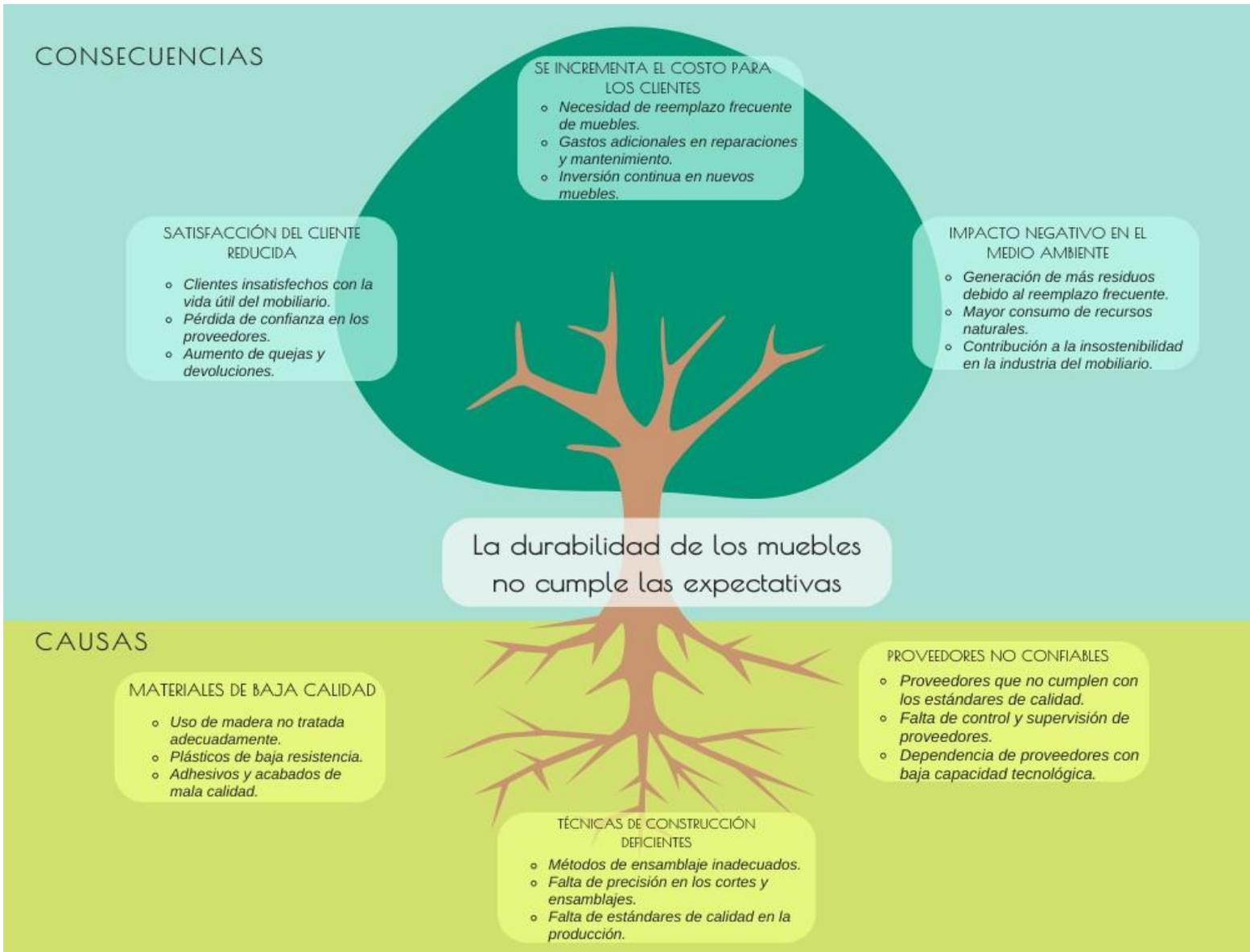


Figura 4 - Árbol de Problemas (Elaboración Propia)

Según el Manual de Planificación de Proyectos de la Cooperación Técnica Alemana (GIZ), el árbol de problemas se describe como una herramienta visual que ayuda a descomponer un problema central en sus causas fundamentales y efectos. Este enfoque facilita una mejor comprensión de los factores que contribuyen al problema y ayuda a identificar soluciones más efectivas.

Idea de Negocio

Idea del proyecto Problem-Solution Fit

Problema Identificado:

- La durabilidad de los muebles no alcanza las expectativas ni cumple con lo prometido por los proveedores.
- La calidad de los muebles no justifica el precio pagado; los clientes buscan muebles con una vida útil más larga.
- Falta de originalidad y personalización en el diseño del mobiliario disponible en el mercado.
- El desgaste rápido de la madera y la fragilidad de los plásticos utilizados en los muebles.
- Necesidad de muebles que sean fáciles y rápidos de instalar y adaptar a diferentes espacios.

Solución Propuesta:

- Nuestra empresa propone diseñar y construir muebles en madera y plástico utilizando técnicas de ingeniería alemana para emprendedores y PYMES en Quito. Los muebles serán:
 - Duraderos: Construidos con materiales de alta calidad que aseguren una vida útil prolongada.
 - Estéticamente Atractivos: Diseños modernos y personalizados que se adapten a las necesidades y gustos de los clientes.
 - Fáciles de Instalar: Mobiliario modular que permita una instalación rápida y sencilla.
-

- Económicos: Ofrecemos una excelente relación calidad-precio para que la inversión de los clientes sea valiosa.
- Innovadores y Adaptables: Capaces de adaptarse a diferentes espacios y requisitos específicos de cada cliente.

Producto o Servicio

- Producto:

Mobiliario modular en madera y plástico, diseñado con ingeniería alemana, que incluye sillas, mesas, estanterías, mostradores y otros muebles personalizados para diferentes tipos de negocios.

- Servicios:

Asesoramiento personalizado en diseño de interiores.

Instalación rápida y eficiente de los muebles.

Servicio postventa para mantenimiento y reparaciones.

Características de la Propuesta con Innovación e Impacto Social

- Innovación en Diseño y Funcionalidad

Investigación y Desarrollo: Analizar el mercado para detectar las últimas tendencias en diseño de mobiliario y entender las necesidades particulares de los negocios en Quito.

Prototipado y Modelado: Crear prototipos mediante software de modelado 3D y técnicas de impresión 3D para evaluar tanto la funcionalidad como la estética antes de la producción en serie.

Ergonomía y Utilidad: Diseñar productos que mejoren la comodidad y la practicidad para los usuarios finales, optimizando la ergonomía y la facilidad de uso.

- Calidad y Resistencia

Elección de Materiales: Emplear materiales duraderos y de alta calidad, tanto madera como plástico, para asegurar la resistencia a las condiciones ambientales y al uso diario.

Proceso de Manufactura: Aplicar estándares de ingeniería, como técnicas avanzadas de ensamblaje y acabado, para garantizar la durabilidad y robustez de los muebles.

Control de Calidad: Establecer sistemas estrictos de control de calidad en todas las etapas de producción para asegurar que cada pieza cumpla con estándares elevados.

- Sostenibilidad y Compromiso Ambiental

Materiales Ecológicos: Priorizar el uso de maderas certificadas y plásticos reciclables para minimizar el impacto ambiental de la extracción y procesamiento de materias primas.

Procesos Sostenibles: Implementar técnicas de producción que reduzcan el consumo de energía y agua, así como la generación de residuos, fomentando la eficiencia energética y la economía circular.

Certificaciones Ambientales: Obtener reconocimientos internacionales que respalden las prácticas sostenibles de la empresa, como FSC (Forest Stewardship Council) y LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).

- Servicio al Cliente y Personalización

Servicio Integral: Proporcionar un servicio completo desde la consultoría inicial hasta la instalación y el soporte postventa, garantizando una experiencia satisfactoria para el cliente.

Soluciones Personalizadas: Desarrollar mobiliario adaptado a las necesidades específicas de cada cliente, considerando factores como el espacio disponible, la funcionalidad requerida y el estilo deseado.

Retroalimentación Continua: Establecer canales de comunicación efectivos para recoger y gestionar la retroalimentación de los clientes, utilizando esta información para mejorar constantemente los productos y servicios.

- Innovación y Tecnología

Adopción de Tecnologías Emergentes: Integrar tecnologías de punta en todos los procesos, desde el diseño hasta la producción, para mejorar la precisión y reducir los tiempos de fabricación.

Investigación Permanente: Mantener un equipo dedicado a la investigación y desarrollo para explorar nuevas tecnologías y métodos de producción aplicables al mobiliario.

Formación Técnica: Brindar capacitación continua a los empleados en el uso de nuevas tecnologías y técnicas avanzadas para asegurar que el equipo esté al tanto de las últimas innovaciones del sector.

Propuesta de Valor Específica (Lienzo de PV)

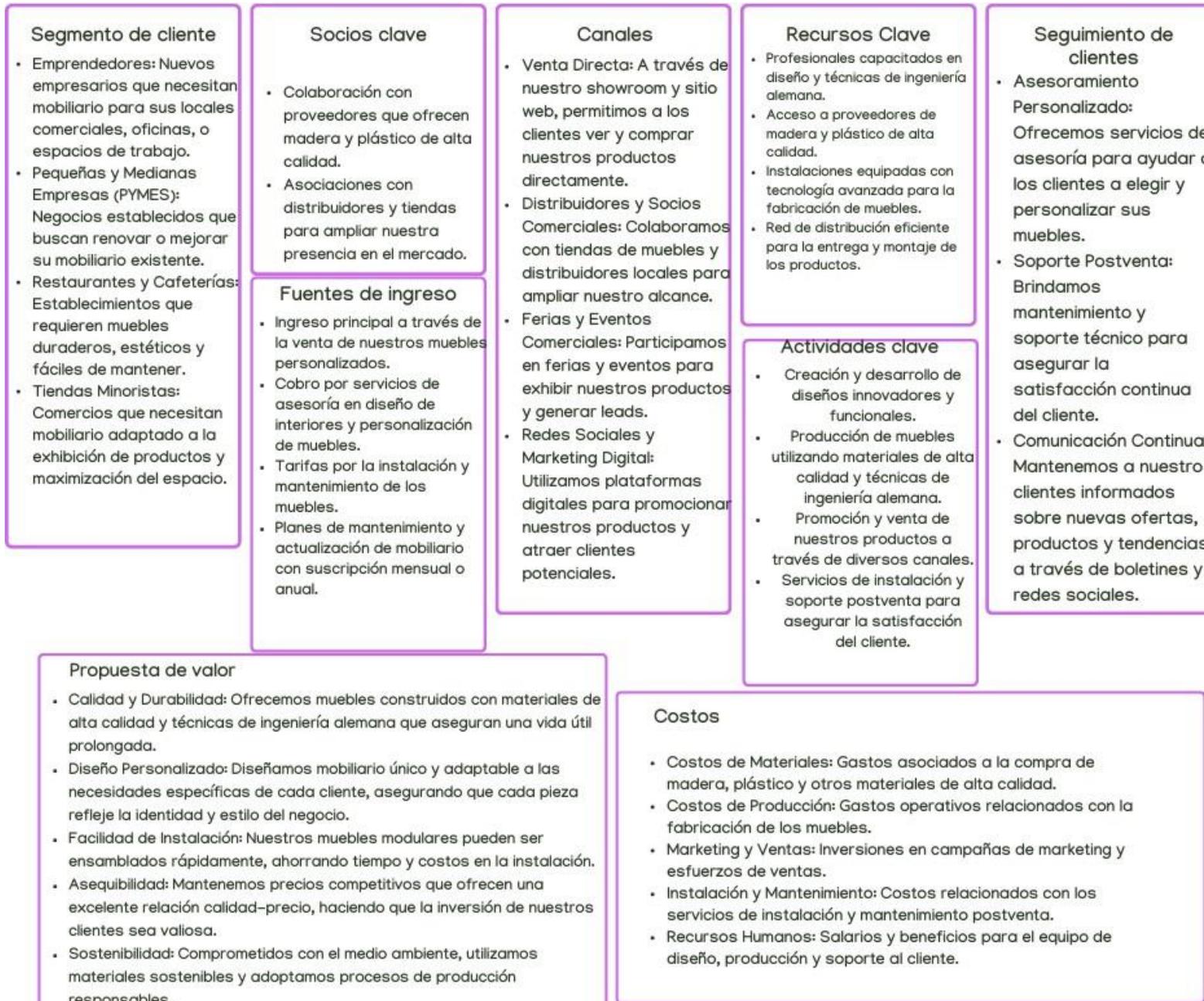


Figura 5 - Lienzo Propuesta de Valor (Elaboración Propia)

- **Calidad y Durabilidad:** Garantía de productos que cumplen con los más altos estándares de calidad y tienen una vida útil prolongada.
- **Diseño Personalizado:** Mobiliario único y adaptable a las necesidades específicas de cada cliente.
- **Facilidad de Instalación:** Muebles que pueden ser ensamblados rápidamente, ahorrando tiempo y costos.
- **Asequibilidad:** Precios competitivos que ofrecen una excelente relación calidad-precio.
- **Sostenibilidad:** Compromiso con el medio ambiente a través del uso de materiales sostenibles y procesos de producción responsables.

Modelo de Monetización

Para asegurar la viabilidad económica y el éxito de nuestra empresa, hemos desarrollado un modelo de monetización integral que incluye varias fuentes de ingresos y estrategias de monetización.

- **Venta Directa de Mobiliario**
- **Descripción:** La principal fuente de ingresos será la venta directa de nuestros muebles a emprendedores, pequeñas y medianas empresas.
- **Estrategia:**

Showroom: Establecer un showroom donde los clientes puedan ver y probar los muebles antes de comprarlos.

E-commerce: Implementar una plataforma de ventas en línea con catálogos detallados, opciones de personalización y facilidad de compra.

Ventas Corporativas: Ofrecer descuentos y paquetes personalizados para grandes pedidos de empresas.

- **Instalación y Mantenimiento**
- **Descripción:** Proveer servicios de instalación y mantenimiento de los muebles para asegurar una experiencia sin problemas y satisfacción continua del cliente.
- **Planes de Mantenimiento:** Ofrecer planes de mantenimiento periódico para prolongar la vida útil de los muebles y garantizar que se mantengan en óptimas condiciones.
- **Reparaciones:** Tarifas por servicios de reparación en caso de daños o desgaste.
- **Servicios de Asesoramiento y Diseño**
- **Descripción:** Ofrecemos servicios de asesoramiento en diseño de interiores y personalización de muebles para satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes.
- **Estrategia:**

Consultoría Inicial: Cobrar una tarifa fija por sesiones de consultoría donde ayudamos a los clientes a conceptualizar y planificar sus espacios.

Diseño Personalizado: Tarifas por servicios de diseño que incluyen planos detallados y renders en 3D.

Las siguientes ideas para el modelo se utilizarán en una fase 2 del proyecto.

- Modelos de Suscripción
- Descripción: Implementar un modelo de suscripción para ofrecer servicios adicionales y mantenimiento continuo.
- Estrategia:

Suscripción Básica: Mantenimiento anual y pequeñas reparaciones.

Suscripción Premium: Incluye mantenimiento, reparaciones, y actualizaciones periódicas del mobiliario, así como asesoramiento en rediseño cada cierto tiempo.

Suscripción Corporativa: Para empresas con grandes volúmenes de mobiliario, incluye todas las ventajas del nivel Premium más servicios personalizados adicionales.

- Colaboraciones y Proyectos Especiales
- Descripción: Participar en proyectos colaborativos con diseñadores, arquitectos y otros profesionales del sector.
- Estrategia:

Comisiones: Cobrar comisiones por la participación en proyectos de diseño y remodelación.

Consultorías Especializadas: Ofrecer servicios de consultoría en proyectos de terceros, cobrando tarifas por hora o por proyecto.

- Eventos y Ferias Comerciales
- Descripción: Participar en ferias y eventos para generar ventas directas y leads.
- Estrategia:

Venta en Eventos: Vender muebles directamente en ferias y exposiciones comerciales.

Generación de Leads: Recopilar información de contacto de potenciales clientes y socios comerciales para futuras ventas y colaboraciones.

Este enfoque diversificado de monetización no solo garantiza varias fuentes de ingresos, sino que también reduce riesgos al no basarse únicamente en la venta directa de productos. Esto nos permite proporcionar un valor adicional constante a nuestros clientes, asegurar la calidad y durabilidad de nuestros muebles, y mantener una sólida presencia en el mercado.

Prototipaje 1.0

Lean CANVAS



Figura 6 - Lean Canvas (Elaboración Propia)

El Lean Canvas es una herramienta visual que facilita la comprensión rápida de las diferentes partes de un modelo de negocio, fomentando la iteración rápida y el enfoque en las necesidades del cliente y la validación del mercado.

Prototipo Inicial

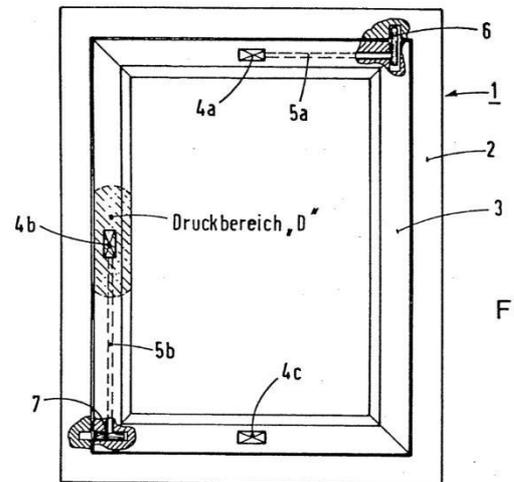


Fig.1



Figura 7 - Prototipo Inicial (Elaboración Propia)

El prototipo 1 es una idea de varios productos individuales que ofrecemos en la empresa; mismos que servirán para la posterior encuesta a nuestros posibles clientes.

Análisis del Macroentorno – PESTEL

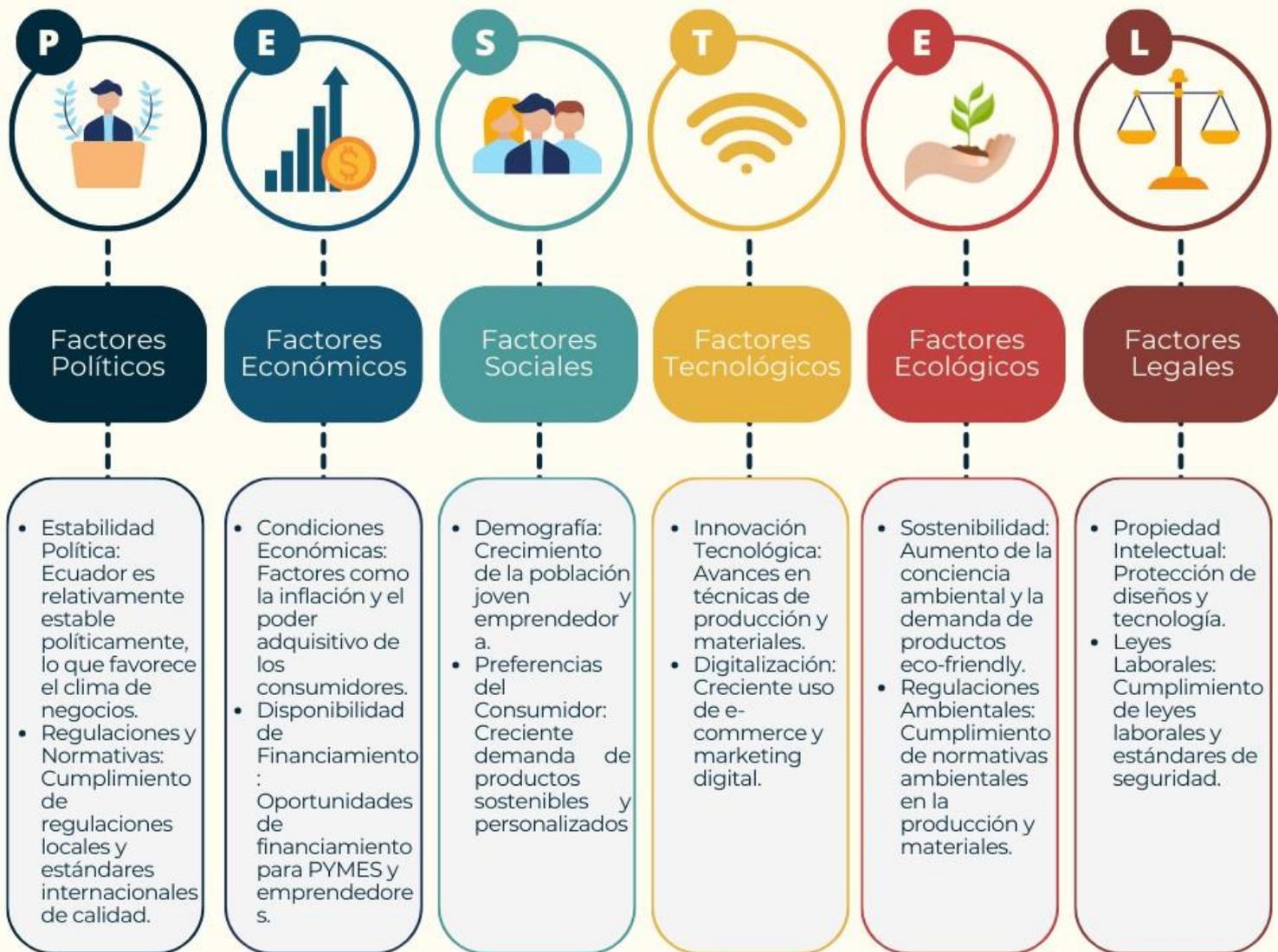


Figura 8 – Análisis del Macroentorno PESTEL (Elaboración Propia)

El análisis PESTEL permite a las organizaciones entender el contexto externo en el que se desenvuelven y detectar tanto oportunidades como amenazas que pueden afectar su estrategia y rendimiento. Al tener en cuenta estos elementos, las empresas pueden tomar

decisiones bien fundamentadas y crear estrategias que se ajusten más adecuadamente al entorno externo.

Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter



Figura 9 - Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter (Elaboración Propia)

El análisis de las 5 Fuerzas de Porter ofrece a las empresas una visión detallada de los elementos que influyen en la competencia y la rentabilidad de su sector, permitiéndoles elaborar estrategias que capitalicen las oportunidades y reduzcan las amenazas.

Matriz FODA



Figura 10 - Matriz FODA (Elaboración Propia)

El FODA se emplea para llevar a cabo un análisis completo de la situación presente de la organización y para formular estrategias eficaces. Al reconocer las fortalezas y debilidades internas junto con las oportunidades y amenazas externas, las organizaciones pueden tomar decisiones bien fundamentadas y elaborar planes de acción que optimicen sus beneficios y reduzcan los riesgos.

Validación de Viabilidad

Investigación de Mercado

La investigación de mercado es crucial para entender las necesidades, preferencias y comportamientos de nuestros clientes potenciales, así como para evaluar el entorno competitivo en el que operaremos. A continuación, se detallan los pasos y métodos para llevar a cabo esta investigación de manera exhaustiva.

- Objetivos de la Investigación
- Identificar las características y preferencias de los clientes en cuanto a diseño, materiales, durabilidad y funcionalidad del mobiliario.
- Evaluar la disposición a pagar por muebles personalizados y de alta calidad.
- Analizar la competencia y sus ofertas para identificar oportunidades de diferenciación.
- Comprender las tendencias del mercado y las influencias de moda en la demanda de mobiliario.
- Detectar problemas comunes que los clientes enfrentan con el mobiliario actual y que nuestra empresa puede solucionar.
- Metodología

a. Investigación Cuantitativa

- Encuestas:
 - Formato: Cuestionarios estructurados con una combinación de preguntas de opción múltiple, escala de Likert y preguntas abiertas.
 - Distribución: En línea (a través de plataformas como Google Forms, SurveyMonkey) y presencial (en eventos, ferias y puntos de venta).
 - Muestra: 200-300 participantes, divididos en emprendedores, PYMES, restaurantes y tiendas minoristas.
 - Contenido de la Encuesta:
-

- Datos Demográficos: Edad, género, ubicación, tipo de negocio.
- Preferencias de Diseño: Estilo, colores, materiales.
- Expectativas de Calidad y Durabilidad: Importancia de la calidad, experiencias pasadas.
- Disposición a Pagar: Rango de precios aceptables para muebles de alta calidad.
- Percepciones sobre la Competencia: Opiniones sobre muebles actualmente disponibles en el mercado.

b. Investigación Cualitativa

- Entrevistas en Profundidad:
- Formato: Entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas para explorar en profundidad las necesidades y expectativas.
- Participantes: Una selección de 20-30 individuos representativos de cada segmento del mercado.
- Contenido: Experiencias pasadas con mobiliario, problemas enfrentados, expectativas de innovación, percepciones sobre calidad y durabilidad.
- Grupos Focales:
- Formato: Reuniones con 6-10 personas para discutir en profundidad sus necesidades y preferencias de mobiliario.
- Moderador: Un facilitador que guíe la discusión y fomente la participación de todos los miembros.
- Contenido: Discusión sobre ideas y conceptos de diseño, percepciones sobre la marca y reacciones a las propuestas de valor.

c. Análisis de Competencia

- Investigación Secundaria:
-

- Revisión de informes de mercado, estudios de la industria y publicaciones comerciales.
- Análisis de sitios web y catálogos de competidores.
- Evaluación de los productos y servicios ofrecidos por los competidores, sus precios y sus estrategias de marketing.
- Benchmarking:
- Identificación de las mejores prácticas en la industria del mobiliario.
- Comparación de nuestras ofertas con las de los competidores para encontrar oportunidades de mejora y diferenciación.

Población (Mercado Objetivo)

Nuestro mercado objetivo incluye:

- **Emprendedores:** Personas que inician nuevos negocios y necesitan mobiliario funcional y estético.
- **Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES):** Empresas establecidas que buscan renovar o mejorar su mobiliario para optimizar sus espacios de trabajo.
- **Restaurantes y Cafeterías:** Negocios que requieren muebles duraderos, fáciles de limpiar y visualmente atractivos para sus clientes.
- **Tiendas Minoristas:** Comercios que necesitan soluciones de mobiliario adaptadas a la exhibición de productos y la maximización del espacio de venta.

Muestra

Para nuestra investigación de mercado, seleccionaremos una muestra representativa de nuestro mercado objetivo:

$$n_{ajustado} = \frac{n}{1 + \left(\frac{n-1}{N}\right)}$$

Donde:

- N ajustado es el tamaño de la muestra ajustado.
- n es el tamaño de la muestra calculado previamente.
- N es el tamaño total de la población.

$$n_{ajustado} = \frac{385}{1 + \left(\frac{384}{1000}\right)}$$

$$n_{ajustado} = \frac{385}{1 + 0.384}$$

$$n_{ajustado} = \frac{385}{1.384}$$

$$n_{ajustado} \approx 278$$

1. Tamaño de la Muestra:

- Aproximadamente 200-300 participantes para encuestas cuantitativas.

2. Selección de la Muestra:

- Muestreo Estratificado: Asegurar que cada segmento del mercado (emprendedores, PYMES, restaurantes, tiendas minoristas) esté adecuadamente representado.

- Selección Aleatoria: Dentro de cada estrato para minimizar sesgos y asegurar la representatividad.

Instrumento de Recolección de Información

- Encuestas:
 - Medio: Distribución a través de plataformas digitales y encuestas presenciales.
 - Contenido:
 - Preguntas Demográficas: Información básica sobre los participantes.
 - Preguntas sobre Preferencias y Expectativas: Diseño, materiales, calidad, precio.
 - Preguntas sobre Experiencias Pasadas: Satisfacción con mobiliario actual, problemas enfrentados.
 - Formato: Semiestructurado, permitiendo flexibilidad para explorar temas relevantes en profundidad.
 - Contenido: Experiencias detalladas, problemas específicos, expectativas y necesidades no satisfechas.
- Grupos Focales:
 - Formato: Moderado por un facilitador para asegurar una discusión rica y enfocada.
 - Contenido: Discusión sobre conceptos de diseño, reacciones a prototipos, percepciones de valor y calidad.

Implementación y Resultados

- Análisis de Datos:
 - Cuantitativo: Uso de herramientas estadísticas para analizar los datos de las encuestas.
-

- Cualitativo: Análisis temático de las entrevistas y grupos focales para identificar patrones y tendencias.
- Interpretación de Resultados:
- Identificación de las principales necesidades y preferencias del mercado.
- Evaluación de la disposición a pagar y la percepción de valor.
- Análisis de la competencia y oportunidades de diferenciación.
- Aplicación de Resultados:
- Ajuste de la propuesta de valor y estrategias de marketing según los insights obtenidos.
- Desarrollo de productos que alineen mejor con las expectativas del mercado.
- Implementación de mejoras en el servicio y experiencia del cliente.

Esta investigación de mercado exhaustiva nos permitirá comprender a fondo nuestro mercado objetivo, identificar oportunidades y desafíos, y desarrollar estrategias efectivas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y posicionar nuestra empresa como líder en el sector de mobiliario en Quito.

Análisis de Resultados

La encuesta revela que la mayoría de los encuestados tienen entre 25 y 34 años, y el 67% son femeninos. Todos ellos tienen un emprendimiento y expresan una necesidad predominante de estanterías/perchas, mostradores y muebles de exhibición. Las características más importantes al elegir mobiliario son durabilidad, funcionalidad y material de alta calidad. La frecuencia de renovación del mobiliario es cada 3-5 años, aunque se han evidenciado problemas ocasionales con la durabilidad del mobiliario

actual. La importancia de que el mobiliario se destaque es alta para los encuestados, quienes prefieren materiales como madera, plástico y combinaciones de materiales. La principal frustración con el mobiliario actual es la falta de durabilidad. En general, los encuestados valoran la durabilidad y funcionalidad del mobiliario, prefieren materiales de alta calidad y realizan renovaciones con poca frecuencia, destacando la necesidad de mejorar la durabilidad del mobiliario.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

Tras entrevistar a nuestros posibles clientes, podemos confirmar que el prototipo 1 recibió la mayor aprobación. Las estanterías y el mobiliario fueron especialmente destacados en comparación con las ventanas. Por tanto, hemos decidido centrarnos exclusivamente en la producción de mobiliario y posponer la elaboración de ventanas para el futuro. La encuesta también muestra que la mayoría de los encuestados tienen entre 25 y 34 años, con un 67% de mujeres. Todos ellos tienen emprendimientos y necesitan principalmente estanterías, mostradores y muebles de exhibición, valorando sobre todo la durabilidad, funcionalidad y alta calidad de los materiales. Además, la renovación del mobiliario se realiza cada 3-5 años, aunque hay problemas ocasionales con la durabilidad actual. La importancia de que el mobiliario se destaque es alta, y los materiales preferidos incluyen madera, plástico y combinaciones de ambos. La principal frustración es la falta de durabilidad, lo que subraya aún más nuestra decisión de enfocarnos en mejorar estos aspectos en nuestro mobiliario.

Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

Visión General del Producto: Nuestro proyecto se centra en el diseño y construcción de mobiliario en madera y plástico con ingeniería alemana para emprendimientos, pequeñas y medianas empresas en Quito, Ecuador. Ofrecemos soluciones mobiliarias que cumplen

con la calidad deseada, tienen una larga vida útil, son estéticamente atractivas, se adaptan a las necesidades y precios del cliente, y pueden ser instaladas de forma fácil y rápida.



Figura 11 - Product-Market-Fit Canvas (Elaboración Propia)

La combinación de ingeniería alemana, diseño innovador, personalización, y un enfoque en durabilidad y calidad nos posiciona de manera única en el mercado de mobiliario en Ecuador. Con una oferta que resuelve problemas reales de los clientes y la ausencia de competencia directa en este nicho específico, nuestro producto tiene un encaje claro y fuerte en el mercado. Esta ventaja nos permite no solo satisfacer las demandas actuales, sino también establecer una posición de liderazgo y confianza entre los emprendedores y PYMES de Quito.

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

Se volvió a realizar la entrevista a las primeras 15 personas de la misma tarea y sugirieron que las ventanas no son una idea primordial, pero que el mobiliario es muy eficiente y resuelve la problemática actual del mercado; en base a esas sugerencias hemos creado el prototipo 2.0 mismo que se vuelve nuestro producto mínimo viable.

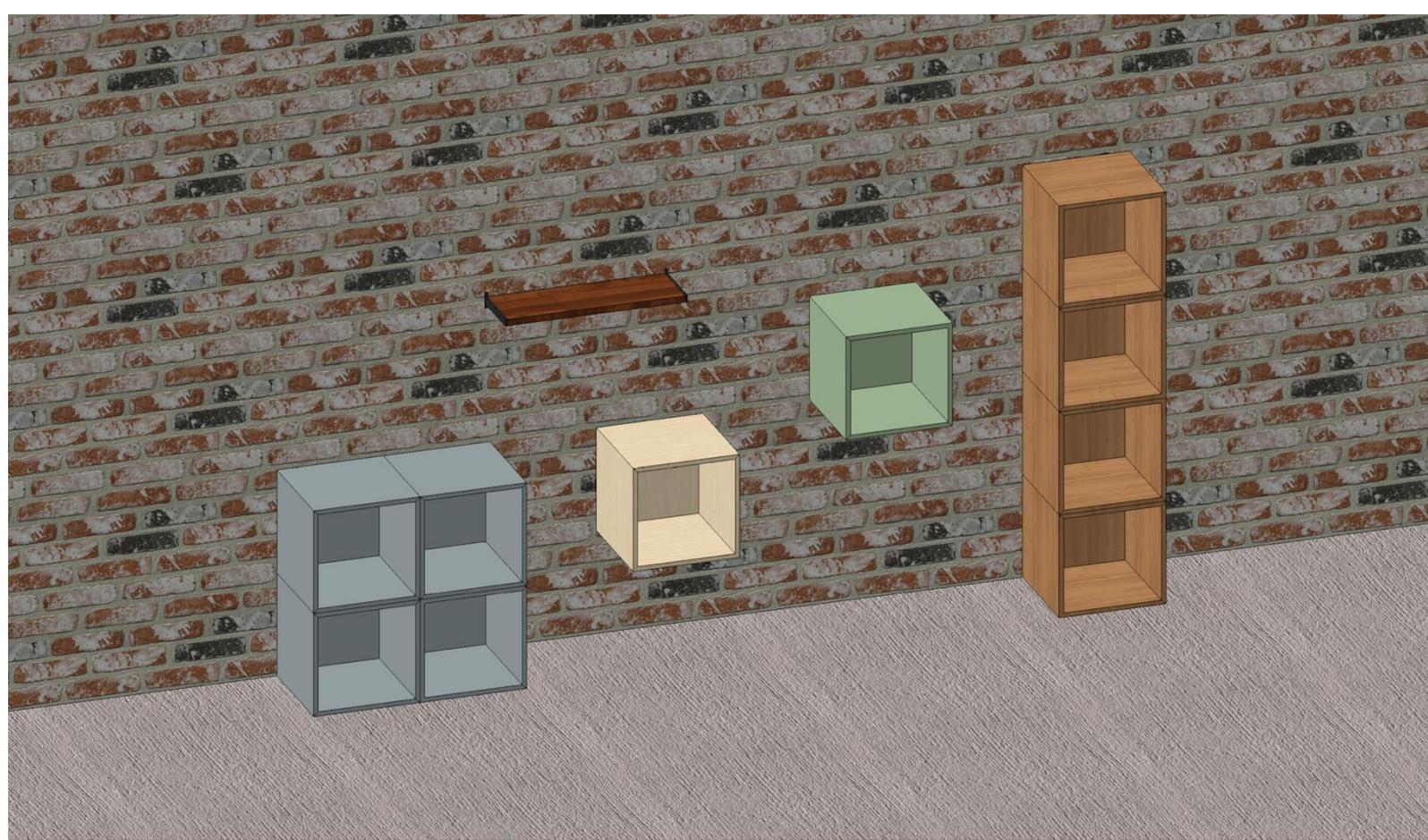


Figura 12 – Mejora del prototipo - Prototipo 2 (Elaboración Propia)

PMV Canvas (producto mínimo viable canvas)



PMV CANVAS (PRODUCTO MÍNIMO VIABLE)

<p>Problema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durabilidad de muebles insuficiente. • Calidad inferior a lo esperado. • Falta de diseño innovador. • Necesidad de instalación fácil y rápida. 	<p>Cientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendedores y PYMES en Quito. • Restaurantes, tiendas, oficinas pequeñas. 	<p>Propuestas de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad y durabilidad. • Diseño innovador y personalizable. • Instalación rápida y sencilla. • Precios accesibles. 	<p>Solución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales de alta calidad. • Diseño adaptable y estético. • Sistemas de ensamblaje fácil. • Eliminación de características no esenciales. 	<p>Métricas clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción del cliente. • Ventas y preórdenes. • Retorno de clientes. • Tiempo de instalación. • Evaluación de durabilidad.
<p>Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitio web y tienda en línea. • Redes sociales. • Eventos de lanzamiento. • Email marketing. • Influencers y bloggers. 				
<p>Costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y fabricación. • Marketing y promoción. • Investigación de mercado. • Operación y materiales. 		<p>Ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa. • Servicios de personalización. • Instalación y mantenimiento. • Suscripciones. 		

Figura 13 – PMV CANVAS (Elaboración Propia)

Presentación Comercial del Prototipo (Branding)



Figura 14 - Propuesta de Logotipo (Elaboración Propia)

Nombre de la empresa:

Eichcraft Designs

Slogan

"Diseño Alemán, Durabilidad Ecuatoriana"

Voz de Marca

- **Tono:** Profesional, confiable y cercano.
- **Lenguaje:** Claro, directo y amigable.
- **Estilo:** Innovador, moderno y enfocado en la calidad.

Misión

Proveer mobiliario de alta calidad y diseño innovador que cumpla con las expectativas de durabilidad y estética de emprendedores y PYMES en Quito, utilizando ingeniería alemana y adaptándonos a las necesidades locales.

Visión

Ser la empresa líder en soluciones mobiliarias personalizadas y sostenibles en Ecuador, reconocida por nuestra calidad, innovación y compromiso con el éxito de nuestros clientes.

Valores

1. **Innovación:** Nos esforzamos por crear soluciones de mobiliario que sean únicas y avanzadas, utilizando las mejores técnicas y tecnologías disponibles.
 2. **Calidad:** Garantizamos la excelencia en cada producto, asegurando que nuestros muebles sean duraderos y funcionales.
 3. **Personalización:** Ofrecemos productos adaptados a las necesidades específicas de cada cliente, respetando su estilo y preferencias.
 4. **Sostenibilidad:** Comprometidos con el medio ambiente, utilizamos materiales sostenibles y prácticas responsables en nuestra producción.
 5. **Compromiso:** Estamos dedicados al éxito de nuestros clientes, brindando un servicio excepcional y apoyo continuo.
-

Paleta de Colores:

- **Primarios:** Dorado (confianza, profesionalismo, elegancia), Azul oscuro (sostenibilidad, naturaleza, fluidez).
- **Secundarios:** Gris Claro (modernidad, simplicidad), Blanco (pureza, simplicidad).

Actualización del Modelo de Monetización

Los encuestados validaron el modelo de monetización, enfatizando que es muy buena opción el servicio de instalación por parte de nuestro equipo; la venta directa también lo es, ya que al ofrecer un showroom, los clientes pueden observar de manera presencial nuestros productos y cotizarlos de manera directa sin necesidad de un intermediario.

Plan de Marketing

Establecimiento de Objetivos de Marketing

Objetivo General:

Incrementar las ventas en un 15% durante el primer año de operación de nuestra empresa de mobiliario en Quito, Ecuador.

Objetivos Específicos:

- Aumentar la Visibilidad de la Marca:
-

- Fomentar la Lealtad del Cliente:
- Expandir la Distribución y Canales de Venta:

Marketing Mix (4Ps)

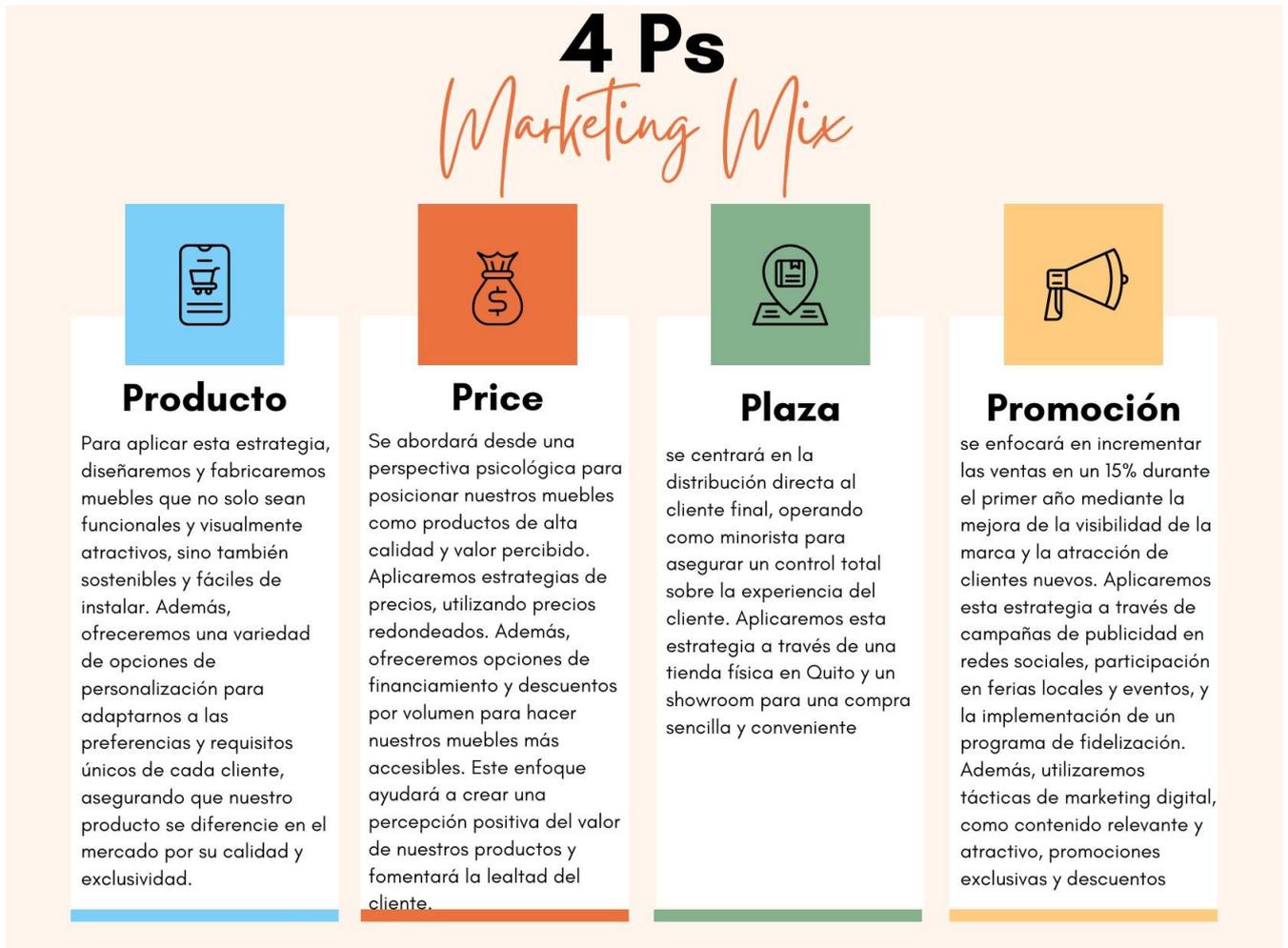


Figura 15 – 4P del Marketing (Elaboración Propia)

Definición de Estrategias y Presupuesto de Marketing

Para alcanzar nuestro objetivo general de incrementar las ventas en un 15% durante el primer año, hemos diseñado un conjunto de estrategias y acciones detalladas a lo largo del año, con un presupuesto total de \$26,000. A continuación, se presentan las estrategias y su presupuesto correspondiente:

1. Aumentar la Visibilidad de la Marca:

- **Estrategia 1: Mejorar la presencia en redes sociales.**
 - Crear perfiles en Facebook, Instagram y LinkedIn.
 - Publicar contenido diario relevante y atractivo.
 - Realizar campañas de publicidad pagada segmentadas en febrero, abril, junio, septiembre y noviembre.
 - **Costo estimado:** \$8,000.
- **Estrategia 2: Participar en ferias y eventos locales.**
 - Identificar y registrarse en ferias relevantes en marzo, mayo, agosto y octubre.
 - Diseñar y preparar stands atractivos en febrero, abril y junio.
 - Preparar materiales promocionales y muestras de productos.
 - **Costo estimado:** \$5,000.

2. Fomentar la Lealtad del Cliente:

- **Estrategia 1: Implementar un programa de fidelización.**
 - Diseñar y lanzar un programa de puntos o descuentos por compras recurrentes en febrero.
 - Promover el programa a través de redes sociales y sitio web durante todo el año.
 - Monitorear y ajustar el programa según retroalimentación de los clientes.
 - **Costo estimado:** \$3,000.
 - **Estrategia 2: Organizar eventos exclusivos para clientes.**
 - Planificar eventos como demostraciones de productos y networking en abril y septiembre.
 - Invitar a clientes clave y prospectos seleccionados en marzo y agosto.
 - Realizar seguimiento personalizado post-evento durante todo el año.
-

- **Costo estimado:** \$4,000.

3. Expandir la Distribución y Canales de Venta:

- **Estrategia 1: Promocionar el showroom para que la gente lo conozca y visite.**
 - Promover visitas al showroom a través de nuestras redes sociales y sitio web durante todo el año.
 - **Costo estimado:** \$1,000.
- **Estrategia 2: Mejorar la experiencia de compra en redes sociales.**
 - Optimizar el contenido de redes sociales para facilitar la compra directa en enero y febrero.
 - Implementar herramientas de compra en Instagram y Facebook en marzo y abril.
 - Ofrecer promociones exclusivas para compras realizadas a través de redes sociales en junio, septiembre y diciembre.
 - **Costo estimado:** \$5,000.

Presupuesto Total: \$26,000

Nuestro plan de marketing asegura una cobertura continua y efectiva a lo largo del año, enfocándose en la visibilidad de la marca, la lealtad del cliente y la expansión de los canales de venta para lograr un crecimiento sostenible y exitoso en el primer año de operación.

Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional.

Localización

- Tumbaco:
-

El GAD Pichincha expresa “Tumbaco es una parroquia del Distrito metropolitano de Quito, se encuentra a 10km del centro de la ciudad de Quito, a través de la carretera Simón Bolívar, limitada por el norte con Puembo, por el sur con El valle de los Chillos, por el este con Pifo”.

Esta parroquia es de producción agrícola, sin embargo se ha convertido también en una zona industrial y se ha observado un gran crecimiento de grandes y pequeñas empresas a su alrededor.

Ventajas:

- √ El sector es una zona industrial.
- √ Los precios de los locales serán accesibles al encontrarse en una zona industrial.
- √ Tendremos acceso a un inmueble que se adapte a nuestras necesidades.
- √ Se encuentra a 10 km de Quito.

Desventajas:

- ⊗ Al ser una zona industrial el showroom no será tan concurrido por los clientes.
- ⊗ No podemos ofrecer una experiencia única al estar rodeados de otras fábricas e industrias.

- Valle de los chillos:

No es una zona industrial muy grande, en comparación con Tumbaco es realmente pequeña, el valle de los chillos se encuentra a 30 minutos de Quito.

Ventajas:

- √ Al ser una zona de vivienda y nueva construcción podemos contar con más clientes y personas visitando nuestro showroom.
 - √ El Valle de los Chillos se ha convertido en una zona con mucho interés por el diseño de interiores y nuevos emprendimientos.
-

√ Contaremos con clientes del Valle de los Chillos.

Desventajas:

- ⊗ La distancia que difiere con Quito.
- ⊗ Los precios de un local adecuado para nuestra fábrica será más elevado.
- ⊗ Nuestros clientes de Quito deberán trasladarse para conocer nuestro Showroom.

- Laso.

Ubicada en la provincia de Cotopaxi, Laso es una pequeña zona agrícola, ganadera e industrial, ubicada a 60 km de Quito.

Ventajas:

- √ Nos encontraremos cerca de nuestro proveedor principal.
- √ Es una zona barata y segura.

Desventajas:

- ⊗ La distancia que comprende desde nuestro público objetivo es muy grande.
- ⊗ El traslado de nuestro producto terminado será más costosa.
- ⊗ Nuestros clientes no se trasladarán a nuestro Showroom.

Tras analizar los factores presentados en las opciones, hemos decidido que la localización será en el Valle de los Chillos, puesto que nos dá mayor oportunidad de nuevos clientes, ventaja competitiva y, aunque el precio de renta de un lugar propicio sea un poco más elevada contaremos con todo lo necesario, tanto para nuestra fábrica como para nuestro showroom.

Diseño Organizacional (Organigrama)



Figura 16 – Diseño Organizacional (Elaboración Propia)

Este organigrama proporciona una estructura clara y bien definida para la empresa, asegurando que todas las áreas clave estén cubiertas y que las responsabilidades estén claramente delineadas.

Operaciones (Mapa de procesos)



Figura 17 – Mapa de Procesos (Elaboración Propia)

Este mapa de procesos asegura que todas las actividades críticas de la empresa estén claramente delineadas y organizadas, lo que permitirá una operación eficiente y efectiva para cumplir con las expectativas del cliente y mantener altos estándares de calidad.

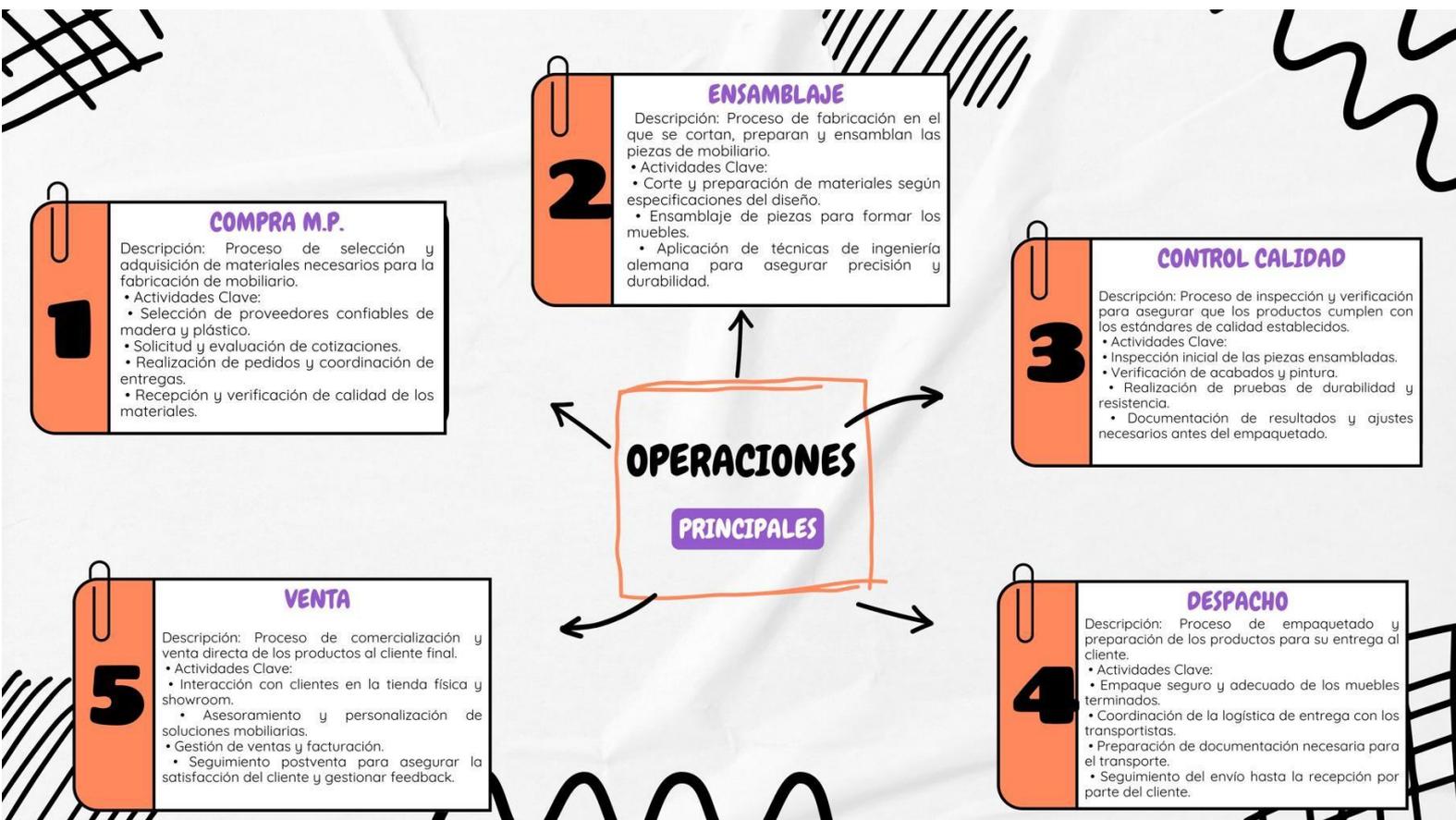


Figura 18 –Operaciones Principales (Elaboración Propia)

Estos procesos clave resumen el flujo operativo esencial de Eichcraft Designs S.A.S., asegurando que cada etapa, desde la adquisición de materia prima hasta la venta final y seguimiento postventa, se lleve a cabo con el más alto estándar de calidad y eficiencia. Este enfoque integral permite ofrecer productos duraderos, personalizados y estéticamente atractivos que cumplen con las expectativas del cliente y sostienen el éxito de la empresa.

Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)

FLUJOGRAMA Proceso productivo



Figura 19 – Flujograma (Elaboración Propia)

Este flujograma proporciona una visión clara y detallada del proceso productivo de la empresa, asegurando una ejecución eficiente y un control de calidad en cada etapa del proceso.

Conformación Legal

Elegir la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) para Eichcraft Designs proporciona la flexibilidad, protección y simplicidad necesarias para desarrollar un negocio exitoso y sostenible en el competitivo mercado de mobiliario. Esta forma jurídica se alinea con nuestra visión de ofrecer soluciones innovadoras y de alta calidad, permitiéndonos crecer y adaptarnos según las necesidades del mercado y las oportunidades que se presenten.

Evaluación Financiera

Inversión Inicial

RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL	
Inversión fija Tangible	29.560,00
Inversión Fija Intangible	1.250,00
Capital de trabajo	22.966,00
INVERSIÓN TOTAL	53.776,00

Tabla 1 – Inversión Inicial (Elaboración Propia)

En la inversión inicial se tomaron en cuenta: material de carpintería, oficina, organización, construcción empresarial y demás.

Presupuesto de Ventas

CALCULO DE PRECIO DE VENTA - ESTANTERÍA DE PARED

Cantidad de Producción x mes					27
ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	PREC. UNIT	MONTO	
COSTOS VARIABLES					
Materiales e insumos directos	Unidad	27	3,70	99,5	
Mano de obra directa	Unidad	27	1,00	26,9	
Costos indirectos de fabricación	Unidad	27	1,55	41,7	
COSTO VARIABLE TOTAL			6,25	168,05	
COSTOS FIJOS					
Gastos Generales	Mes	1	1.438,13	1.438,1	
Gastos Administrativos	Mes	1	281,25	281,3	
Gastos de Ventas	Mes	1	1.661,25	1.661,3	
Gastos Financieros	Mes	1	306,38	306,4	
COSTO FIJO TOTAL				3.687,0	
COSTO TOTAL (mensual)				3.855,1	
COSTO VARIABLE UNITARIO				6,25	
COSTO FIJO UNITARIO				137,1	
COSTO UNITARIO TOTAL				143,4	
MARGEN DE UTILIDAD (%)	%	35%		50,2	
PRECIO DE VENTA				193,6	

CALCULO DE PRECIO DE VENTA - ESTANTERÍA CUADRADA

Cantidad de Producción x mes					16
ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	PREC. UNIT	MONTO	
COSTOS VARIABLES					
Materiales e insumos directos	Unidad	16	10,50	165,8	
Mano de obra directa	Unidad	16	1,20	19,0	
Costos indirectos de fabricación	Unidad	16	0,90	14,2	
COSTO VARIABLE TOTAL			12,60	199,0	
COSTOS FIJOS					
Gastos Generales	Mes	1	2.396,88	2.396,9	
Gastos Administrativos	Mes	1	468,75	468,8	
Gastos de Ventas	Mes	1	2.768,75	2.768,8	
Gastos Financieros	Mes	1	510,63	510,6	
COSTO FIJO TOTAL				6.145,0	
COSTO TOTAL (mensual)				6.344,0	
COSTO VARIABLE UNITARIO				12,6	
COSTO FIJO UNITARIO				389,1	
COSTO UNITARIO TOTAL				401,7	
MARGEN DE UTILIDAD (%)	%	35%		140,6	
PRECIO DE VENTA				542,3	

Tabla 2 – Presupuesto de Ventas (Elaboración Propia)

Se obtuvo del promedio de la producción de los productos de los 5 primeros años.

Es decir: La suma de los 5 años, dividido entre 5 años y luego en 12 meses del año.

Punto de Equilibrio

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL - ESTANTERÍA DE PARED

Punto de Equilibrio =		$\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$	PE =	$\frac{3.687,0}{187,3}$
			PE =	20 Unidades / mes
Costos Fijo Total(CF)		3.687,0		
Costo variable Unitario (CvU)		6,3		
Precio de Venta (Pv)		193,6	PE =	3.810,0 Moneda / dólares

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL - ESTANTERÍA CUADRADA

Punto de Equilibrio =		$\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$	PE =	$\frac{6.145,0}{529,7}$
			PE =	12 Unidades / mes
Costos Fijo Total(CF)		6.145,00		
Costo variable Unitario (CvU)		12,6		
Precio de Venta (Pv)		542,3	PE =	6.291,2 Moneda / dólares

Tabla 3 – Punto de Equilibrio (Elaboración Propia)

El punto de equilibrio en el ámbito financiero de un proyecto es el nivel de ventas o ingresos en el cual los ingresos totales igualan a los costos totales (tanto fijos como variables). En otras palabras, es el punto en el que un negocio no tiene ni ganancias ni pérdidas; simplemente cubre sus costos.

Estados Financieros (Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja)

Tasa de crecimiento anual de los costos	
Inflación (ECUADOR)	1,2%
Tasa de crecimiento anual por incremento de la producción	1,1%
Tasa de crecimiento anual esperada de los costos de producción	2,3%

Cuadro: Resumen de Costos

COSTOS	AÑOS				
	Año 1 (USD)	Año 2 (USD)	Año 3 (USD)	Año 4 (USD)	Año 5 (USD)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 4.122,82	\$ 4.221,77	\$ 4.356,87	\$ 4.539,85	\$ 4.780,47
Materiales e insumos	\$ 2.980,11	\$ 3.051,63	\$ 3.149,29	\$ 3.281,56	\$ 3.455,48
Mano de Obra Directa	\$ 514,90	\$ 527,26	\$ 544,13	\$ 566,99	\$ 597,04
Gastos indirectos de fabricación	\$ 627,81	\$ 642,88	\$ 663,45	\$ 691,31	\$ 727,95
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 108.180,00	\$ 113.589,00	\$ 119.268,45	\$ 125.231,87	\$ 131.493,47
Gastos Generales	\$ 46.020,00	\$ 48.321,00	\$ 50.737,05	\$ 53.273,90	\$ 55.937,60
Gastos Administrativos	\$ 9.000,00	\$ 9.450,00	\$ 9.922,50	\$ 10.418,63	\$ 10.939,56
Gastos de ventas	\$ 53.160,00	\$ 55.818,00	\$ 58.608,90	\$ 61.539,35	\$ 64.616,31
GASTOS FINANCIEROS	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 291,06	\$ 305,61	\$ 320,89
Intereses y Otros Gastos Bancarios	\$ 264,00	\$ 277,20	\$ 291,06	\$ 305,61	\$ 320,89
TOTAL DE COSTOS	\$ 112.566,82	\$ 118.087,97	\$ 123.916,38	\$ 130.077,34	\$ 136.594,83

Tabla 4 – Estados Financieros Estado de Costos - Estado de P&G - Estado Flujo de Caja (Elaboración Propia)

Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación)

Cuadro : Flujo de Caja Financiero

RUBRO	AÑOS					
	Año 0	Año 1 (S/.)	Año 2 (S/.)	Año 3 (S/.)	Año 4 (S/.)	Año 5 (S/.)
Ingresos por Ventas		154.662,86	158.374,77	163.442,76	170.307,36	179.333,65
Valor Rescate de Activo Fijo						14.780,00
Valor Rescate de Capital Trabajo						22.966,00
Préstamo	0,00					
Total de Ingresos	0,00	154.662,86	158.374,77	163.442,76	170.307,36	217.079,65
Costo de producción		4.122,82	4.221,77	4.356,87	4.539,85	4.780,47
Gastos de operación		108.180,00	113.589,00	119.268,45	125.231,87	131.493,47
Intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización de Préstamo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuesto		11.472,56	10.938,84	10.714,51	10.922,09	11.662,18
Inversión	53.776,00					
Total Egresos	53.776,00	123.775,38	128.749,61	134.339,83	140.693,81	147.936,12
Flujo Neto Financiero (Nuevos Soles)	-53.776,00	30.887,48	29.625,16	29.102,93	29.613,55	69.143,53

INDICADORES DE EVALUACIÓN

COOK	0,00%
Valor Actual Neto Economico (VANF)	\$ 134.596,65
Tasa Interna de Retorno Economica (TIRF)	53,99%
Relación Beneficio Costo (B/C)	3,50

Tabla 5 – Indicadores Financieros (VAN - TIR - Período de recuperación) (Elaboración Propia)

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Viabilidad del Proyecto:

El proyecto Eichcraft Designs S.A.S. es viable, tanto desde el punto de vista financiero como operativo. Las proyecciones indican un crecimiento sólido en el mercado de mobiliario para emprendimientos y pequeñas y medianas empresas en Quito, Ecuador, gracias a la propuesta de valor basada en calidad, durabilidad y diseño innovador.

- Alineación con las Necesidades del Mercado:

La empresa aborda problemas críticos identificados en la investigación de mercado, como la baja durabilidad de los muebles y la falta de opciones estéticamente atractivas y personalizadas. Esto posiciona a Eichcraft Designs S.A.S. como una solución efectiva y demandada en el sector.

- Innovación y Diferenciación:

La utilización de técnicas de ingeniería alemana en el diseño y construcción de los muebles proporciona una diferenciación significativa respecto a la competencia local. Esto no solo mejora la calidad y durabilidad de los productos, sino que también atrae a un segmento de clientes que busca exclusividad y alta calidad.

Modelo de Negocio Sostenible:

El modelo de monetización, que incluye múltiples vías de ingreso y una estructura de costos optimizada, asegura la sostenibilidad financiera del proyecto. La implementación de estrategias de marketing efectivas permitirá alcanzar el objetivo de crecimiento en ventas del 15% en el primer año.

- Capacidad de Adaptación y Crecimiento:

La elección de la estructura legal como SAS proporciona flexibilidad y protección para los accionistas, facilitando la adaptación y expansión del negocio en el futuro.

La estructura organizacional y los procesos operativos están diseñados para escalar de manera eficiente conforme la empresa crece.

Recomendaciones

- Refinamiento y Expansión del Marketing Digital:

Invertir en campañas de marketing digital más robustas y diversificadas para aumentar la visibilidad de la marca y atraer a más clientes potenciales. Utilizar plataformas como redes sociales, Google Ads y SEO para captar un mayor mercado.

- Desarrollo de Alianzas Estratégicas:

Establecer alianzas con otros negocios locales, como proveedores de materiales de construcción y tiendas de diseño de interiores, para crear sinergias y ampliar la red de distribución. Estas alianzas pueden ayudar a reducir costos y mejorar la cadena de suministro.

- Enfoque en la Experiencia del Cliente:

Implementar programas de formación continua para el personal de ventas y atención al cliente para asegurar una excelente experiencia de compra. También, desarrollar un sistema de feedback para recoger opiniones de los clientes y ajustar los productos y servicios en consecuencia.

- Innovación Continua en Productos:

Mantener un enfoque constante en la innovación de productos, respondiendo a las tendencias del mercado y necesidades cambiantes de los clientes. Explorar nuevas

tecnologías y materiales sostenibles que puedan integrarse en los diseños para seguir destacando en el mercado.

- Optimización de Procesos Operativos:

Revisar y mejorar continuamente los procesos operativos para aumentar la eficiencia y reducir costos. Esto incluye la implementación de metodologías Lean y Agile para gestionar proyectos y operaciones, asegurando una producción ágil y adaptativa.

Bibliografía o Referencias

Provitech. (2024). *Provitech.com*. Obtenido de <https://provitech.com.ec/tendencias-madera-ecuador-2024/>

kihome.com. (25 de 06 de 2021). *Kion Home*. Obtenido de <https://www.kionhome.com/blog/muebles-de-eurocopa-el-minimalismo-aleman>

deutschland.de. (16 de 11 de 2023). *deutschland.de*. Obtenido de <https://www.deutschland.de/es/disenio-en-alemania-formas-modernas-y-principios-consolidados>

RAE (real academia española). (s/f). *real academia española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/mobiliario>

marsanz. (16 de 08 de 2022). *Marzanz*. Obtenido de <https://marsanz.es/la-importancia-del-mobiliario-comercial-y-como-afecta-en-las-ventas/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (02 de 07 de 2024). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/quito-ecuador-empresas-microempresas-emprendimientos-datos/>

García, C. (1996). [Grabado por C. García].

Uphoff, T. S. (2024). Construcción y carpintería alemana. (R. Espinoza, Entrevistador)

Schöler, R. (s/f). *Fenster im Bau-denkmal*. Obtenido de <https://www.fenster-im-baudenkmal.de/die-entwicklung-des-drehkippschlages>

Marín, G. J. (2016). *Merchandising & Retail. Comunicación en el punto de venta*. Obtenido de https://institucional.us.es/revistas/publicidad/14/R1_Bellido.pdf

Anexos

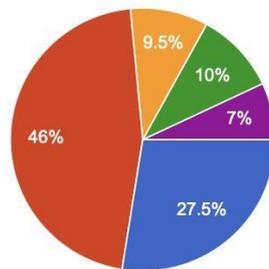
Anexo I

Hallazgos de la Investigación de Campo

¿Cuál es su edad?

200 respuestas

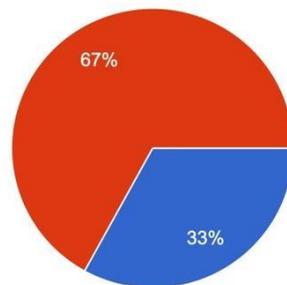
 Copiar



- Menos de 25 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55 años o más

¿Cuál es su género?

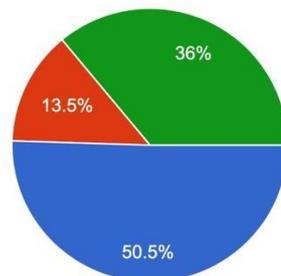
200 respuestas



- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decir

¿Cuál es su tipo de negocio?

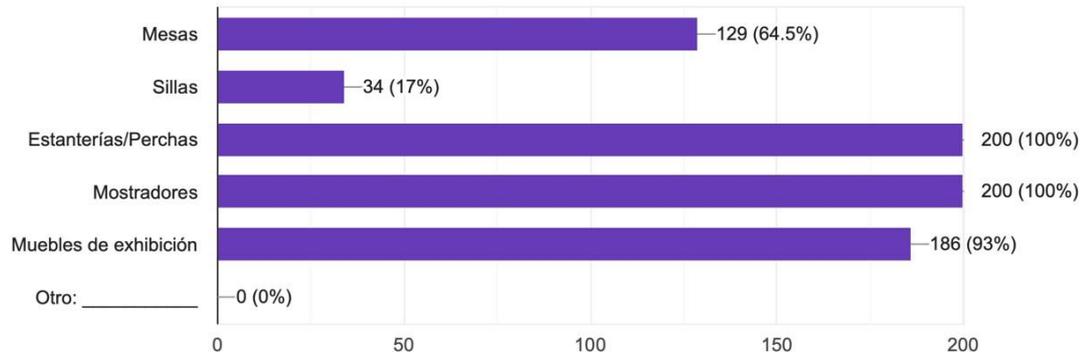
200 respuestas



- Emprendimiento
- Pequeña Empresa
- Mediana Empresa
- Restaurante/Cafetería
- Tienda Minorista
- Otro: _____

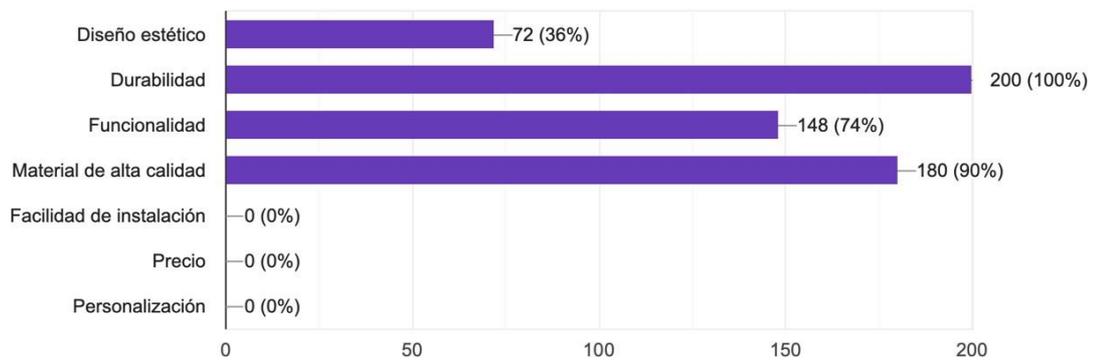
¿Qué tipo de mobiliario necesita más para su negocio? (Seleccione todas las que apliquen)

200 respuestas



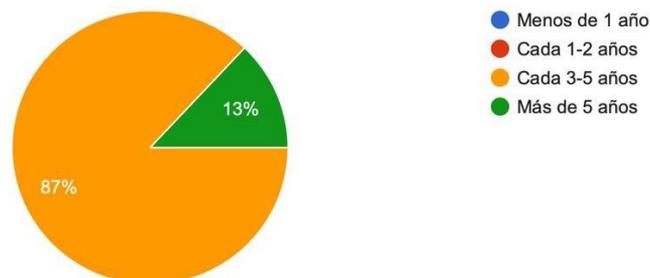
¿Cuáles son las características más importantes para usted al elegir mobiliario? (Seleccione hasta 3)

200 respuestas



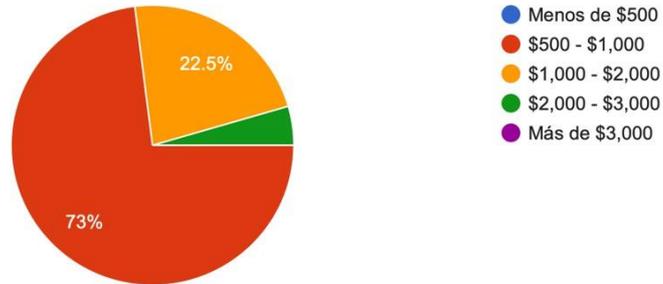
¿Con qué frecuencia renueva o reemplaza el mobiliario de su negocio?

200 respuestas



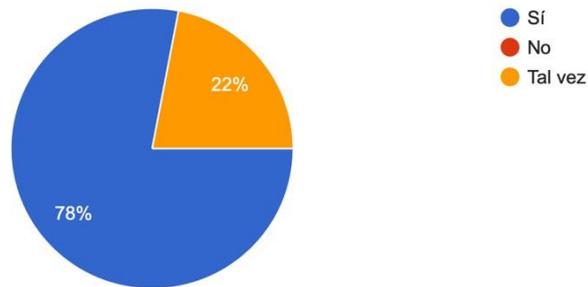
¿Cuál es el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por mobiliario de alta calidad para su negocio?(Seleccione una)

200 respuestas



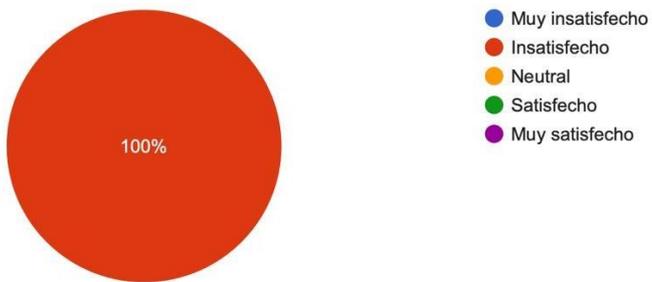
¿Estaría dispuesto a pagar más por mobiliario hecho a mano y no manufacturado en masa?

200 respuestas



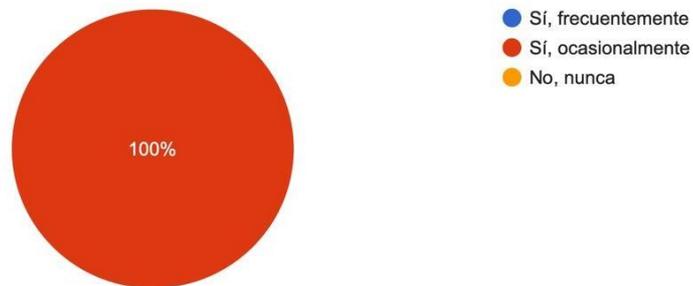
¿Cuál es su nivel de satisfacción con el mobiliario que actualmente tiene en su negocio?

200 respuestas



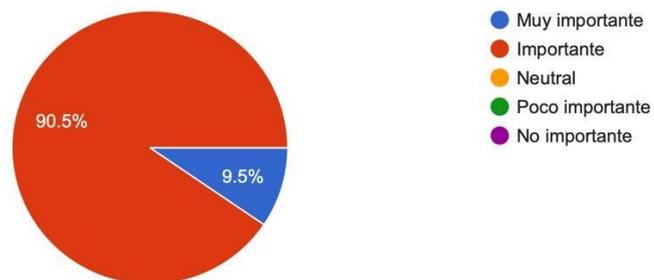
¿Ha tenido problemas con la durabilidad de su mobiliario actual?

200 respuestas



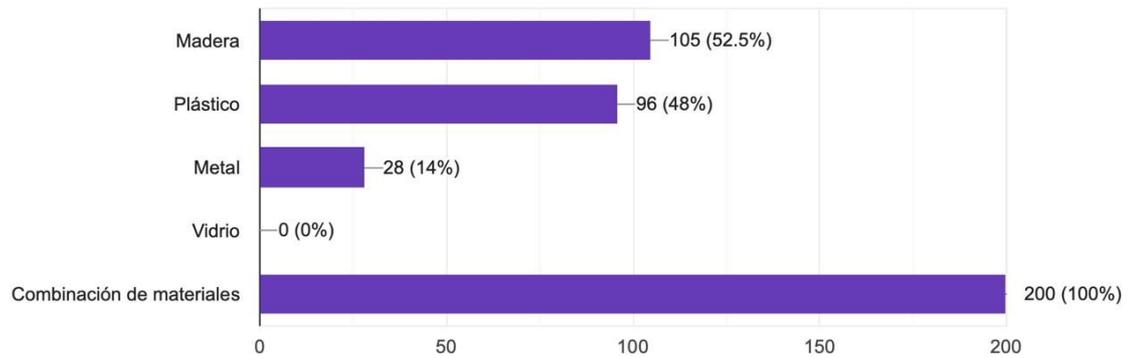
¿Qué tan importante es para usted que el mobiliario de su negocio sea diferente y se destaque?

200 respuestas



¿Qué materiales prefiere para el mobiliario de su negocio? (Seleccione todas las que correspondan)

200 respuestas



¿Cuáles son sus principales frustraciones con el mobiliario actual?

200 respuestas

