



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO
DE INTERIORES CON EFECTO 3D, ELABORADO
CON RESINAS IMPORTADAS

Autor

John Alfredo Quiroz Pazmiño

Año
2017



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO
DE INTERIORES CON EFECTO 3D, ELABORADO CON RESINAS
IMPORTADAS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniero en Negocios Internacionales

Profesor guía

Oswaldo Gómez De La Torre

Autor

John Alfredo Quiroz Pazmiño

Año

2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Oswaldo Gómez De La Torre

1708663529

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Ing. René Vásquez Msc.

1708253081

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

John Alfredo Quiroz Pazmiño

172214563-6

AGRADECIMIENTOS

A mi familia que me ha brindado su apoyo incondicional en todo momento.

A Dios por brindarme sabiduría y ayudarme a lograr todas mis metas.

A mis amigos Marylin, Lesli y Bruno porque siempre estuvieron apoyándome y brindándome su amistad

A mi tutor que estuvo en todo este proceso brindándome sus conocimientos.

DEDICATORIA

A mi hermana quien ha estado siempre presente en cada momento de mi vida para ayudarme y escucharme. A mis padres que han dedicado su tiempo y apoyo incondicional para poderme desarrollar profesionalmente.

RESUMEN

El plan de negocios está desarrollado en base a la factibilidad de poder crear una empresa de diseño de interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas. Este proyecto se fundamentó en base a una investigación cualitativa y cuantitativa que ayude a dar una visión clara de cómo se desarrollara el proyecto en el tiempo.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un análisis PESTEL en el cual se observó tanto el aspecto económico, social, tecnológico, ecológico y político que ayudaron a identificar factores claves para poder desarrollar una empresa en Ecuador y que tan rápido se la puede poner en marcha. Por otra parte, se consideró las cinco fuerzas de PORTER para poder ver que amenazas y oportunidades hay en el mercado.

Es así, que se realizaron entrevistas a expertos en el área de diseño de interiores para poder recabar información sobre la industria. Adicionalmente, con la información adquirida se desarrolló un Focus Group y Encuestas que ayuden a identificar las tendencias de los consumidores en el mercado Quiteño.

Es por ello, que se realizó un análisis de la oportunidad de negocio basado en los aspectos que hacen viable al proyecto. De este modo al realizar el plan de marketing se tomó en consideración todas las estrategias que ayuden al desarrollo del proyecto haciendo énfasis en el precio, plaza, producto y promoción.

En donde se consideró los lugares idóneos donde se instalará la empresa y sus puntos de venta. Además, de una estructura organizacional lineal y los materiales y herramientas que se requerirán durante los primeros cinco años del proyecto.

Para lo cual, al hacer el análisis financiero se evidencia las proyecciones de venta que se incurren en los primeros años de funcionamiento. De este modo se observa la factibilidad del proyecto y la recuperación del mismo en base a los resultados y al análisis con respecto a la industria.

ABSTRACT

The business plan is being developed in base of the capabilities to create a 3D effect interior design enterprise, using imported resins as raw material. This project is based on a qualitative and quantitative research, which will give us a clear idea about how this project will be developed over the time.

It was used PESTEL analysis for developing this project, noticing aspects such as economic, social, technological, ecological and political which helped to identify key factors to develop an enterprise in Ecuador as well as how quickly it can start its operations. On the other hand, it was considered the 5 PORTER forces to analyze the opportunities and threats in the market.

Thus, interviews were conducted with experts in the area of interior design to be able to gather information about the industry. In addition, with the information acquired, a Focus Group and Surveys were developed to help identify consumer trends in the Quito's market.

For this reason, a business opportunity analysis was done, based in aspects which makes this project viable. By this way, making the marketing plan, all strategies to help to develop this project were considered, emphasizing the price, plaza, product and promotion.

Where it was considered both the ideal places where the company and its points of sale will be placed. In addition, a linear organizational structure and the materials and tools that will be required during the first five years of the project.

For this reason, the financial analysis shows the sales projections that are incurred in the first years of operation. In this way, the feasibility of the project and its recovery based on the results and the analysis with respect to the industry are observed.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación del trabajo	1
1.1.2 Objetivo General	2
1.1.3 Objetivos Específicos	2
2. Análisis entornos.	3
2.1. Análisis del entorno externo.....	3
2.1.1 Factores Políticos- Ecuador	3
2.1.2 Factores Político- Colombia	4
2.1.3 Factores Económicos - Ecuador	4
2.1.4 Factores Económicos – Colombia.	6
2.1.5 Factores Sociales- Ecuador	6
2.1.6 Factores Sociales – Colombia	7
2.1.7 Factores Tecnológicos - Ecuador	7
2.1.8 Factores Tecnológicos - Colombia.....	8
2.1.9 Factores Ecológicos - Ecuador	8
2.1.10 Factores Ecológicos – Colombia.....	9
2.1.11 Factores Legales- Ecuador	9
2.1.12 Factores Legales- Colombia	10
2.1.13 Conclusiones del análisis PESTEL:	10
2.2.0 Clasificación en el CIUU	12
2.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	12
2.2.1 El poder de negociación con los clientes.	13
2.2.2 Rivalidad entre empresas.	13
2.2.3 Amenaza de Nuevos Competidores.....	14
2.2.4 Poder de negociación de los proveedores.	15

2.2.5 Amenaza de productos sustitutos.	15
2.2.6 Conclusiones del análisis de las cinco fuerzas de Porter.	16
2.2.7 Matriz EFE.	17
3.0 Análisis del cliente.	17
3.1 Investigación cualitativa.	17
3.1.1 Entrevista a expertos.	18
3.1.2 Focus Group.	21
3.1.3 Encuesta.	23
3.1.4 Conclusiones del Análisis del cliente.	24
4.0 Oportunidad de Negocio.	25
4.1 Oportunidad.	26
5.0 PLAN DE MARKETING.	28
5.1 Estrategia general de marketing.	28
5.1.1 Mercado Objetivo.	28
5.1.2 Propuesta de valor.	29
5.1.3 Estrategia de internacionalización.	30
5.1.4 Producto de importación.	31
5.2.0 Mezcla de Marketing.	31
5.2.1 Producto.	31
5.2.1.1 Necesidades de adaptación.	32
5.2.1.2 Atributos.	32
5.2.1.3 Branding.	33
5.2.1.4 Empaque.	33
5.2.1.5 Etiquetado.	34
5.2.1.6 Soporte.	34
5.2.2 PRECIO.	35

5.2.2.1 Costo de venta.....	35
5.2.2.2 Estrategia de precio	35
5.2.2.3 Estrategia de entrada.....	36
5.2.2.4 Estrategia de ajuste	37
5.2.3 PLAZA	38
5.2.3.1 Estrategia de distribución.....	38
5.2.3.2 Puntos de venta.....	38
5.2.3.3. Estructura y tipo de canal de distribución	39
5.2.4 PROMOCIÓN	40
5.2.4.1 Estrategia de promoción	40
5.2.4.2 Publicidad	41
5.2.4.3 Promoción de ventas	41
5.2.4.4 Fuerza de venta- Marketing Directo	42
5.2.4.5 Relaciones Públicas.....	42
6.0 Propuesta de filosofía y estructura organizacional	43
6.1 Misión	43
6.2 Visión	43
6.3 Objetivos	43
6.3.1 Objetivos del corto y mediano plazo	43
6.3.2 Objetivos del largo plazo.....	44
6.4 Análisis	44
6.4.1 Tiempo	44
6.4.2 Materiales- y Procedimiento	45
6.4.3 Personal	45
6.4.4 Infraestructura	46
6.4.4.1 Establecimiento	46
6.5 Estructura Organizacional.....	47

6.5.1	Legal	47
6.6	Diseño organizacional	47
6.6.1	Tipo de estructura.....	47
6.6.2	Organigrama.....	47
7.0	Evaluación financiera.....	48
7.1	Proyección de ingresos, costos y gastos	48
7.1.1	Proyección de ingresos.....	48
7.1.2	Proyección de Costos	49
7.1.3	Gastos operacionales	49
7.2	Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	50
7.2.1	Inversión inicial y capital de trabajo.....	50
7.2.2	Estructura de capital	50
7.3	Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	51
7.3.1	Proyección de estados de resultados	51
7.3.2	Estado de situación financiera	51
7.3.3	Estado de flujo de efectivo.....	51
7.3.4	Flujo de caja.	52
7.4	Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración	52
7.4.1	Proyección de flujo de caja del inversionista.....	52
7.4.2	Cálculo de la tasa de descuento.....	53
7.4.3	Criterios de valoración	53
7.5	Índices financieros.....	54
8.0	Conclusiones generales.	55
	Referencias.....	57
	ANEXOS	65

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:Partida arancelaria	3
Tabla 2: Empresas enfocadas en el área de Diseño de Interiores	14
Tabla 3: Proveedores en el Mercado Colombiano.....	15
Tabla 4: Nivel de amenaza de productos sustitutos	16
Tabla 5: Segmentación de Mercado.....	29
Tabla 6: Costos de importación resina.	30
Tabla 7: Producto de importación.....	31
Tabla 8: Diseños de interiores en diferentes industrias	31
Tabla 9: Atributos del producto o servicio.....	32
Tabla 10: Costos por producto	35
Tabla 11: Costo de servicio de decoración.....	36
Tabla 12: Puntos de venta en la ciudad de Quito	39
Tabla 13: Costos anuales por puntos de venta.	39
Tabla 14: Comisiones de venta para intermediarios.....	40
Tabla 15: Estrategia promocional.....	41
Tabla 16: Costos de Publicidad.....	41
Tabla 17: Comisiones de venta empleados.....	42
Tabla 18: Tiempo de elaboración por cada diseño	44
Tabla 19: Nómina de trabajadores	46
Tabla 20: Creación de la compañía.....	47
Tabla 21: Proyección de ingresos	48
Tabla 22: Proyección de costos	49
Tabla 23: Gastos operativos	49
Tabla 24: Inversión inicial.....	50
Tabla 25: Estructura de capital.....	50
Tabla 26: Estado de resultados.....	51
Tabla 27: Flujo de caja del proyecto.....	52
Tabla 28: Flujo de caja del inversionista.....	52
Tabla 29: Cálculo del WACC.....	53
Tabla 30: Cálculo de capital CAPM.....	53

Tabla 31: Indicadores Financieros	54
Tabla 32: Índices Financieros	55

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Importación desde Colombia a Ecuador.....	5
Figura 2: Colombia exporta a Ecuador y el Mundo.....	6
Figura 3: Cinco Fuerzas de Porter	13
Figura 4: Diseño y Eslogan	33
Figura 5: Catalogo digital	34
Figura 6: Etiquetado.....	34
Figura 7: Estrategia de Ajuste	37
Figura 8: Estrategia de Distribución	38
Figura 9: Canales de Distribución	40
Figura 10: Mapa de ubicación de la empresa.....	46

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

Ecuador es un país que siempre está innovando el mercado donde las empresas buscan nuevas oportunidades en el desarrollo de productos con un valor agregado. El trabajo que a continuación se presenta busca proponer la creación de una empresa de diseño de interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas. Es así, que se ha visto una oportunidad de negocio al observar que no se ha orientado la tecnología 3D a la industria de diseño de interiores.

Además, se ha observado que las empresas de interiorismo en la actualidad no proporcionan un servicio en 3D. Por lo que se ha visto un segmento de mercado potencial para implementar diseños tridimensionales en el mercado Quiteño, donde no hay empresas de diseño que aporten o se encuentren realizando este tipo de diseños en el mercado.

De este modo, la idea de negocio se plantea el poder implementar diseños en 3D orientados tanto a personas naturales como empresas. Donde se pueda proponer una idea de negocio nueva frente a los diseños tradicionales que las personas observan en la instrúa.

El proyecto plantea que la materia prima sea amigable con el medio ambiente y no mantenga altos índices de contaminación en el desarrollo de cada diseño. Por esta razón, la materia prima es elaborada con derivados de recursos naturales.

Adicionalmente, se pretende la implementación de normas ISO que ayuden a certificar la calidad del producto en el mercado y donde se pueda dar un valor agregado frente a la competencia. Por último, el desarrollo de esta idea es innovadora y se presenta como una alternativa ecológica para el consumidor.

1.1.2 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios donde se pueda observar la factibilidad tanto financiera como de mercado en la creación de una empresa de diseño de interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas.

1.1.3 Objetivos Específicos

- Desarrollar un análisis de la industria de diseño enfocado en Ecuador y Colombia donde se pueda observar las oportunidades que se presentan en la industria y las posibles amenazas que se deben afrontar.
- Poder determinar cuáles son las tendencias del consumidor en el mercado y cuáles son las preferencias a las cuales se están orientando.
- Determinar cuál es la oportunidad de negocio en el mercado.
- Especificar cuáles son las estrategias adecuadas para el desarrollo del plan de marketing donde se pueda lograr un posicionamiento de la marca en el mercado.
- Determinar cómo se importará la materia prima desde Colombia hacia Ecuador.
- Establecer la estructura organizacional con la que la empresa funcionara en el mercado y cuáles serán las funciones del personal administrativo y operacional.
- Desarrollar un análisis financiero donde se pueda evidenciar los costos y gastos operacionales además de la rentabilidad de negocio y en qué año inicia el retorno de inversión.

2. Análisis entornos.

2.1. Análisis del entorno externo.

En el análisis externo del proyecto se pueden evidenciar oportunidades y posibles amenazas que se encuentran relacionadas con la industria de actividades de decoración de interiores (M7410.04). A través del análisis PESTEL se puede realizar un análisis del macroentorno enfocado en factores estratégicos que ayuden a un dar una evaluación previa del proyecto.

2.1.1 Factores Políticos- Ecuador

Ecuador en la actualidad mantiene el acuerdo comercial de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) donde se fomenta la integración de los países miembros en base a una zona de libre comercio entre las fronteras de cada país. Además, de beneficios arancelarios que ayudan a que los productos de importación como exportación puedan pagar un arancel hasta 0%. Actualmente el impuesto Ad-valorem para productos como resinas (3907.30.10.00) es de 0% por lo que no pagan impuestos al proceso de importación dentro mercado común Andino. (CAN, 2017)

Tabla 1:Partida arancelaria

Código	SIDU-	Descripción
NANDINA	NEA	de la mercadería
3907.30		- Resinas epoxi
3907.30.10.00	0	- - Liquidas

Adaptado a la Aduana del Ecuador 2017

Por otra parte, el Ecuador acaba de eliminar las sobretasas arancelarias que mantenía para productos de importación, es decir que desde junio del 2017 no se cobra ningún valor adicional a la importación de productos de acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2017). Actualmente, para poder realizar importaciones bajo el sistema FOB es necesario tener:

- Contratación de transporte, Contratación de seguro y Efectuar el despacho de importación

- Es importante misionar que el importador debe considerar los rubros de póliza, valor en aduana, almacenaje, agente de aduana, arancel y fodinfa.

Pro Ecuador (2017)

2.1.2 Factores Político- Colombia

Colombia mantiene una estabilidad política principalmente por las políticas gubernamentales que se han mantenido y dado una estabilidad dentro del gobierno (América economía, 2016). Hoy en día, Colombia mantiene acuerdos comerciales con sus países vecinos como es Ecuador. Uno de los acuerdos comerciales más emblemáticos es la Comunidad Andina de Naciones (CAN), que ha permitido mantener preferencias arancelarias hasta el 0% para el ingreso de productos dentro de los países que conforman este organismo. Es importante mencionar, que tanto Colombia como Ecuador mantienen un acta del comité técnico binacional de asuntos económicos y comerciales de integración que ayudan al desarrollo de ambas naciones (Ministerio de comercio exterior, 2017).

Para poder realizar un proceso de exportación bajo el sistema FOB desde Colombia se requiere:

- Efectuar la entrega de mercancía “a (bordo) o en buque”. Despacho de exportación en el destino convenido para iniciar el proceso de exportación.

Pro Colombia (2017)

2.1.3 Factores Económicos - Ecuador

Actualmente Ecuador importa un número considerable de resinas (3907.30.10.00) donde económicamente se ha favorecido a las empresas ecuatorianas que buscan importar materia prima desde Colombia. Por ello, se ha visto que desde el año 2014 al 2016 se ha mantenido un volumen importante de importación de resinas hacia Ecuador para la industria de la construcción y diseño según la Cámara de Industria de la Construcción (2017), principalmente por tener precios más accesibles que otros mercados. A continuación, se presenta el porcentaje de importación de resinas desde Ecuador y del Mundo.

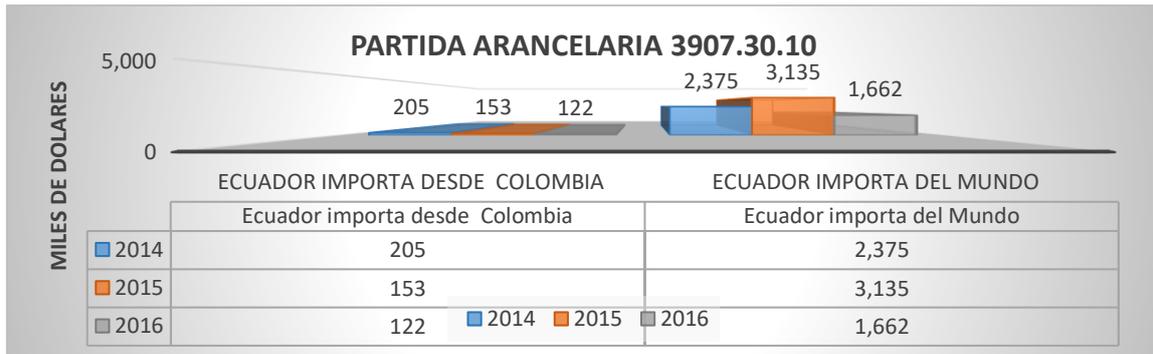


Figura 1: Importación desde Colombia a Ecuador

Adaptado al Banco Central el Ecuador 2016

Por otra parte, en el sector de diseño y decoración ha tenido un crecimiento promedio 1,5% para el 2016. De acuerdo a la Cámara de la Industria de la Construcción (2016) señala que se ha mantenido una inversión aproximada de \$58 millones en el sector de la construcción, implementación y diseño los cuales se han destinado a proyectos inmobiliarios, decoración e interés social. Por otra parte, el crecimiento estimado para el 2016 en el sector inmobiliario fue -1,7% debido a una desaceleración de la economía, principalmente por las contracciones que se presentó en el país a raíz de la poca inversión en el sector. (CAMICON, 2016).

No obstante, se provee un crecimiento del 1,7% para el año 2017 para la industria de diseño de interiores debido a la gran demanda en áreas de diseño de infraestructura como son casetas, vigas de madera, paredes de contención, plataformas aislantes entre otros. (Ekos. 2017). Es así, que la beta de la industria se mantiene en 1.18. (Damodaran, 2017). Otras variables que son importantes mencionar es la inflación para el 2017 es 1,09% (BCE, 2016), las tasas de interés activa (7,37%) y pasiva (4,82%) que se manejan en el Ecuador en el 2017 debido que el proyecto en un 50% es financiado con entidades bancarias o Cooperativas (Cooperativa Progreso), el riesgo país es de 6,59% el cual refleja un alto índice de incumplimiento de deuda externa principalmente al ser el 2017 un año de elecciones (Banco central, 2017) y el PIB ecuatoriano en el 2016 que se refleja en -1,7%. (Banco Mundial, 2017). En el **anexo 1** se puede observar las gráficas de las variables económicas mencionadas.

2.1.4 Factores Económicos – Colombia.

Colombia actualmente ha mantenido un decrecimiento de la economía principalmente por la crisis económica de los últimos años debido que el país es dependiente del petróleo, afectando a la economía colombiana. (Banco Mundial, 2017). Sin embargo, el país ha mantenido una política monetaria adecuada que ha permitido mantener un crecimiento más reducido del PIB en un 2% para el año 2016. Como se puede observar en el **anexo 2**.

Por esta razón, Colombia mantiene una inflación elevado de 7,5% para el año 2016, esto se debe a la devaluación del peso colombiano (Banco Mundial, 2017).

Anexo 3 inflación - Colombia.

Sin embargo, Colombia ha mantenido exportaciones continuas hacia el Ecuador en el ámbito de resinas bajo la partida arancelaria 3907.30.1000. Es importante indicar que Ecuador es uno de los principales mercados hacia donde Colombia exporta resinas ya que se ha visto una oportunidad en el mercado ecuatoriano para la venta de resinas debido a que los productos colombianos mantienen un precio inferior al precio de fabricantes nacionales. A continuación, se puede observar las exportaciones de Colombia hacia Ecuador y el Mundo.

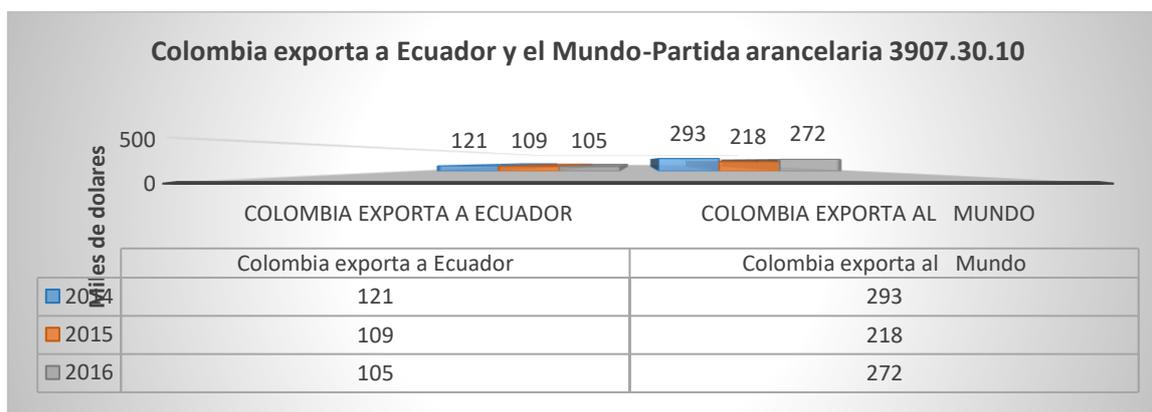


Figura 2: Colombia exporta a Ecuador y el Mundo

Adaptado a TradeMap 2016

2.1.5 Factores Sociales- Ecuador

Según un estudio realizado por el INEC en el año 2010 el número de viviendas en Quito- Pichincha es de 1.270.534 donde el crecimiento se mantiene en un

15,10%. Las personas que arriendan y mantienen una vivienda propia representan las 580.634 viviendas que es el 45,70% de las personas que viven en la ciudad de Quito. Es así, que el extracto social de personas que se mantiene en la categoría A, B, C+ representa el 35.90% de personas. Por otra parte, actualmente el 82% de personas mantienen una tendencia a usar productos ecuatorianos para decoraciones e implementación en los hogares (INEC, 2015). Las nuevas tendencias de los ecuatorianos son diseños rústicos que estén relacionados con la naturaleza donde las personas puedan tener espacios que ayuden a la tranquilidad de las personas, es así que las nuevas tendencias se enfocan en lugares que se pueden acoplar al tipo de personalidad que las personas puedan tener. Sin embargo, hoy en día el 45% de las personas prefieren interioristas y asesoren en diseño que puedan implementar y realizar grandes cambios en espacios reducidos. (KARE DESING, 2017).

2.1.6 Factores Sociales – Colombia

De acuerdo al Ministerio de trabajo, los colombianos mantienen un sueldo básico de \$256 que por las recientes devaluaciones del peso colombiano ha ido disminuyendo y afectando el poder adquisitivo de las personas. De este modo, el poder de consumo de los colombianos se ha visto mermado en cierta proporción. Por otra parte, ha atraído a extranjeros que han visto en Colombia un factor positivo para adquirir productos y poder dinamizar la economía (Ministerio de trabajo, 2017). Por ello, la industria de diseño ha visto un potencial en la industria colombiana debido a que es una población consumista. Donde se ha visto que la exclusividad y lo natural están revolucionando la industria tanto en decoraciones para empresas como espacios residenciales. (Alevilla, 2017)

2.1.7 Factores Tecnológicos - Ecuador

Actualmente Ecuador se encuentra en el puesto 76 de 140 economías en el índice Global de Competitividad, es así que uno de los aspectos importantes que toma en cuenta este índice son los aspectos tecnológicos del país en el cual se ubica en el puesto 83 (IGC, 2016). Por otra parte, de acuerdo a las estadísticas del INEC 46,1% de las personas tienen acceso al internet donde es una puerta de entrada para el conocimiento de información. Sin embargo, la penetración en

redes sociales es un factor en el cual las personas se han incluido gracias al uso de tecnologías donde actualmente las empresas buscan llegar a la mente de los consumidores a través de publicidad basada en páginas de interés social donde hoy en día cada vez hay más personas. El 62% de personas mantiene un celular inteligente donde acceden a redes sociales y se informan de aspectos que son información en su momento. (INEC, 2016). Esto quiere decir que la penetración de tecnológica que vive el Ecuador es favorable para dar a conocer un producto en el mercado.

2.1.8 Factores Tecnológicos - Colombia

Colombia mantiene un alto crecimiento tecnológico en internet debido a que mantiene una conexión a nivel nacional 80%. Adicionalmente, mantiene un crecimiento en áreas como conexión telefónica que representa el 82% de territorio nacional. (Colombia digital, 2016). Actualmente, de acuerdo al índice de competitividad (2016) indica que Colombia se encuentra en el puesto 61 de 140 economías, donde ha mejorado en aspectos de competitividad tecnología que conlleva al desarrollo de apertura de nuevas tecnologías dentro del país. Es importante recalcar que, de acuerdo al índice de competitividad Colombia tiene una gran penetración en redes sociales, tecnologías de alta durabilidad para empresas y aportes al crecimiento educativo que representa el 59% de la población colombiana lo que ha ayudado al desarrollo tecnológico y económico de los colombianos.

2.1.9 Factores Ecológicos - Ecuador

Ecuador se está proyectando hacia la decoración verde o amigable con el medio ambiente, esta se enfoca en usar materiales biodegradables como son las lacas, resinas y químicos con un menor impacto al ambiente. (Decos, 2016). Debido a la contaminación que conlleva el realizar un producto con algún tipo de químico, hoy en día la fabricación de resinas base PLA (Productos no contaminantes y fácil degradación en el ambiente) de marca ENGIO son productos que se realizan a base de los derivados de recursos naturales que son amigables con el medio ambiente y no producen una gran afectación al ecosistema.

Adicionalmente, son resinas biodegradables que registran una huella de carbono mucho menor que los derivados de petróleo. (Químicos Plásticos, 2016)

2.1.10 Factores Ecológicos – Colombia

Colombia mantiene regulaciones ambientales para que las empresas puedan distribuir productos dentro del mercado local. (Vida verde Colombia, 2016). Hoy en día, las empresas colombianas están generando productos bajo parámetros que aportan a la reducción de la contaminación ambiental. Según el ministerio de medio ambiente colombiano las empresas que aporten al cuidado del medio ambiente y tengan normativas internas se les acredita una certificación LEED que es un reconocimiento a las regulaciones ambientales con las que facilita tener normativas ISO para las empresas. (Ministerio de medio ambiente y desarrollo sostenible, 2017)

2.1.11 Factores Legales- Ecuador

Para iniciar el proceso de constitución de una empresa se requiere el registro único de contribuyentes (RUC), Permiso de funcionamiento y la Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito (MT, 2016), elaboración de estatuto social legalizado frente a un abogado/notario y registro mercantil. La constitución de una empresa entre aprobación de documentos puede demorar de un mes a mes y medio dependiendo la verificación de información (Superintendencia de Compañías, 2016). Asimismo, para uso de Certificación de calidad o normas ISO se podrán implementar después de un periodo de un año de funcionamiento de la compañía siempre y cuando se entre a un proceso de regulaciones y reglamentos que implica obtener una certificación ISO. (EKOS.2014). De acuerdo al Pro Ecuador (2017) para poder realizar importaciones y registrarse como importador es importante mantener cierta documentación en regla como:

- RUC - Registro único de contribuyente SRI y obtener el certificado digital para la firma electrónica otorgado por el Banco Central y Security Data.
- Registro como importador en el sistema de la Aduana del Ecuador.
- Registro en el Ecuapass.

2.1.12 Factores Legales- Colombia

De acuerdo a la cámara de comercio, Colombia es un país que mantiene un alto crecimiento de empresas que buscan establecerse. Sin embargo, para poder establecer una empresa dentro del país se requiere algunos documentos que ayuden a la constitución de la compañía. Por ejemplo, el estatus de la compañía y relación de socios registró del RUT a través de la cámara de comercio, pago del impuesto del 0,7% del monto de capital, certificado bancario del DIAN, inscripción de la compañía en la cámara de comercio y registro en el sistema de seguro social colombiano. El proceso legal toma de 15 a 20 días dependiendo de la inscripción y la validación de información en la cámara de comercio de Colombia. (Cámara de comercio, 2017). Para poder exportar desde Colombia es necesario tener la siguiente documentación:

- Registro como exportador y RUT
- Registro del mercado donde se establece la demanda potencial
- Ubicación de la partida arancelaria – Andina
- Solicitud autorizada de embarque emitido por la DIAN para verificación del tipo de carga.
- Tipo de pago: garantía standbly, transferencia, letras avaladas o carta de crédito.

Pro Colombia (2017)

2.1.13 Conclusiones del análisis PESTEL:

Ecuador en la actualidad mantiene el acuerdo comercial de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) donde se fomenta la integración de los países miembros en base a una zona de libre comercio entre las fronteras de cada país. Además, de beneficios arancelarios que ayudan a que los productos de importación como exportación puedan pagar un arancel hasta 0%. Actualmente el impuesto Ad-valorem para productos como resinas (3907.30.10.00) es de 0% por lo que no pagan impuestos al proceso de importación dentro mercado común Andino. (CAN, 2017)

- En el **entorno político**, Ecuador mantiene un acuerdo comercial con los países de la CAN es decir mantiene preferencias arancelarias de hasta el 0%. Hoy en día el Ecuador no mantiene salvaguardias y facilita el proceso de importación de mercancías donde el importador debe tener en cuenta el transporte y seguro para el proceso de importación. Colombia es parte de la CAN y mantiene un acuerdo binacional con Ecuador que ayuda al desarrollo de ambas naciones. Para la exportación de productos bajo el sistema FOB se requiere que el producto se encuentre a borde del medio por el cual se va a realizar la exportación. (Aéreo o Marítimo)
- En el **entorno económico** Ecuador importa un número importante de resinas (3907.30.10.00) donde se ha visto que su uso es principalmente para el área de construcción y diseño según la Cámara de Industria de la Construcción (2017). el PIB de la economía ecuatoriana se ha reducido en -1,7% debido a la crisis económica que vive el Ecuador. La industria de diseño y decoración provee un crecimiento del 1,7% para el año 2017. Además de una inflación de 1,09%. Es así, que la tasa activa es de 7,37% y tasa pasiva es de 4,82%, lo que ayuda a tener una referencia para un préstamo en el sector financiero. Por otra parte, Colombia mantiene un crecimiento económico en 2% para el año 2016 Es así, que las constantes devaluaciones del peso colombiano han permitido que la inflación se ubique en un 7,5% provocando constantes devaluaciones del peso colombiano. Colombia exporta resinas hacia Ecuador debido a que los costos de fabricación son inferiores a la producción nacional.
- En el **entorno social**, según las estadísticas del INEC el crecimiento de viviendas en Quito- Pichincha es del 15,1%. Es así, que las personas que arriendan y mantienen una vivienda propia representa el 45,70% de las personas. El extracto social en las categorías A, B, C+ representan el 35,90% de las personas que viven en la ciudad. Por otro lado, Colombia mantiene un crecimiento en la industria de interiores donde se ha visto una población consumista y con gran potencial para nuevos diseños decorativos en espacios residenciales.
- En el **entorno tecnológico**, actualmente Ecuador se encuentra en el puesto 83 en el índice Global de competitividad. Donde el 46,1% de personas

actualmente tienen acceso a internet y un 62% de personas tienen celulares inteligentes que ayuda a tener una comunicación rápido dentro del país. Colombia mantiene una conexión a nivel nacional del 80% y un 82% en el área telefónica. Se ha visto que hay una gran penetración en redes sociales y tecnologías de alta durabilidad para empresas y con un alto crecimiento.

- En el **entorno Ecológico** las tendencias de decoración verde o amigable con el medio ambiente se están fomentando en el Ecuador. Es así, que el uso de materiales biodegradables como las resinas o químicos a base de derivados de recursos naturales que no afectan el ecosistema están teniendo una gran acogida dentro del país. Por otra parte, Colombia mantiene regulaciones ambientales que regulan el mercado local. En base en parámetros donde mantienen normativas internas que acreditan con una certificación a nivel nacional para posteriores certificaciones como normativas ISO donde se certifique la adecuada funcionalidad de la empresa.
- En el **entorno legal** para un proceso de constitución de una empresa se requiere documentación del registro único de contribuyentes (RUC), Permiso de funcionamiento y la Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito (MT, 2016), además de su registro como importador si se requiere traer un producto del extranjero. En Colombia actualmente no mantiene restricciones para poder establecer una empresa dentro del país. Se requiere el registró del RUT a través de la cámara de comercio, pago del impuesto del 0,7% del monto de capital, certificado bancario del DIAN, inscripción de la compañía en la cámara de comercio y registro en el sistema de seguro social colombiano. Además, de su registro como exportador para realizar envíos a otros países fuera de Colombia.

2.2.0 Clasificación en el CIUU

CIUU: M7410.04

- Actividades de decoración de interiores

2.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.

Las cinco fuerzas de Porter ayudan a maximizar los recursos de una empresa y a la vez lograr superar a los posibles competidores dependiendo a donde la empresa enfoque su nicho de mercado. Es así, que a continuación se detalla las cinco fuerzas del Economista Michael E. Porter (Administración Estratégica, 2013)



Figura 3: Cinco Fuerzas de Porter

Tomado de la Fernández, J. (2016)

2.2.1 El poder de negociación con los clientes.

El poder de negociación de los clientes es bajo debido a que según la información Superintendencia de Compañías (2017) no hay un gran número de empresas orientadas a la decoración en 3D. Por ello, la decisión del cliente de invertir en un tipo de decoración en 3D puede estar enfocado en la calidad del producto que se le pueda ofrecer. No obstante, el no tener una gran oferta en el mercado puede significar que las personas puedan buscar un producto sustituto a la decoración en 3D, por una parte, las empresas constructoras enfocadas a diseño de interiores y por otra parte el área de infraestructura (paredes de contención, plataformas, parqueaderos). Sin embargo, hay que recalcar que en el Ecuador la decoración tridimensional es nueva y se mantienen una oferta baja lo que conlleva a tener un poder de negociación bajo por parte de los clientes.

2.2.2 Rivalidad entre empresas.

Hoy en día las marcas más conocidas en el mercado de diseño de interiores son empresas como Uribes y Asociados Cía. Ltda. o Jorge Pensi Design Studio son empresas que se dedican a la decoración de interiores y buscan cada vez captar

un número mayor de personas que estén orientadas a la industria de diseño y decoración. De este modo, la rivalidad entre estas empresas puede ser muy pareja debido a la innovación, costos y servicio de calidad. De acuerdo a una publicación por parte del Find The Company la empresa Uribes y asociados se encuentran entre las empresas más grandes de las industria donde sus ingresos representan el 30% de toda la industria ecuatoriana y se desataca por los costos y por la calidad de producto frente a otras empresas.(Find The Company, 2016) Podemos decir que existe una amenaza alta debido a que son empresas con experiencia en el mercado y que se han logrado adaptar en economías a escala, con un posicionamiento en la mente de los consumidores, dificultando el ingreso de nuevos competidores en el mercado.

Tabla 2: Empresas enfocadas en el área de Diseño de Interiores

EMPRESA	VENTAS	UTILIDAD	IMPUESTOS
CEVACONSULT	\$ 706.962,00	\$ 14.364,00	
DDRI URIBES Y ASOCIADOS CIA. LTDA.	\$ 1.022.774.15	43,158.75	-
JIMEXSA	\$ 5.617.920,00	\$ 702.640,00	\$ 129.180,00
GAMBOA & ASOCIADOS ASESORES TECNICOS S.A.	\$ 177,282.68	219.42	-
LISLOP S. A	\$ 3.241.998,00	\$ 141.804,00	\$ 39.305,00

Adaptado a Ekos Negocio 2017

2.2.3 Amenaza de Nuevos Competidores.

La llegada de nuevos competidores está centralizada por la existencia de barreras de entrada y salida, siempre que exista facilidad de acceso a la industria la amenaza será alta. (Administración estratégica, 2013) La inversión inicial para empresas en esta industria es media, se requiere un capital medio por lo supone una barrera de entrada. Además, en el ámbito legal no representa una barrera debido a que los trámites son sencillos y no se tiene ningún tipo de restricción con la documentación requerida, de este modo el ingreso de nuevos competidores puede tener una implicación en la demanda del producto. Por esta razón, podemos decir que la amenaza es media debido a que hay un fácil acceso para nuevos competidores en esta industria.

2.2.4 Poder de negociación de los proveedores.

La capacidad de negociación de los proveedores dentro de la industria de diseño de interiores es bajo debido a que existen varios proveedores de materia prima en el mercado. En el caso específico de la industria de decoración la materia prima no la vende una sola empresa lo que ayuda a que el proveedor no tenga un poder de negociación alto. De este modo se puede realizar estrategias que ayuden a abaratar los costos y a la vez disminuir los costos de producción. Al existir una variedad de proveedores la amenaza es baja.

Tabla 3: Proveedores en el Mercado Colombiano.

PAIS	PROVEEDORES
COLOMBIA	Inversa (La compañía Amiga Colombia)
	Químicos Plásticos
	L.A Tejada
	Gamaquim S.A.S

Adaptado a Ekos Negocio 2017

2.2.5 Amenaza de productos sustitutos.

Dentro de la industria de decoración de interiores (M7410.04) existe una amenaza alta, debido a que hay una gran variedad de posibles sustitutos en el mercado ecuatoriano y que pueden cumplir las necesidades que puedan tener los consumidores. Es importante especificar que la industria siempre está a la vanguardia de nuevas tendencias en el mercado por lo que el dar un enfoque diferenciador frente a los posibles sustitutos ayuda a que las personas puedan ver el diseño en 3D como un factor innovador al momento de buscar un tipo de producto en el mercado.

Tabla 4: Nivel de amenaza de productos sustitutos

NIVEL DE AMENAZA	TENDENCIAS
ALTO	Empresas constructoras que den un servicio decoración
MEDIO	Empresas que ofrezcan servicio de revestimiento de paredes, baños- Recubrimientos en Roca o baldosas decorativas.
BAJO	Albañiles

Adaptado a Tendencias de Interiores 2017

2.2.6 Conclusiones del análisis de las cinco fuerzas de Porter.

- En el poder de negociación de los clientes mantiene una amenaza baja debido a que hay pocas empresas orientadas al diseño en 3D (Superintendencia de compañías, 2017) que ofrecen un servicio de decoración en 3D. Lo que ayuda a que el nicho de mercado sea atractivo para las empresas que ofertan este servicio.
- La rivalidad entre empresas mantiene una amenaza alta debido a que ya se encuentran empresas enfocadas a la de decoración de interiores. Es así que los consumidores mantienen una imagen posicionada en el mercado ecuatoriano dificultando el ingreso de nuevos competidores.
- La amenaza de nuevos competidores es media ya que los trámites para el ingreso de nuevas empresas es sencillo y no tiene ninguna restricción. Adicionalmente se requiere un capital medio de dinero para poder ingresar a la industria.
- El poder de negociación de los proveedores es bajo debido que hay un número alto de empresas que pueden proveer materia prima para la elaboración de diseños en 3D. De esta manera, la empresa puede diseñar estrategias que ayuden abaratar costos y disminuir el costo de producción.
- Se mantiene una amenaza alta a productos sustitutos debido que hay una gran variedad de sustitutos en el mercado ecuatoriano y que pueden cumplir las necesidades de los consumidores.

2.2.7 Matriz EFE.

A través un análisis de la herramienta Pestel y Porter se realizó una matriz de evaluación de factores externos EFE como se puede observar en el **anexo 4**. Donde se indica un resultado de 3,2 que es un indicador positivo frente a la industria donde se va a manejar la empresa. Es así, que se relacionó los aspectos positivos y negativos al ingresar al mercado de diseño de interiores debido a las oportunidades que se consideraron en relación a las amenazas. De este modo, se puede evidenciar a través de la matriz EFE que hay un nicho mercado atractivo para el desarrollo de una empresa, principalmente porque hay aspectos positivos que lo hacen un negocio viable en el mercado:

- El bajo poder de negociación de proveedores hace que se pueda obtener precios accesibles en la adquisición de materia prima. Adicionalmente, se observa un sector poco explotado en el mercado considerándolo una oportunidad dentro de la industria.
- El bajo poder de negociación los clientes y una alta aceptación por parte de las personas al desarrollo de diseños por parte de interioristas.
- El acuerdo comercial de la CAN ha facilitado el ingreso de productos a Ecuador hasta el 0% de arancel. Esto ha ayudado a la comercialización de materia prima considerándolo un aspecto positivo.
- La rivalidad entre empresas, productos sustitutos, desaceleración de la economía y apertura de nuevos competidores se han considerado como amenazas existentes que se deben considerar para poder hacer futuras estrategias que ayuden al desarrollo de la empresa.

3.0 Análisis del cliente.

3.1 Investigación cualitativa.

El desarrollo de la investigación cualitativa ayuda a un análisis exhaustivo y detallado de una situación a la cual se la puede desarrollar a través de encuestas, estadísticas descriptivas, entrevistas entre otros. Es así que se busca la recolección de datos que ayuden a llegar a resultados verídicos en una investigación. (Universidad Interamericana, 2012)

3.1.1 Entrevista a expertos.

Para poder obtener información se realizaron entrevista a dos expertos que están involucrados en el área de diseño de interiores. De este modo se pueda evidenciar cuales son las oportunidades que tiene el proyecto y cuáles son los retos que se tendrán que resolver en el proceso.

- Arquitecto de Interiores, Diego Bustamante, Decorador de interiores de Rivera y Rivera Arquitectos.
- Arquitecta y Decoradora de interiores, Diana Herrera, Decoradora de interiores de The Loung Design.

Hallazgos:

Entrevista a Arquitecto de Interiores, Diego Bustamante.

Las personas hoy en día buscan diseños nuevos en el mercado que puedan satisfacer las necesidades de cada persona. En la actualidad se puede evidenciar que la decoración en 3D está revolucionando la industria y cada vez más personas están optando por este tipo de decoración. Sin embargo, es importante mencionar que la decoran tridimensional se está enfocando en diseños como baños, salas, cocinas, dormitorios o áreas de BBQ donde los diseños puedan ser parte de la ambientación de un espacio.

Es la así, que para muchas personas un factor diferenciador es la calidad y durabilidad del cada diseño debido a que, al decorar un espacio, es fundamental que perdure la decoración y se observe como un ambiente agradable para una persona. La decoración tridimensional está surgiendo en ciudades como Buenos Aires debido a la gran influencia que tiene en las nuevas tendencias de diseño o Medellín donde ya hay empresas especializadas en el área de diseño que ofrecen este tipo de servicio a los clientes. Por otro lado, se ha visto que en el Ecuador está surgiendo este tipo de diseño, pero no hay aun empresas en el mercado que ofrecen este tipo de decoración principalmente para el área de la construcción. Es importante mencionar que hay todo tipo de cliente y muchos pueden ver el diseño tridimensional como una alternativa donde se pueda ilustrar diferentes imágenes que logren satisfacer al cliente potencial. Para finalizar, el poder realizar una empresa de diseño en 3D es orientarse a varios ámbitos como

las paredes, techos, baños, espacios verdes, piscinas, publicidad en centros comerciales, parqueaderos entre otros. La industria a la cual se está enfocando la decoración en 3D es grande y está creciendo cada vez más, por lo que el ofrecer una idea innovadora ayuda a que las personas pueden abrir sus horizontes y buscar un nuevo servicio que pueda satisfacer sus necesidades.

Entrevista a la Arquitecta y Decoración de Interiores, Diana Herrera

Las empresas en la actualidad se mantienen en recesión debido a que la economía está fragmentada por la falta de liquides dentro del país. Es por esta razón que el implementar nuevas ideas que se puedan acoplar en el mercado ecuatoriano es una oportunidad para el desarrollo de una empresa. Es así, que el implementar diseños en 3D es una oportunidad en el mercado debido que se puede realizar diseños decorativos con un costo mucho menor a los que se pueden incurrir en un diseño tradicional. “Por experiencia, el implementar diseños en áreas específicas puede llevar tiempo y los costos son elevados principalmente cuando se buscan decoraciones de gama alta para departamentos en lugares de alta plusvalía”.

Es importante mencionar que en países latinoamericanos ya se encuentran realizando diseños en 3D y en Ecuador pequeñas empresas ya ofrecen diseños en tercera dimensión, pero aún no lo orientan a la industria de la decoración. Es fundamental que al buscar clientes potenciales la empresa pueda ofrecer decoraciones en diferentes ambientes como lo son las paredes, pisos, techos además de poder ofrecer diseños a otras industrias como la hotelera, pesada de productos elaborados, cosmética, muebles o de artesanías.

Para Terminar, los diseños en 3D tienen una gran oportunidad en el mercado debido a que las industrias y el sector inmobiliario buscan cada vez nuevas alternativas que ayuden a decorar a bajo costo. Por ello, es fundamental que la calidad se enfoque en ofrecer un producto de alta durabilidad que aporte a la satisfacción de los futuros clientes.

Entrevista a Clientes:

Marilyn Gabriela Ríos- Cliente Potencial

La decoración de una casa o lugares específicos a través de diseños en 3D es una forma diferente de decorar un espacio principalmente porque hay personas que buscan diseños nuevos que no siempre uno puede encontrar fácilmente. Es importante mencionar que para muchas personas es atractivo ver diseños como son decoraciones de muebles que por lo general no se ven o diseños de baños que dan una visión natural y relajante a través de decoraciones en 3D.

Las decoración tridimensional es nueva “creo que puede tener gran aceptación en el mercado debido a que las personas siempre buscan diseños nuevas que llamen la atención pero a la vez sean armoniosos”, es importante que se pueda dar a conocer esta nueva tendencia en el mercado ya que no se conoce y es una gran oportunidad para que las personas puedan saber cuáles son los beneficios de adquirir diseños en tercera dimensión en vez de buscar decoraciones de altos costos. Por este motivo, es importante que se pueda dar conocer en las áreas en las que se puede realizar cada diseño por ejemplo en cocinas, muebles, paredes, pisos o hasta podría servir como publicidad ya que cada persona tiene diferentes gustos al momento de decorar. Para muchas personas es importante el certificar que es un producto de alta calidad y que se pueda mantener en el tiempo por lo que el tener un sustento ayuda a generar confianza entre un cliente y el decorador.

Por otra parte, si los diseños son elaborados con materiales que no contaminan el ambiente es un valor agregado debido que muchas personas si consideran estos aspectos frente a otras empresas que te ofrecen un servicio similar dándose a conocer como un diseño alternativo a lo que normalmente se usa.

Daniel Terán García - Cliente Potencial

Para poder intervenir en un espacio a través de un diseño en 3D, el precio debe ser accesible ya que es un producto nuevo. Por otra parte, los diseños que se puedan elaborar deben ser innovadores además de que se pueda ver un diseño estético en el ambiente, ya que al realizar ilustraciones en 3D llama la atención y se observa diferente a lo que uno siempre está acostumbrado. “Pienso que el

poder ambientar un lugar con diseños en tercera dimensión da un toque estético nuevo, además de que se puede decorar espacios con diseños que puedan armonizar con el ambiente”. Es así, que un factor importante es la calidad con la que se elabore cada diseño, además de la esteticidad del dibujo en que se pueda distinguir como un diseño decorativo ante los ojos de otras personas. Es por ello, que los diseños deben ser enfocados en distintas áreas como: el área de BBQ para la decoración de fachadas y pisos, cocinas, baños y distintas industrias. Es importante que para cada decoración se pueda mantener estándares de calidad principalmente con los productos que se usan para la elaboración de cada diseño. El tiempo que se puede demorar por cada diseño se debe tomar en cuenta porque muchas personas que vayan a decorar su hogar no van a permitir mucho tiempo hasta que se pueda desarrollar un diseño en tercera dimensión.

Para finalizar, las personas hoy en día siempre buscan diseños que puedan satisfacer sus necesidades, por lo que el ofrecer un producto en 3D llama la atención siempre y cuando se pueda vender el diseño en base a un factor diferenciador como su elaboración a base de productos no contaminantes y su diseño en tercera dimensión.

3.1.2 Focus Group

Es un método de recolección de información que ayuda a indagar, investigar y recolectar información a través de un grupo de personas. Es así, que ayuda a generar una discusión en torno a un producto. (Crece negocios, 2016)

- Con el fin de obtener información se realizó un Focus Group con un numero de 8 personas para discutir sobre el tema propuesto: La creación de una empresa de diseños interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas

Hallazgos:

En el análisis del Focus Group es importante mencionar que el 90% de las personas les pareció atractivo la industria de decoración de interiores para lo cual se mostró fotos en donde pueden observar la decoración en 3D. Es así, que

el decorar paredes, baños, pisos, estacionamientos, casetas, vigas de madera, paredes de contención, plataformas aislantes entre otros, se la pudo ver como una oportunidad en el mercado debido las personas que participaron desconocen si hay una empresa en la ciudad de Quito que ofrezca este tipo de decoración.

Para muchas personas el poder diseñar y decorar a través de una ilusión óptica les pareció innovador debido que, en el mercado, no hay empresas que ofrecen un servicio en 3D. Actualmente las empresas que se mantienen en el mercado mantienen diseños tradicionales y no han implementado nuevas propuestas de negocio para un segmento de la población. Es importante recalcar que dentro del estudio focal se consideró cual es la mejor forma para dar a conocer el producto donde las redes sociales juegan un papel importante en la sociedad ya que 100% de personas se mantienen informadas a través de este medio.

Sin embargo, el costo que muchas personas pagarían se fundamenta en el diseño, durabilidad y calidad. Por ello, el costo de referencia fue de \$600- \$5000 ya que muchas personas buscan satisfacer una necesidad que no siempre está influenciado con el precio sino más bien por la calidad del servicio y el producto al momento ambientar nuevos espacios.

De este modo, en el grupo focal se consideró importante las resinas biodegradables las cuales son amigables con el medio ambiente en el cual muchas personas consideraron un factor positivo al momento de decorar. Es así, que el no contaminar el medio ambiente ayuda a que se pueda concientizar a las personas que si se puede desarrollar un negocio que pueda satisfacer las necesidades de los consumidores.

Para finalizar, de acuerdo al grupo focal el desarrollo de una empresa de decoración en 3D si tiene una oportunidad en el mercado ya que se encuentra enfocada en un nicho de mercado poco explorado por las empresas y se pudo observar a través del focus group como idea innovadora que si puede llegarse a establecer en la ciudad de Quito.

3.1.3 Encuesta

Para poder desarrollar la investigación cualitativa, se aplicó a un número de 65 personas en la ciudad de Quito que nos puedan ayudar a dar una información más acertada a la realidad en la industria de decoración. Es así, que para poder realizar la encuesta se desarrolló a *personas de 24-65 años que están decorando una vivienda o desarrollando un cambio decorativo dentro en un espacio específico*. El nivel socio económico al cual se enfocó la investigación fue personas de un nivel socioeconómico medio-medio alto y alto. **Anexo 5** encuesta.

Hallazgos:

A través de un análisis a una muestra de 65 personas se puede sacar las siguientes afirmaciones que ayudan a entender al cliente potencial. Es así, que el 90,8% de personas si les parece atractivo el poder decorar diferentes espacios con diseños tridimensionales.

Para las personas que participaron en la encuesta creen que el segmento de mercado al cual se enfocaría el servicio de decoración es importante. Es por ello, que para las personas el poder realizar diseños tridimensionales en diferentes industrias mantiene un factor diferenciador como: 16,9% considera que se vería atractivo ingresar a la industria cosmética, el 15,4% prefiere la industria hotelera y 9,2% de las personas prefieren industrias como la naviera, 12,3% muebles, decoración de oficinas, área de BBQ baños y decoraciones de interiores de casas.

Por otra parte, el 90,6% de los encuestados considera un valor agregado es el tener normativas de calidad como las ISO14001 que ayudan a mantener altos estándares en base a la fabricación de productos.

A través de las encuestas se puede inferir que las personas y empresas al decorar un espacio buscan 24,6% la durabilidad del servicio que una empresa ofrece. Por otro lado, 15,4% buscan un buen servicio, marca y sobre todo precio

con 18,5% ya que para las personas piensan que estos tres aspectos se relacionan cuando se busca llegar a un futuro cliente.

El 52,5% de las personas considera que prefiere recibir información a través de redes sociales mientras que el 16,4% prefiere anuncios publicitarios. El 13,1% considera que las revistas es un buen medio para recibir información y 18% de personas prefiere los periódicos y radio como medio de comunicación.

El precio que consideran los encuestados apropiado para el servicio de decoración en 3D es un 41,3% de personas pagaría de \$800 en adelante y un 33,3% considera un precio de \$600-\$700 por el servicio dependiendo las dimensiones del diseño a elaborar.

Según las encuestas realizadas se puede decir que los lugares donde las personas puedan adquirir el servicio de diseño en 3D son: 26,6% considera el Quicentro Norte como un lugar accesible para información sobre el servicio. El 20,3% considera el CC. Condado y 15,6% el CC Scala. Adicionalmente, el consumo de diseños en el cual pueden incurrir las personas según las encuestas con un 81% es de 2 diseños al año.

Para finalizar, se consideró como punto importante el usar productos amigables con el medio ambiente se realizó una pregunta sobre el uso de productos biodegradables con lo cual el 89,2% considera positivo el realizar diseños que no contaminen el ambiente y aporten con el cuidado del planeta.

3.1.4 Conclusiones del Análisis del cliente.

De acuerdo a un análisis de cliente en el cual se realizaron *entrevistas expertas en el área de diseño de interiores, focus group y encuestas* se puede decir que hay una gran aceptación en la creación de una empresa de diseño en 3D.

El poder realizar diseños tridimensionales en diferentes espacios de un lugar específico se ha visto como una nueva tendencia que está revolucionando la industria de diseño. Según el análisis de expertos observan como positivo el poder realizar diseños en 3D debido a que no hay un gran número empresas

enfocadas al área de diseño de interiores que puedan ofrecer sus servicios en tercera dimensión. Es por ello, que el mercado mantiene una gran oportunidad de crecimiento además de ser un nicho poco explotado.

Por otra parte, según la información recopilada de las encuestas se observa que no solo el servicio se puede enfocar a personas naturales sino también a empresas que buscan diseños nuevos a través de resinas biodegradables que no contaminan el medio ambiente. Es así, que se puede observar que hay un gran potencial al ofrecer un servicio de decoración 3D a industria como la naviera, mueble o cosmética. De este modo, el precio que se podría pagar puede estar exilando entre unos \$600-\$700 en adelante dependiendo el tipo de diseño que se quiera implementar.

Por ello, el implementar normativas de calidad puede ser un plus frente a la competencia ya que las normativas ISO 14001 pueden ayudar a validar el trabajo en base a estándares internacionales que aporten a certificar el servicio que ofrece la empresa. Según la información recopilada, el cliente busca calidad, durabilidad, precio y sobre todo un buen servicio que pueda satisfacer las necesidades de cada una de las personas.

Es importante mencionar que de acuerdo a la información de las *encuestas y focus group*, se llegó a la conclusión de que un lugar apropiado para poder llamar la atención de clientes potenciales son los lugares de alta concurrencia de personas como Quicentro norte y CC. Condado donde las personas puedan buscar información y adquirir el producto.

Para finalizar, después de un análisis enfocado a clientes potenciales se considera favorable el poder implementar una empresa de diseño en 3D de acuerdo a lo mencionado anteriormente y haciendo énfasis a los *análisis tanto de expertos en diseño como información de encuestas y focus grup*.

4.0 Oportunidad de Negocio

En base a la información detallada de los capítulos anteriores como el análisis del entorno, industria y clientes se puede indicar a continuación por qué el

negocio tiene una gran oportunidad en el mercado Quiteño como un proyecto innovador y amigable con el medio ambiente.

4.1 Oportunidad

En la actualidad la industria de diseño de interiores en Ecuador ha crecido con un gran impulso económico de los últimos años. Hay que reconocer que a pesar de que hay una incertidumbre el país, hay varios aspectos positivos los cuales incentivan a que las empresas busquen una oportunidad al ingresar a la industria de diseño.

Actualmente, Ecuador forma parte del acuerdo de la CAN donde mantiene preferencias arancelarias del 0% para la importación de resinas desde Colombia. La economía ecuatoriana mantuvo contracciones económicas en el año 2016, sin embargo, para la industria de diseño de interiores actualmente se estima un crecimiento del 1,7% para el año 2017 donde las importaciones de resinas se han enfocado en el sector de la construcción y diseño. Además, al realizar el análisis en la industria y haciendo referencia a estadísticas reales de acuerdo al instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) hay un mercado potencial del 45,70% de viviendas en la ciudad de Quito. Donde hoy en día las personas prefieren asesores en diseño que puedan realizar grandes cambios en espacios reducidos conllevando al crecimiento de una industria. Igualmente, las empresas en la actualidad han visto una oportunidad para poder plasmar diseños que conlleven el asesoramiento de empresas especializadas para realizar distintos tipos de decoración en industrias que se puedan alinear a los diseños en 3D.

Es así, que la creación de una empresa de diseño de interiores con efecto 3D elaborado con resinas importadas, es favorable en el mercado. Debido a que actualmente en el mercado objetivo como es la ciudad de Quito no hay empresas que puedan ofrecer diseños en 3D a personas naturales y empresas. Es por este motivo, que se considera un mercado atractivo y con gran potencial de crecimiento. Se puede decir, que el ofrecer un servicio de decoración de interior es ingresar a un nuevo nicho de mercado no explotado y que para muchos es una oportunidad a la cual las empresas no se han direccionado hasta el momento.

Sin embargo, es importante recalcar que al realizar un análisis de la industria se presenta un ambiente favorable en el cual las tasas de interés que son referentes para poder acceder a un préstamo en los últimos años se han mantenido estables. En el aspecto legal el proceso para crear una empresa que se enfoque a la industria de diseño es sencillo y no presenta complicaciones siempre y cuando se presenta la documentación necesaria que certifique el funcionamiento de la misma. Además, de la inscripción como importador para poder realizar importaciones de un país externo.

Por otro lado, se ha visto que en el Ecuador el uso de materiales no contaminantes está revolucionando la industria. Donde el uso de resinas a base de PLA se ha vuelto un producto potencial debido a que son elaborados a base de derivados de recursos naturales que no afecten al ecosistema y ayudan a proteger la decoración y dar un efecto brillante que ayude a mantener la durabilidad de la pintura.

Se puede decir que al ser una empresa nueva en el mercado y con un producto innovador. Actualmente, no hay empresas que oferten un producto de diseño tridimensional, ayudando a tener un mayor poder de negociación frente a los posibles clientes. Sin embargo, al ser una empresa nueva en el mercado su principal competencia son las empresas establecidas que no ofertan un servicio de decoración en 3D. Por esta razón, para poder hacer frente a este aspecto la empresa debería enfocarse en recalcar el valor agregado que se ofrece al cliente potencial.

Por otra parte, al realizar encuestas, entrevistas a expertos y un focus group se presenta un aspecto positivo para una empresa de decoración. Al realizar dos entrevistas a personas en el área de decoración y diseño, observan como una oportunidad el poder dar un enfoque diferente a los nuevos diseños en el mercado, principalmente porque las empresas no ofertan decoraciones en 3D. Adicionalmente, a través de las encuestas se puede inferir que un valor agregado frente a las otras empresas que ofrecen un servicio de diseño, es poder proyectar imágenes tridimensionales que puedan llamar la atención de las personas en base a su elaboración que es amigable y no contaminante el medio

ambiente. Es así, que al realizar un focus group e indagar a mayor profundidad con los clientes potenciales se puede decir que las personas desconocen que haya una empresa de diseño en 3D y miran positivamente la creación de una empresa que pueda decorar hogares, hoteles o industrias como la cosmética o naviera dejando a un lado los diseños tradicionales que actualmente se observan en el mercado.

5.0 PLAN DE MARKETING

5.1 Estrategia general de marketing

Design Studio 3D es una empresa que ofrece productos de diseño y asesoramiento en 3D elaborado con resinas importadas. La estrategia en la cual se enfocará la empresa será una estrategia de diferenciación debido a que ofrece diseños tridimensionales elaborados con resinas biodegradables que no contaminan el medio ambiente.

5.1.1 Mercado Objetivo

De acuerdo al mercado objetivo se puede segmentar el mercado potencial en el cual se incluye las variables demográficas, geográfica, conductuales y psicográficas de acuerdo a Kotler, Phily & Gary (Administración Estratégica, 2011). Por otra parte, las investigaciones tanto cualitativa y cuantitativa se evidencian que el mercado objetivo al cual se enfocará la empresa es la ciudad de Quito - Ecuador.

En base a la tabla de segmentación de mercado se puede decir que el mercado objetivo al cual Design Studio 3D se debe enfocar es tanto el segmento enfocado a personas naturales de 24-65 años y a entidades privadas que requieran un servicio de decoración en 3D. En la actualidad, se ha visto un gran potencial en industrias como la hotelera, pesada de productos elaborados, ligera elaboración de materia prima, cosmética, naviera, muebles y de artesanías. De este modo, podemos inferir que el marketing debe ir enfocado en ambos segmentos los cuales al realizar las investigaciones cualitativa y cuantitativa se observa que hay un nicho de mercado potencial en la decoración en 3D y donde las personas y empresas cada vez buscan más un diseño donde se pueda proyectar grandes

cambios en espacios reducidos logrando satisfacer las necesidades de los clientes potenciales como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 5: Segmentación de Mercado

CATEGORIA	SEGMENTACIÓN 1	SEGMENTACIÓN 2
Variables Geográficas	Quito-Ecuador 274.350 personas (INEC,2010)	Quito-Ecuador Sector empresarial
Variables Demográficas	Hombres-mujeres 24-65 años que representa el 47,25%. Población económicamente activa. Ingresos \$800 - \$5000	818 empresas, microempresas y Pymes enfocadas a áreas de infraestructura, diseño y construcción - (Superintendencia de compañías,2016)
Variables Psicográficas	Clase media- Media alta – Alta. Personas que buscan un servicio de decoración	510 empresas en la ciudad de Quito - pequeñas, medianas y grandes que buscan un servicio de decoración (INEC,2015)
Variables Conductuales	La materia prima con la cual se elaboran los diseños en 3D, es un material biodegradable a base de derivados de recursos naturales que son amigables con el medio ambiente y no producen una afectación al ecosistema.	Design Studio 3D es una empresa que mantiene estándares de calidad y sostenibilidad ambiental donde se pretende la implementación de normativas ISO 14001. Ofrece servicios a empresas pequeñas, medianas y grandes que buscan un servicio de decoración en 3D

Por otra parte, se puede observar en el **anexo 6** la segmentación de los primeros 5 años en donde se hace la relación con el análisis de la industria y el cliente al cual se está enfocando Design Studio 3D. Además, del mercado potencial objetivo que es la relación de la aceptación del producto y la oferta mediante competencia.

5.1.2 Propuesta de valor

Design Studio 3D es una empresa que ofrece diseños tridimensionales elaborados con resinas importadas y amigables con medio ambiente. Para la elaboración de cada uno de los diseños se usan resinas a base de PLA de marca INGENEO ya que son derivados de recursos naturales y no tiene una afectación al ecosistema. Adicionalmente, son resinas biodegradables que registran una huella de carbono mucho menor que los derivados de petróleo. Es así que

Design Studio 3D al ser una empresa que busca altos estándares de calidad, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental prevé la implementación normativas ISO 14001. De este modo, se ofrece un servicio de calidad a clientes que buscan diseños innovadores, creativos con tecnología 3D que pueden satisfacer sus necesidades y deseos a través un servicio sostenible con el medio ambiente.

5.1.3 Estrategia de internacionalización

Design Studio 3D mantiene una estrategia de Internacionalización Directa debido a que se realiza una importación (Resinas) desde Colombia hacia Ecuador. El proceso de importación se realizará a través de un agente aduanero que ayudará a facilitar el proceso. El INCOTERMS que se usará en FOB (Free On Board) desde el puerto de Buena Ventura – Colombia hasta Guayaquil- Ecuador. Para el proceso de importación se realizará en base a la materia prima por año. Es decir, que para abaratar costos se realizara la negociación del total de resinas estimado que se necesita para todo el año. De este modo, se hizo una relación del costo de importación para cada producto que se va a presentar en el mercado, es importante mencionar que el agente de aduna cobra el 65% del salario básico (Aduana del Ecuador, 2016). A continuación, se presenta el costo de importación de resinas desde Colombia hacia Ecuador: En el **anexo 7** se puede observar los costos de embarque.

Tabla 6: Costos de importación resina.

COSTOS DE IMPORTACION COLOMBIA ECUADOR	COSTOS IMPORTACION	PRECIO POR RESINA	PRODUCTO		
			A	B	C
<i>Embarque</i>	\$ 433,35	\$ 3,61	\$ 7,22	\$ 21,67	\$ 43,34
<i>Poliza (35%)</i>	\$ 151,67	\$ 1,26	\$ 2,53	\$ 7,58	\$ 15,17
<i>Valor en Aduana</i>	\$ 585,02	\$ 4,88	\$ 9,75	\$ 29,25	\$ 58,50
<i>Almacenaje</i>	\$ 0,31	\$ 0,003	\$ 0,01	\$ 0,02	\$ 0,03
<i>Agente de Aduana(65%)</i>	\$ 243,75	\$ 2,03	\$ 4,06	\$ 12,19	\$ 24,38
<i>Arancel</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Fodinfra(5%)</i>	\$ 29,25	\$ 0,24	\$ 0,49	\$ 1,46	\$ 2,93
<i>IVA(12%)</i>	\$ 73,71	\$ 0,61	\$ 1,23	\$ 3,69	\$ 7,37

5.1.4 Producto de importación

Se realizará una importación de 10 cajas de 50x75cm con un peso de 120kg por caja. En el **anexo 8** se puede observar la cotización logística.

Tabla 7: Producto de importación.

Producto	
	<p>Nombre: Resina Epoxi liquida</p> <p>Arancel: 0% - CAN</p> <p>Partida arancelaria: 3907.30.10.00.</p> <p>Descripción: Resina liquida que ayuda a dar brillo en espacios específicos en el área de construcción y diseño para el revestimiento de suelos entre otros. (Technicalfloor, 2016)</p>

5.2.0 Mezcla de Marketing

5.2.1 Producto

Design Studio es una empresa de diseños interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas. Es decir, es una empresa que ofrecerá al cliente potencial decoraciones en espacios específicos donde se usará como materia prima resinas y se proyectará imágenes tridimensionales. A continuación, se puede observar los posibles diseños en los cuales se enfocará la empresa:

Tabla 8: Diseños de interiores en diferentes industrias

<p>Industria de Cosméticos: Las empresas cosméticas cada vez piensan en diseños que puedan llamar la atención de las personas dándole valor agregado (Mique,2015). Es así, que hoy en día la industria cosmética puede ser un mercado atractivo para ofrecer un servicio en 3D. Debido a que se puede realizar diseños tridimensionales en los empaques y accesorios de venta al publico</p>	
---	--

<p>Industria de Muebles: Las empresas que se orientan a la fabricación de muebles buscan siempre innovar y de esta forma ofrecer un producto que puede llamar la atención de potenciales clientes en el mercado. La industria de decoración en 3D puede ser un plus para clientes que buscan algo diferente a lo tradicional. (Interempresas,2015)</p>	
<p>Industria de Construcción: La elaboración de diseños para hogares en donde se pueda implementar decoraciones en baños, paredes, techos y área de BBQ.</p>	

5.2.1.1 Necesidades de adaptación

En base al análisis de cliente y entorno externo se puede evidenciar que las personas hoy en día buscan un servicio innovador donde puedan satisfacer las necesidades como lo son los diseños de interiores en 3D. En base a las necesidades de adaptación Design Studio busca innovar y ofrecer diseños tridimensionales con resinas biodegradables amigables con el medio ambiente que puedan acoplarse a un mercado potencial en la ciudad de Quito. Es así, que Design Studio 3D para facilitar uso de las resinas mantendrá presencia comercial de la marca INGEO en Ecuador sin exclusividad, debido a que se usará las resinas para la elaboración de diseño en 3D y poder ofrecer a las distintas industrias y personas naturales dentro de la ciudad.

5.2.1.2 Atributos

Design Studio 3D es una empresa que se caracteriza por ofrecer diseños innovadores donde se puede evidenciar los siguientes atributos:

Tabla 9: Atributos del producto o servicio.

ATRIBUTOS	
Básicos	Diseños en 3D orientado a la decoración de hogares, industria de hospitalidad (hostales, residencias, restaurantes), pesada de productos

	elaborados, ligera elaboración de materia prima, cosmética, naviera, muebles y de artesanías y construcción.
Rendimiento	Materia prima amigable con el medio ambiente: Resinas a base de Pla (Es un material biodegradable a base de derivados de recursos naturales que ayuda a mantener el brillo y la durabilidad en el tiempo de la pintura.)
Excitantes	Diseños innovadores en 3D de calidad y alta durabilidad.

5.2.1.3 Branding

Design Studio 3D es el nombre escogido para la empresa debido a que es un estudio de asesores que ayuda a las personas a dar un enfoque acertado en las áreas de diseño. Por otra parte, asesora a empresas que buscan diseños tridimensionales elaborados con resinas amigables. El logo está elaborado en base del nombre de la empresa y los apellidos de los fundadores los cuales se encuentran en la parte inferior. Adicionalmente se encuentra el eslogan con el cual la empresa se identifica.



*La esencia de un buen diseño es la
Necesidad de transmitir un mensaje*

Figura 4: Diseño y Eslogan

5.2.1.4 Empaque

La empresa al ofrecer un producto que se implanta en un lugar específico no mantiene empaque, pero mantiene un catálogo que servirá como referencia y carta de presentación de la compañía. Este mantendrá los distintos diseños en 3D que se hayan elaborado tanto para personas naturales y empresas.

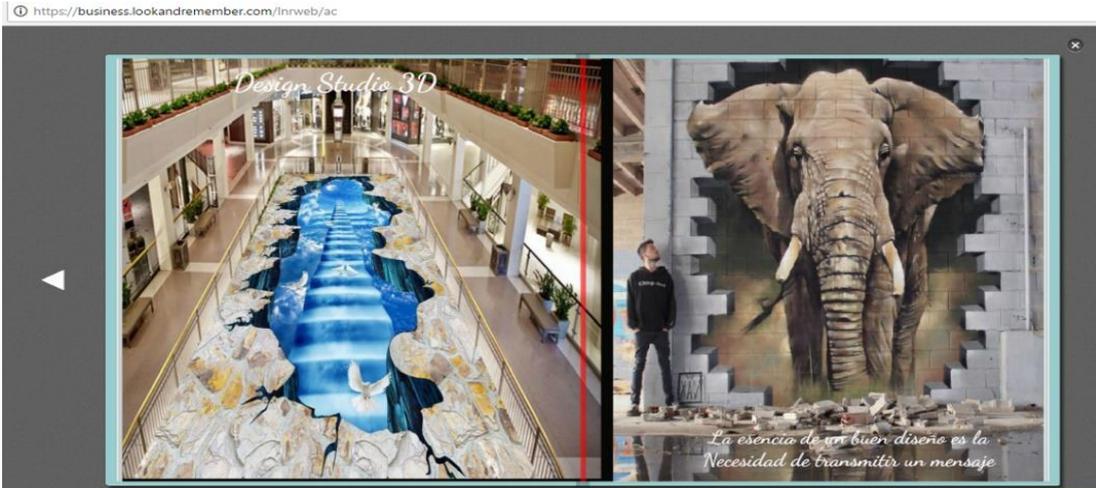


Figura 5: Catalogo digital

5.2.1.5 Etiquetado

La empresa al ofrecer un producto implantado en un espacio no mantiene etiquetado, por ello el etiquetado no aplica para la compañía. Es importante mencionar que se ofrecerá a los clientes la documentación de normativas de calidad, sostenibilidad ambiental y sello de servicio hecho en Ecuador.



Figura 6: Etiquetado

5.2.1.6 Soporte

Design Studio 3D mantiene nivel profesional bastante aceptable con tecnología altamente competitiva en el mercado. Las resinas con la cual se elabora el producto son biodegradables. La garantía de cada producto con el cual se elaboran los diseños en 3D son certificados con la documentación que contempla el uso de cada uno de ellos y que será entregada a cada cliente que adquiera este tipo de producto. Es importante decir, que la empresa cumple con todos los

estándares establecidos y normativas para la implementación de diseños dentro de ciudad de Quito.

5.2.2 PRECIO

5.2.2.1 Costo de venta

Para poder ofrecer un diseño 3D se tomó en cuenta todos los aspectos necesarios para poder llegar a un costo de venta el cual se estima desde los \$663 a \$5000. Adicionalmente, se hizo una relación en base a los pronósticos de venta para los 5 años del proyecto como se puede observar en el apartado financiero en proyección de ingresos. El precio puede variar dependiendo el tamaño y el área donde se vaya a implementar el tipo de diseño en 3D. Para poder cuantificar el precio se hizo 3 tipos de diseño estándar dependiendo el tamaño:

ESTANDAR A: 1m X 1.20m - **ESTANDAR B:** 1,50m X 2m - **ESTANDAR C:** 2m X 3m

Tabla 10: Costos por producto

Precio de venta	A	B	C
DETALLE	Costo	Costo	Costo
Materia prima	\$ 132,04	\$ 338,73	\$ 662,07
<i>Embarque</i>	\$ 7,22	\$ 21,67	\$ 43,34
<i>Poliza</i>	\$ 2,53	\$ 7,58	\$ 15,17
<i>Valor en Aduana</i>	\$ 9,75	\$ 29,25	\$ 58,50
<i>Almacenaje</i>	\$ 0,01	\$ 0,02	\$ 0,03
<i>Agente de Aduana</i>	\$ 4,06	\$ 12,19	\$ 24,38
<i>Arancel</i>	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Fodinfra</i>	\$ 0,49	\$ 1,46	\$ 2,93
<i>IVA</i>	\$ 1,23	\$ 3,69	\$ 7,37
Mano de Obra	113,42	113,42	113,42
Costo indirecto de Fabricación	\$ 75,58	\$ 75,58	\$ 75,58
Costo de producción	\$ 321,04	\$ 527,73	\$ 851,07
Gasto administrativo	\$ 134,17	\$ 134,17	\$ 134,17
Costo total de producción y ventas	\$ 455,22	\$ 661,91	\$ 985,25
Margen de ganancia	\$ 182,09	\$ 264,76	\$ 394,10
Precio de venta	\$ 662,59	\$ 1.002,52	\$ 1.531,05

5.2.2.2 Estrategia de precio

De acuerdo a Lambin, Hair y McDaniel (2014) existen dos tipos de estrategias de precios. La primera, hace referencia a la estrategia descremada de precios donde una empresa ingresa al mercado con un precio alto frente a sus

competidores. Por otra parte, se tiene la estrategia de penetración donde al ser una empresa nueva con un producto nuevo se ingresa con un precio bajo para poder captar nuevos clientes.

Design Studio 3D al ser una empresa nueva en el mercado pretende realizar una estrategia de penetración donde se pueda ingresar al mercado potencial con precios bajos frente a los competidores y de esta forma dar a conocer los diseños en 3D. Es importante inferir que no hay empresas de diseño actualmente que se orienten a la decoración de diseños tridimensionales donde a través del análisis tanto del focus group, encuestas y entrevista a expertos se evidencia una oportunidad en el mercado de la ciudad de Quito.

Tabla 11: Costo de servicio de decoración

SERVICIO-PRODUCTO	EMPRESA	COSTO
DECORACION DE INTERIORES	Design Studio 3D	\$663 - \$5000
	DDRI URIBES Y ASOCIADOS CIA. LTDA.	\$1000-\$5000
	FRAGMAN DESIGN	\$800-\$3500
	KONCEPT PLUS	\$700-\$3000
	SAVAGE DECO AND BUILD	\$700-\$3000

Adaptado de superintendencia de compañías 2017

5.2.2.3 Estrategia de entrada

Para poder entrar al mercado Quiteño y hacer frente a los competidores ya establecidos. Design Studio 3D ingresará al mercado con un precio bajo frente a la competencia para poder captar nuevos clientes y de cierta forma poder hacer conocer el servicio tanto a las empresas como a clientes potenciales. Es importante recalcar que como es una empresa nueva en el mercado el precio inicial es \$663. Es así, que es un precio inferior a la que se proyecta la competencia. Por otra parte, Design Studio es una empresa que busca altos estándares de calidad, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental donde se pretende implementar normativas ISO 14001 que ayudan a dar un plus frente a la competencia. De este modo, al tener un precio inferior a la competencia y tener normativas de calidad ayudaran a captar un mayor segmento de mercado

donde se podrá dar a conocer el servicio que ofrece la empresa frente a empresas que hoy en día no mantienen normativas ISO.

5.2.2.4 Estrategia de ajuste

La estrategia de ajustes de precios ayuda a hacer una evaluación en el entorno para poder tomar posibles estrategias con respecto al consumidor en las cuales dependiendo las condiciones del mercado se puede evaluar el precio aumentándolo o disminuyéndolo siempre y cuando sea favorable para la empresa. (Kotler & Armstrong, 2003). De acuerdo a la industria de decoración de interiores se empleará varias estrategias que ayudan al desarrollo de la empresa como:

- Precio con descuento: De acuerdo al tipo de diseño a implementar y dependiendo el entorno de la industria en la cual se realice el diseño en 3D.
- Precio por cantidad: entre más grande sea el tipo de decoración se pretende hacer un descuento enfocado en la cantidad y tiempo que conlleve desarrollarlo.
- Precios promocionales: Descuentos por días festivos o fechas importantes como San Valentín, Navidad, día del Medio ambiente, día de la tierra.

Es importante mencionar que Design Studio 3D a partir del primer año de su funcionamiento se procederá con el aumento de los precios en un 5%. Esto se debe a que la empresa ya tendrá un segmento de mercado establecido y se encontrará en un proceso de posicionamiento en el mercado Quiteño. Se debe decir que a pesar de aumentar en un 5% los precios Design Studio mantiene precios inferiores a la competencia lo que le hace competitiva en el mercado.

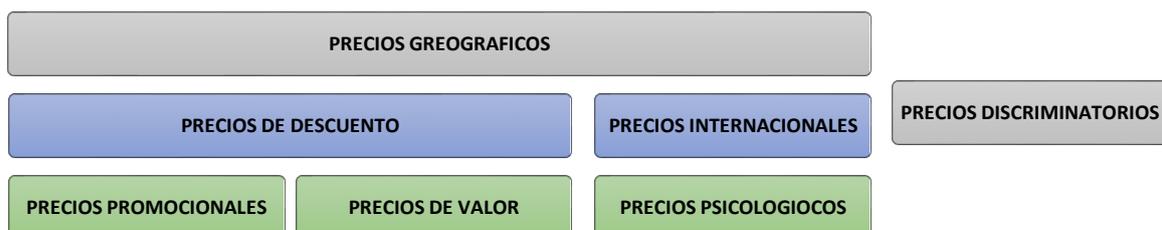


Figura 7: Estrategia de Ajuste

Adaptado a Kotler & Armstrong (2003).

5.2.3 PLAZA

5.2.3.1 Estrategia de distribución

Un canal de distribución ayuda a facilitar el intercambio del producto desde el momento que va a salir de la fábrica y llega al cliente o consumidor final. De esta manera el poder tener una estrategia de distribución eficiente ayuda a aumentar la productividad de la empresa para poder llegar de una manera rápido al consumidor final. (Distribución de marketing, 2014)

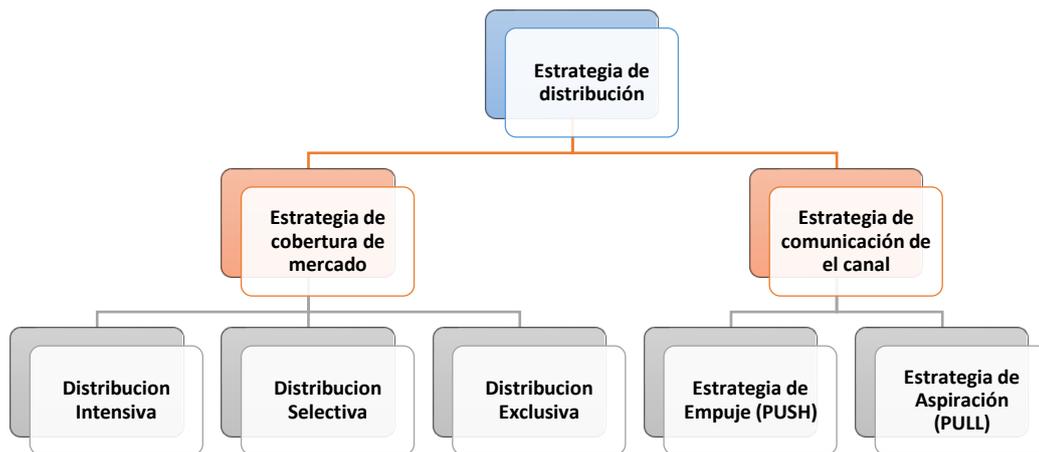


Figura 8: Estrategia de Distribución

Adaptado a Lambin y Sicurello (2014).

Design Studio 3D usará una estrategia de distribución selectiva debida a que el producto que ofrece se enfocará en tener presencia comercial en lugares seleccionado de la ciudad de Quito para que los clientes puedan observar la calidad de los diseños en 3D con resinas importadas.

5.2.3.2 Puntos de venta

De acuerdo a la investigación realizada de clientes se observó que las personas prefieren que exista un punto de venta fijo para poder adquirir algún tipo de diseño tridimensional.

Tabla 12: Puntos de venta en la ciudad de Quito

CIUDAD	LUGAR	COSTO
QUITO	MATRIZ AV. SHYRIS Y GASPAS DE VILLAROEL LOTE 145 : 90 METROS CUADRADOS	\$ 1.200
	C.C. QUICENTRO NORTE (ISLA 2 METRO DE ANCHO Y 2 METROS DE LARGO)	\$ 950
	C.C. CONDADO SHOPPING ISLA 2 METRO DE ANCHO Y 2 METROS DE LARGO)	\$ 750

Es así, que para poder satisfacer las necesidades de los clientes se tiene previsto tener una oficina de venta en la ciudad de Quito y diferentes stands en lugares con alto flujo de personas. Los lugares escogidos para poder promocionar y vender el producto serán el centro comercial Quicentro shopping y CC. Condado para de esta forma poder captar un gran flujo de personas y posibles clientes. Es importante mencionar que se llegará una alianza estratégica con empresas ya establecidas en el mercado como Konzept Plus y Savage Deco and Buil para que puedan ofertar diseños en 3D como un servicio adicional a sus clientes. Para ello, a los intermediarios se les otorgaran un 27% sobre la venta del producto, logrando tener una ganancia ambas partes al ofrecer un servicio de decoración en 3D con resinas biodegradables y amigables con el medio ambiente.

Tabla 13: Costos anuales por puntos de venta.

Detalle	costo mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ARRIENDO OFICINA	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 14.556,96	\$ 14.715,63	\$ 14.876,03	\$ 15.038,18
ISLA CONDADO (6 MESES)	\$ 750,00	\$ 4.500,00				
ISLA QUICENTRO (6 MESES)	\$ 1.200,00	\$ 7.200,00				

5.2.3.3. Estructura y tipo de canal de distribución

De acuerdo al libro de Steven Wheeler Evan Hirsh “Los canales de distribución” (2010) hace referencia a los tipos de canales en el cual el servicio o producto atraviesa hasta llegar al consumidor. Es así, que se puede tener un intermediario si hablamos de un canal directo o podemos tener dos o más intermediarios si el canal de distribución es indirecto.



Figura 9: Canales de Distribución

Tomado de Steven Wheeler (2010)

Design Studio 3D tiene dos tipos de canales de distribución, por un lado tiene los propios puntos de venta donde la empresa puede vender directamente al consumidor es decir un canal de distribución directo. Por otra parte, también tiene las empresas a las cuales se va a ofrecer un producto de interiorismo y diseños en 3D con resinas importadas, para lo cual se enfocará en un canal de distribución indirecto corto. Es así, que el producto tendrá presencia en los puntos de venta de las empresas intermediarias y de esta forma poder llegar al consumidor final. Nuestros intermediarios indirectos son Koncept Plus y Savage Deco and Buil a los cuales se les dará un 27% sobre la venta del producto de diseños tridimensionales con resinas biodegradables.

A continuación, se presenta la comisión proyectada por

Tabla 14: Comisiones de venta para intermediarios.

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisión en ventas	\$94.119,21	\$ 100.505,20	\$ 107.324,48	\$ 114.606,45	\$ 128.210,23

5.2.4 PROMOCIÓN:

5.2.4.1 Estrategia de promoción

De acuerdo a adonde se oriente el producto se establece dos tipos de estrategia de promoción: estrategia para clientes y para empresas. Se puede observar la tabla de actividades en el **anexo 9**. (Adaptado a Fisher, 2011)

Tabla 15: Estrategia promocional

ESTRATEGIA PARA CLIENTES POTENCIALES	ESTRATEGIA PARA EMPRESAS
Estimular deseo de compra: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofertas ➤ Sorteos ➤ Cursos de diseño ➤ Descuentos 	Estimula el deseo de adquirir un producto para el tipo de industria a la cual está enfocando: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Charlas enfocadas al diseño en 3D con resinas y los beneficios de poderlas implementar ➤ Descuentos

5.2.4.2 Publicidad

De acuerdo a la información recopilada a través de la entrevista con expertos e investigación cualitativa y cuantitativa se puede decir que hay una preferencia por parte de los posibles clientes a obtener información a través de ciertos medios. La publicidad se realizará a través de redes sociales como Facebook, de acuerdo a la página oficial el realizar publicidad fines de semana se podrá lograr cubrir alrededor de 400.000 personas (una vez al mes), afiches, radio (Canela - 2 pautas y publicidad constante cada trimestre) y trípticos. A través de este tipo de la publicidad podremos llegar a incentivar a más personas quieran adquirir el producto de decoración en 3D.

Tabla 16: Costos de Publicidad

DETALLE	mes 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad BTL + Stand islas	\$ 25.200,00	\$ 25.200,00				
Radio	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.852,32	\$ 4.905,21	\$ 4.958,68	\$ 5.012,73
Redes sociales	\$ 125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.516,35	\$ 1.532,88	\$ 1.549,59	\$ 1.566,48

5.2.4.3 Promoción de ventas

Para poder ingresar al mercado Quiteño y a empresas a las cuales se podría orientar el producto de decoración en 3D con resinas importadas se empleará distintas promociones en el mercado para poder llamar la atención de posibles clientes, ayudando a que se pueda dar a conocer la empresa y poder tener más presencia en el mercado. Por otra parte, a través de las encuestas realizadas se puede determinar que las personas prefieren promociones como descuentos, regalos donde puedan evidenciar el tipo de servicio y producto que se quiere

ofrecer. Para ello, se implantará estrategias de promociones que busquen traer nuevos clientes y que puedan ver con un valor agregado a la decoración en 3D.

- Descuentos al realizar más de un diseño en 3D
 - Al realizar diseños simultáneos la empresa otorga un 5% de descuento sobre el precio total.
- Sorteo obsequios y decoraciones en miniatura para clientes.

5.2.4.4 Fuerza de venta- Marketing Directo

La fuerza de venta directa será a través de la secretaria que tendrá las funciones de recepcionista y servicio de call center para la empresa. Ayudará a promover los diseños en 3D y conseguir nuevos clientes que puedan sentirse atraídos por los diseños tridimensionales con resinas importadas. Es importante mencionar que para poder impulsar la venta del producto se contratará personas especializadas en la rama de ventas donde se logrará convencer a los clientes de la calidad de los diseños en 3D. De esta forma, la empresa buscará que a través de las estrategias adecuadas de marketing se pueda llegar a captar un número considerable de clientes y lograr incentivar el servicio de decoración en 3D a través de nuestros puntos de venta. Es importante recalcar que el tiempo estimado en el cual se mantendrá los puntos de venta en los centros comerciales será por 6 meses, donde a las vendedoras se les otorgaran un 0,05% de comisión por cada producto durante el primer año. Es así que a partir del séptimo mes, con una cartera de clientes y posibles empresas interesadas en la decoración en 3D, los encargados saldrán a vender tanto a empresas como a clientes potenciales y se les otorgara un 1% de comisión a partir del segundo año de funcionamiento de la empresa.

Tabla 17: Comisiones de venta empleados.

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comision de ventas empleados	\$ 1.742,95	\$ 3.722,41	\$ 3.974,98	\$ 4.244,68	\$ 4.748,53

5.2.4.5 Relaciones Públicas

Para poder fomentar las relaciones públicas se plantea poder tener el apoyo de los programas de emprendimiento de la vicepresidencia del Ecuador (Programa

de Financiamiento de emprendedores) ya que es fundamental que Design Studio 3D mantenga relación con entidades públicas y privadas donde pueda incluir el sello como producto ecuatoriano (Hecho en Ecuador). De esta forma, se podrá obtener reconocimiento y alianzas estratégicas con empresas alternativas orientadas a la producción de contenedores, bambú y adobe en base a diseños sostenibles con el medio ambiente donde se podrá fomentar el uso de productos ecológicos.

6.0 Propuesta de filosofía y estructura organizacional

6.1 Misión

“Design Studio 3D Cía. Ltda es una empresa ecuatoriana de diseño en la ciudad de Quito dedicada a ofrecer servicios de decoración tridimensional, con el fin de satisfacer al consumidor en base a un producto de calidad y sostenibilidad ambiental, con un enfoque diferenciador de precios cómodos y personal capacitado que ayude a ofrecer un producto que se pueda conservar en el tiempo.”

6.2 Visión

“Posicionar Design Studio 3D Cía. Ltda como una de las empresas más reconocidas en el Ecuador hasta el año 2025 resguardando el servicio de calidad y gestión ambiental conforme a las normativas ISO 14001, las mismas que se implementaran en los posteriores años y de esta forma fomentar el servicio de decoración tridimensional”

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivos del corto y mediano plazo

- Incrementar las estrategias de promoción mencionadas en el capítulo precedente para poder fomentar el servicio de decoración en 3D durante el primer año.
- Recuperar de la inversión de la empresa a partir del año tres hasta el año cinco.

- Incrementar de 2 a 4 los intermediarios para que ofrezcan el servicio de decoración 3D.
- Implementar 1 vendedor a partir del 3 año.
- Implementación de normativas ISO a partir del segundo año.

6.3.2 Objetivos del largo plazo

- Extender el servicio de decoración en 3D en ciudades como Guayaquil al cuarto año y al quinto año la ciudad de Cuenca.
- Incrementar en un 20% los precios del servicio para poder estandarizarse con la competencia a partir del quinto año.
- Fomentar y dar a conocer la decoración en 3D en eventos sociales donde se pueda proyectar la marca Design Studio 3D Cía. Ltda
 - Ferias como Expo-Diseño, Bienal Panamericana-Ecuador, Feria de emprendimiento.

6.4 Análisis

6.4.1 Tiempo

Para poder ofrecer un diseño a los clientes el tiempo aproximado en el cual se incurre es muy importante. Es así, que para poder tener una eficiencia al momento de ofrecer una decoración se presenta un cuadro detallando el tiempo aproximado en el cual se incurrirá para realizar un diseño 3D a través de resinas importadas.

Tabla 18: Tiempo de elaboración por cada diseño

SERVICIO	AREA EN m ²	TIEMPO
DISEÑOS DE PISOS-PAREDES-TECHOS	1-5 m ²	2 días y medio
DISEÑOS DE CAJAS-CUADROS	1 m ²	2 días
DISEÑO DE MUEBLES	1 m ²	2-3 DIAS

Es importante recalcar que para realizar cada diseño en 3D el proceso es diferente y los tiempos pueden variar entre 10h a 24h. Para poder elaborar un tipo de diseño en 3D cada producto que se incluye sobre la base a tratar tiene

que permanecer alrededor de 24 horas en rasposo. Es por este motivo, que los tiempos pueden variar de acuerdo al diseño y a la industria que se enfoca.

6.4.2 Materiales- y Procedimiento

Para el proceso de elaboración de cada diseño se requieren implementos como zapatos de punta, espátula, rasqueta plástica dentada, rodillo de pintura, guantes, mascara, anteojos o gafas además de materiales a como:

Base compacta: al momento de elaborar un tipo de diseño se adhiere a una base que ayude a esponjar de cierta forma el piso o plataforma para poder intervenir. **Base niveladora:** Ayuda a nivelar totalmente la parte a tratar para que se pueda mantener totalmente lisa. **Diseño en 3D:** El diseño dependerá del cliente ya que en base al diseño y diámetro se intervendrá y se estimará el tiempo que se tardará para finalizar el diseño tridimensional. **Resinas a base de PLA:** Ayuda a dar una ilusión tridimensional manteniendo la calidad y brillo del diseño.

- **Almacenamiento:** El material se almacenará en el matriz de Design Studio 3D Cía. Ltda en la ciudad de Quito en el área de bodega. Adicionalmente, se puede observar un flujograma del proceso de elaboración de un diseño en 3D en el **anexo 10**.

6.4.3 Personal

Design Studio 3D Cía. Ltda será una empresa ecuatoriana legalmente constituida en el país. Donde se registrará su estructura organizacional a todas las normativas que se mantienen vigentes y todos los derechos de ley de los empleados de acuerdo al código de trabajo del año (2005).

En la presenta tabla se puede observar los sueldos de las personas las cuales serán parte del personal administrativo y mano de obra. Se consideró todos los aspectos de ley en base al sueldo básico, décimo tercero y cuarto, fondos de reserva, vacaciones y el IESS de capa persona.

El personal tanto administrativo como la mano de obra trabajaran un periodo de ocho horas diarias y fines de semana libre conforme especifica el código de trabajo de la república del Ecuador (2005).

Tabla 19: Nómina de trabajadores

Mano de obra												
Detalle	Sueldo	13ro	14to	F. reserva	vacaciones	less 12.15%	Mes 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Trabajador 1	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 529,94	\$ 6.359,25	\$ 6.428,57	\$ 6.498,64	\$ 6.569,47	\$ 6.641,08
Trabajador 2	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 529,94	\$ 6.359,25	\$ 6.428,57	\$ 6.498,64	\$ 6.569,47	\$ 6.641,08
Trabajador 3	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 529,94	\$ 6.359,25	\$ 6.428,57	\$ 6.498,64	\$ 6.569,47	\$ 6.641,08
Trabajador 4	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 529,94	\$ 6.359,25	\$ 6.428,57	\$ 6.498,64	\$ 6.569,47	\$ 6.641,08
Jefe de producción	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 31,25	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 72,90	\$ 829,15	\$ 9.949,80	\$ 10.058,25	\$ 10.167,89	\$ 10.278,72	\$ 10.390,76
Total Mano de obra	\$ 2.100,00	\$ 175,00	\$ 156,25	\$ 175,00	\$ 87,50	\$ 255,15	\$ 2.948,90	\$ 35.386,80	\$ 35.772,52	\$ 36.162,44	\$ 36.556,61	\$ 36.955,07
Personal administrativo												
Detalle	Sueldo	13ro	14to	F. reserva	vacaciones	less 12.15%	Mes 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 31,25	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 1.095,12	\$ 13.141,40	\$ 13.284,64	\$ 13.429,44	\$ 13.575,82	\$ 13.723,80
Jefe ventas	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 31,25	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 72,90	\$ 829,15	\$ 9.949,80	\$ 10.058,25	\$ 10.167,89	\$ 10.278,72	\$ 10.390,76
Secretaria recepcionista	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 15,63	\$ 45,56	\$ 529,94	\$ 6.359,25	\$ 6.428,57	\$ 6.498,64	\$ 6.569,47	\$ 6.641,08
Vendedores	\$ 1.125,00	\$ 93,75	\$ 31,25	\$ 93,75	\$ 46,88	\$ 136,69	\$ 1.527,31	\$ 18.327,75	\$ 18.527,52	\$ 18.729,47	\$ 18.933,62	\$ 19.139,50
Total Mano de obra	\$ 2.900,00	\$ 241,67	\$ 125,00	\$ 241,67	\$ 120,83	\$ 352,35	\$ 3.981,52	\$ 47.778,20	\$ 48.298,98	\$ 48.825,44	\$ 49.357,64	\$ 49.886,64

6.4.4 Infraestructura

6.4.4.1 Establecimiento

Design Studio 3D Cía. Ltda. se ubicará en el sector del Batan bajo entre la av. Shyris y Gaspar de Villarreal lote 145. La razón por la cual la empresa se ubicará en este sector de la ciudad es por ser un punto estratégico y por la cercanía al sector financiero de la ciudad de Quito. Es importante recalcar que un local de arriendo de 120 m².



Figura 10: Mapa de ubicación de la empresa.

Es importante recalcar que la empresa necesita una bodega pequeña la cual mantiene en la oficina principal. Es así, que también funciona como punto de venta y da soporte a las islas que se mantienen en los centros comerciales de la ciudad de Quito (CC Quicentro y Condado)

6.5 Estructura Organizacional

6.5.1 Legal

Design Studio 3D es una empresa limitada donde mantendrá permisos de funcionamiento como: permiso municipal, bomberos y la suscripción de funcionamiento en la superintendencia de compañías como se detalla a continuación: Registro único de contribuyentes (RUC), permiso de funcionamiento, licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas en el Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito, estatuto social legalizado frente a un abogado/notario, registro mercantil, Registro de funcionamiento IESS, normativas de uso de suelo dentro del distrito metropolitano de Quito.

Tabla 20: Creación de la compañía

EMPRESA	Design Studio 3D
TIPO DE EMPRESA	Compañía Limitada
CAPITAL	capital mínimo de \$1000
SOCIOS	Socios: 2 a 4 personas
RESPONSABILIDAD	Se considera una compañía limitada debido a que mantiene una aportación de \$1000
Tiempo de Funcionamiento	(Indefinida)

6.6 Diseño organizacional

6.6.1 Tipo de estructura

Design Studio 3D Cía. Ltda será una empresa nueva en el mercado donde mantendrá una estructura Lineal-Funcional ya que es una estructura sencilla y eficiente al momento de designar obligaciones a personas con el que se conformara la empresa. Es importante recalcar que al ser una estructura lineal las personas tienen mayor oportunidad de adquirir nuevos conocimientos en la industria del diseño.

6.6.2 Organigrama

El personal con el cual se conforma Design Studio 3D Cía. Ltda es un personal capacitado que buscar satisfacer las necesidades de los consumidores

buscando siempre la eficiencia al realizar cualquier tipo de trabajo en el ámbito de diseño. Se puede observar en el **anexo 11** el Organigrama.

Para el primer año Design Studio 3D Cía. Ltda pretende tener un total de 11 trabajadores entre personal operativo y administrativo que ayuden a las diferentes áreas a las cuales se orienta el proyecto. Se puede estimar que a partir del quinto año se pueda aumentar el número de trabajadores dependiendo las necesidades de la empresa. En el **anexo 12** se puede observar el perfil del personal administrativo, ventas y obra.

7.0 Evaluación financiera

7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

7.1.1 Proyección de ingresos

Los ingresos proyectados se estiman de la venta del producto A, B, C donde se puede evidenciar los pronósticos desde el año uno al año cinco. Es importante mencionar que las proyecciones se realizaron en base a la intención de compra del cliente. Es así, que el precio de cada producto se estableció en base a la materia prima, mano de obra, Costos indirectos de Fabricación, costo de producción, gasto administrativo y margen de ganancia. Se hizo una relación de los pronósticos de venta en base a cada producto para los cinco años donde a partir de segundo año se realiza un incremento del 5% en el precio de cada producto. El pronóstico de venta se hizo en base al número de viviendas potenciales de la ciudad de Quito.

Tabla 21: Proyección de ingresos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pronostico de ventas	312	317	323	328	334
Producto A	78	79	81	82	83
Producto B	125	127	129	131	134
Producto C	109	111	113	115	117
Total	312	317	323	328	334
Precio A	\$ 669,29	\$ 702,76	\$ 737,89	\$ 774,79	\$ 852,27
Precio B	\$ 1.015,43	\$ 1.066,20	\$ 1.119,51	\$ 1.175,49	\$ 1.293,03
Precio C	\$ 1.553,66	\$ 1.631,34	\$ 1.712,91	\$ 1.798,55	\$ 1.978,41
Total Ingresos	\$ 348.589,68	\$ 372.241,49	\$ 397.498,08	\$ 424.468,32	\$ 474.852,71

7.1.2. Proyección de Costos

Design Studio 3D Cía. Ltda posee costos de materia prima la cual es requerida para hacer cada diseño, donde se hizo la relación de la proyección de ventas con respecto a la materia prima requerida y el costo de importación. En el **anexo 13** se puede observar los costos de importación bajo el sistema FOB mencionado en el apartado de internacionalización. Se tomó en cuenta la mano de obra donde se incorporaron 4 trabajadores y un jefe de producción que supervisa la adecuada elaboración de cada diseño. Además de los costos indirectos como el arriendo y depreciación como se puede ver en el **anexo 14**.

Tabla 22: Proyección de costos

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de la materia prima	\$ 117.815,36	\$ 121.124,24	\$ 124.526,05	\$ 128.023,40	\$ 131.618,98
Mano de obra	\$ 35.386,80	\$ 35.772,52	\$ 36.162,44	\$ 36.556,61	\$ 36.955,07
Costos indirectos	\$ 22.065,40	\$ 22.285,14	\$ 22.507,28	\$ 21.931,84	\$ 22.158,85
Costo total de producción	\$ 175.267,56	\$ 179.181,90	\$ 183.195,77	\$ 186.511,85	\$ 190.732,90
Gastos operacionales	\$ 182.355,36	\$ 168.386,99	\$ 170.957,24	\$ 179.159,18	\$ 198.709,17
Total costos y gastos	\$ 357.622,92	\$ 347.568,89	\$ 354.153,01	\$ 365.671,03	\$ 389.442,07

7.1.3 Gastos operacionales

Para poder estimar todos los gastos operacionales se consideró activos corriente y no corrientes que son: implementos oficinas e islas, Normativas ISO, Gastos creación de la empresa, charlas, sorteos, cursos, comisión de venta (27%), comisión de empleados, radio, publicidad en redes sociales, sueldos. Los gastos BTL se consideraron para el primer año de funcionamiento de la empresa y Normativas ISO a partir del segundo año para su respectiva implementación.

Tabla 23: Gastos operativos

DETALLE	mes 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros y materiales de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.213,08	\$ 1.226,30	\$ 1.239,67	\$ 1.253,18
Publicidad BTL + Stand islas	\$ 25.200,00	\$ 25.200,00				
Gasto relacionado Normas ISO	\$ 5.144,85		\$ 5.144,85			
Gastos de puesta en marcha	\$ 2.915,00	\$ 2.915,00				
Charlas, sorteos, cursos	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00	\$ 3.133,79	\$ 3.167,95	\$ 3.202,48	\$ 3.237,39
Comisión en ventas		\$ 94.119,21	\$ 100.505,20	\$ 107.324,48	\$ 114.606,45	\$ 128.210,23
Comisión de ventas empleados		\$ 1.742,95	\$ 3.722,41	\$ 3.974,98	\$ 4.244,68	\$ 4.748,53
Radio	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 4.852,32	\$ 4.905,21	\$ 4.958,68	\$ 5.012,73
Redes sociales	\$ 125,00	\$ 1.500,00	\$ 1.516,35	\$ 1.532,88	\$ 1.549,59	\$ 1.566,48
Sueldos	\$ 3.981,52	\$ 47.778,20	\$ 48.298,98	\$ 48.825,44	\$ 49.357,64	\$ 54.680,64
Total gastos operacionales	\$ 41.766,37	\$ 182.355,36	\$ 168.386,99	\$ 170.957,24	\$ 179.159,18	\$ 198.709,17

7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

7.2.1 Inversión inicial y capital de trabajo

Para la inversión inicial se consideró el capital de trabajo y activos fijos los cuales están incluidos tanto en los costos y gastos que se incurre durante el proyecto. De esta manera, para poder tener un valor exacto del **capital de trabajo** se tomó en consideración la proyección de ingresos con respecto tipo de pago que la empresa mantendrá (deuda y crédito). Es así, que la forma de pago para clientes se estableció en 100% de contado para la realización de cada diseño. Mientras que para los costos y gastos en los que se incurre la empresa se estableció una política de 40% contado y 60% crédito como se puede ver en el **anexo 15**. Por otra parte, para valorar los **activos fijos** se consideró los muebles y enseres, sistemas, paquetes informáticos, maquinaria y equipos donde se puede llegar al total de activos fijos como se observa en el **anexo 16**. A continuación se puede observar en la siguiente tabla la inversión inicial del proyecto.

Tabla 24: Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Valor
Capital de trabajo	\$ 11.920,76
Activos fijos	\$ 9.689,00
Total	\$ 21.609,76

7.2.2 Estructura de capital

La empresa mantendrá un capital propio que representará el 50% y un financiamiento a través de la Cooperativa Cooprogreso que representará el otro 50% de la inversión. La tasa de interés anual que cobrará la cooperativa será del 10,52% anual.

Tabla 25: Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Capital propio	50,00%	\$ 10.804,88
Financiamiento	50,00%	\$ 10.804,88
Total	100,00%	\$ 21.609,76

7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.

7.3.1 Proyección de estados de resultados

El estado de resultado se puede observar el incremento de ventas desde el primero al quinto año. El ingreso por ventas se hizo en relación al número de viviendas de la ciudad de Quito como clientes potenciales. Además de costos de producción y participación de trabajadores por diseño. Por otra parte, se puede observar como la utilidad va aumentando cada año en relación a la proyección de ventas de los cinco años.

Tabla 26: Estado de resultados

Estado de resultados					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 348.589,68	\$ 372.241,49	\$ 397.498,08	\$ 424.468,32	\$ 474.852,71
(-) Costo de producción y ventas	\$ 175.267,56	\$ 179.181,90	\$ 183.195,77	\$ 186.511,85	\$ 190.732,90
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 173.322,12	\$ 193.059,59	\$ 214.302,31	\$ 237.956,47	\$ 284.119,81
(-) Gastos operacionales	\$ 182.355,36	\$ 168.386,99	\$ 170.957,24	\$ 179.159,18	\$ 198.709,17
(=) utilidad operacional	\$ (9.033,24)	\$ 24.672,60	\$ 43.345,06	\$ 58.797,29	\$ 85.410,64
Intereses	\$ 1.136,67	\$ 952,41	\$ 748,75	\$ 523,68	\$ 274,92
Utilidad despues de interes	\$ (10.169,91)	\$ 23.720,20	\$ 42.596,31	\$ 58.273,61	\$ 85.135,72
15% participación trabajadores	\$ (1.525,49)	\$ 3.558,03	\$ 6.389,45	\$ 8.741,04	\$ 12.770,36
Utilidad antes de impuestos	\$ (8.644,43)	\$ 20.162,17	\$ 36.206,86	\$ 49.532,57	\$ 72.365,36
22% impuesto a la renta	\$ (1.901,77)	\$ 4.435,68	\$ 7.965,51	\$ 10.897,17	\$ 15.920,38
Utilidad neta	\$ (6.742,65)	\$ 15.726,49	\$ 28.241,35	\$ 38.635,40	\$ 56.444,98

7.3.2 Estado de situación financiera

Se puede observar las proyecciones desde el año cero al año cinco donde se especifica tanto los activos corrientes y no corrientes. Además de los pasivos (deuda al largo plazo) que se presentan en cada año. Adicionalmente, se presenta el incremento del patrimonio y capital en el transcurso del proyecto. En el **anexo 17** se puede observar el Estado de situación Financiera.

7.3.3 Estado de flujo de efectivo.

El flujo de efectivo se presenta a cinco años donde se observa tanto las actividades operativas (impuestos, utilidades y pasivos), inversión y de financiamiento (deuda corto y largo plazo) que se pretenden realizar en los años consecutivos de iniciado el proyecto. En el **anexo 18** se puede observar el flujo de efectivo.

7.3.4 Flujo de caja.

A continuación, se puede evidenciar la capacidad de proyección del flujo de caja en los cinco primeros años.

Tabla 27: Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas		\$ 348.589,68	\$ 372.241,49	\$ 397.498,08	\$ 424.468,32	\$ 474.852,71
(-) Costo de producción		\$ 175.267,56	\$ 179.181,90	\$ 183.195,77	\$ 186.511,85	\$ 190.732,90
(=) Utilidad bruta en ventas		\$ 173.322,12	\$ 193.059,59	\$ 214.302,31	\$ 237.956,47	\$ 284.119,81
(-) Gastos operacionales		\$ 182.355,36	\$ 168.386,99	\$ 170.957,24	\$ 179.159,18	\$ 198.709,17
(=) utilidad operacional		\$ (9.033,24)	\$ 24.672,60	\$ 43.345,06	\$ 58.797,29	\$ 85.410,64
Intereses		\$ 1.136,67	\$ 952,41	\$ 748,75	\$ 523,68	\$ 274,92
Flujo de efectivo operacional		\$ (10.169,91)	\$ 23.720,20	\$ 42.596,31	\$ 58.273,61	\$ 85.135,72
Depreciaciones		\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.105,40	\$ 1.105,40
Pago de capital		\$ 1.751,59	\$ 1.935,86	\$ 2.139,51	\$ 2.364,59	\$ 2.613,34
Valor de salvamento						\$ 1.762,00
Inversion Inicial						
Capital propio	\$ 10.804,88					
Deuda	\$ 10.804,88					
FLUJO DEL CAJA DEL PROYECTO	\$ (21.609,76)	\$ (10.016,10)	\$ 23.689,74	\$ 42.362,20	\$ 57.014,42	\$ 85.389,78

7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

7.4.1 Proyección de flujo de caja del inversionista.

En el flujo de caja del inversionista se puede evidenciar que tan factible es el financiamiento del proyecto en base a los recursos del inversionista como se observa a continuación.

Tabla 28: Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas		\$ 348.589,68	\$ 372.241,49	\$ 397.498,08	\$ 424.468,32	\$ 474.852,71
(-) Costo de producción		\$ 175.267,56	\$ 179.181,90	\$ 183.195,77	\$ 186.511,85	\$ 190.732,90
(=) Utilidad bruta en ventas		\$ 173.322,12	\$ 193.059,59	\$ 214.302,31	\$ 237.956,47	\$ 284.119,81
(-) Gastos operacionales		\$ 182.355,36	\$ 168.386,99	\$ 170.957,24	\$ 179.159,18	\$ 198.709,17
(=) utilidad operacional		\$ (9.033,24)	\$ 24.672,60	\$ 43.345,06	\$ 58.797,29	\$ 85.410,64
Intereses		\$ 1.136,67	\$ 952,41	\$ 748,75	\$ 523,68	\$ 274,92
Flujo de efectivo operacional		\$ (10.169,91)	\$ 23.720,20	\$ 42.596,31	\$ 58.273,61	\$ 85.135,72
Depreciaciones		\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.105,40	\$ 1.105,40
Pago de capital						
Valor de salvamento						\$ 1.762,00
Inversion Inicial						
Capital propio	\$ 16.444,77					
Deuda	\$ -					
FLUJO DEL CAJA DEL PROYECTO	\$ (16.444,77)	\$ (8.264,51)	\$ 25.625,60	\$ 44.501,71	\$ 59.379,01	\$ 88.003,12

7.4.2 Cálculo de la tasa de descuento.

Para la respectiva tasa de descuento se la calcula en base al cálculo del WACC en la tabla precedente se puede observar el respectivo cálculo:

Tabla 29: Cálculo del WACC

Calculo del WACC	
Tasa libre de riesgo	4,82%
Tasa de mercado	7,37%
Beta de la industria	1,18
Riesgo pais	6,59%
Costo de capital CAPM	14,42%
Tasa impositiva	33,70%
% deuda	50%
% capital propio	50%
Kd	10,52%
WACC	10,70%

7.4.3 Criterios de valoración

Para poder hacer un análisis del proyecto y poder realizar un cálculo de los costos de capital, el (CAPM) hace énfasis en el riesgo que el inversionista mantiene al adquirir un bien o activo dentro del proyecto en el cuál se puede observar la rentabilidad que obtiene por el mismo. Para el cálculo del CAPM se lo realizó en base a los siguientes indicadores financieros.

Tabla 30: Cálculo de capital CAPM

EVALUACIÓN FINANCIERA	
Calculo del WACC	
Datos:	
Tasa libre de riesgo	4,82%
Tasa de mercado	7,37%
Beta de la industria	118,00%
Riesgo pais	6,59%
Costo de capital CAPM	14,42%

Por otra parte, al realizar una evaluación del proyecto se considera esencial un análisis de las variables financieras como lo son el VAN y la TIR donde se puede observar en año de recuperación de la inversión que se realizó al inicio del proyecto.

Tabla 31: Indicadores Financieros

Indicadores Financieros		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 109.247,13	\$ 105.135,00
TIR	74,15%	92,72%
PR (años)	3,59	3,76
Beneficio/costo	\$ 5,06	\$ 6,39

Como se puede observar a través de los indicadores financieros el proyecto mantiene una alta rentabilidades debido la TIR presenta un 74,15% y 92,72% de rentabilidad. Es decir que mantiene más del 50% de rendimiento al finalizar el proyecto. Por otra parte, la inversión del proyecto se espera recuperar en el año 3.59 y del inversionista en el año 3,76, esto quiere decir que se proyecta una recuperación total casi al cumplir el tercer año de funcionamiento de la empresa.

7.5 Índices financieros

De acuerdo a los índices financieros se observó las capacidades para poder pagar todas las deudas y obligaciones en la que incurre la empresa. Es así, que la **razón corriente** mantiene una capacidad de cumplimiento de obligaciones de \$0,84 el primer año de funcionamiento de la compañía y de \$3,16 el quinto año, de este modo hay hacer una relación con la industria (\$1,52) se observa que la empresa si esta acta para adquirir deuda.

Por otra parte, al revisar el análisis de **deuda total** el primer año se mantiene un elevado porcentaje de deuda debido a la gran inversión que se realizó por la implementación de puntos de venta en los centros comerciales lo que representa 85,27% de endeudamiento el primer año. Por otra parte, para el quinto año la empresa presenta un endeudamiento del 31,26% y haciendo una relación con la industria (56,84%) la empresa mantiene márgenes de endeudamiento menor.

Es así, que al revisar el **margen neto y margen operacional** se observa que la empresa al quinto año presenta un margen neto de 11,89% mayor al que presenta la industria (11,23%). Mientras que el margen operativo presenta al quinto año un 59,83% que es un porcentaje más alto que la industria (32,01%). Se puede decir que la empresa mantiene un margen neto y operativo mayor a empresas que se encuentran orientadas a la industria de diseño.

ROE- Rendimiento cobre capital se puede observar que el quinto año la empresa mantiene un 53,31% a comparación de la industria que es un 52,15%. Es decir que Design Studio 3D Cía. Ltda. por cada dólar que mantiene de capital gana \$0,53 respecto a su utilidad.

ROI- Retorno sobre la inversión representa los beneficios obtenidas en relación a los años de funcionamiento de la empresa es decir la relación de la inversión realizada. Se puede observar que para el quinto año la compañía presenta un ROI de 36,64% que mayor al 35,21% que presenta la industria.

Tabla 32: Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DETALLE	Año					INDUSTRIA
	1	2	3	4	5	
Razón corriente	\$ 0,84	\$ 1,43	\$ 2,37	\$ 2,85	\$ 3,16	\$ 1,52
Deuda total	85,27%	62,15%	40,34%	34,29%	31,26%	56,84%
Margen Neto	-1,93%	4,22%	7,10%	9,10%	11,89%	11,23%
Margen operativo	49,72%	51,86%	53,91%	56,06%	59,83%	32,01%
ROI	-24%	30,08%	30,76%	32,68%	36,64%	35,21%
ROE	-165,98%	79,47%	51,56%	49,74%	53,31%	52,15%

8.0 Conclusiones generales.

De acuerdo al análisis de la industria se puede decir que actualmente la crisis económica que el Ecuador está viviendo ha impulsado la importación de materia prima desde Colombia. Actualmente, la industria de diseño para el año 2017 se proyecta 1,7% de crecimiento y las tasas activas y pasivas se presentan accesibles para poder adquirir un préstamo e iniciar un negocio en el mercado. Es importante recalcar que en la industria se presenta una gran oportunidad de negocio al observar que no hay empresas que puedan ofrecer un producto en 3D, lo que incentiva a elaborar este tipo de diseños y lograr vender a un segmento de personas. Pero es importante tomar en cuenta que hay productos sustitutos en el mercado ecuatoriano por lo que puede afectar al proyecto. Sin embargo, para poder hacer frente a los posibles sustitutos es importante potenciar el valor agregado del producto para incentivar la compra frente a los clientes potenciales.

Al realizar tanto un análisis cualitativo y cuantitativo se puede observar que la industria a la cual se inclina la empresa mantiene un gran potencial al ofertar

diseños tridimensionales en el mercado. El poder hacer un acercamiento con expertos se puede tener un panorama más claro de la industria de diseño. Por otra parte, el focus group y encuestas ayudo a conocer a profundidad al cliente potencial e indagar a donde la empresa se puede orientar para poder llegar al consumidor final.

Como oportunidad de negocio se evidencio la relación positiva tanto de la industria como el análisis cualitativo y cuantitativo donde la idea de negocio se presenta como un nicho de mercado no explotado y que tiene una gran oportunidad de desarrollo en el mercado quiteño. Es así, que el plan de Marketing se desarrolló en base a la información adquirida por la investigación previa que se realizó. Es importante mencionar que se contempló los costos para cada diseño y cuáles son las estrategias a las que se orientará la empresa. Además de contemplar el logo, eslogan y estrategias de publicidad que ayuden a llegar a la mente del consumidor.

De este modo, propuesta estructural se fundamentó en las todas las normativas legales para la constitución de la empresa como una compañía limitada. Es por ello, que se contempló todos los aspectos relacionados al código de trabajo para la implementación del personal administrativo y operacional. Igualmente, estados financieros presentan proyecciones a los cinco primeros años donde se pudo observar la rentabilidad de la empresa y como se va desarrollando durante los primeros años de funcionamiento. De igual forma, se evidenció a través de los índices financieros como se mantiene la empresa en relación a razón corriente (3,16), deuda total (31,26), margen neto (11,89), margen operativo (59,83%), ROI (36,64), ROE (53,31) los cuales se compararon con la industria para poder observar la funcionalidad del proyecto.

Para finalizar, se puede decir que el proyecto tiene una gran aceptación en el mercado quiteño tanto en el aspecto operacional y financiero donde al realizar el un análisis de la industria y cliente se tomó las mejores decisiones para poder desarrollar la idea de negocio que es la creación de una empresa de diseño de interiores con efecto 3D, elaborado con resinas importadas

Referencias

Aduana Nacional. (2016). *Aranceles Comunidad Andina de Naciones*.

Recuperado el 13-04-2017 de Aduana Nacional.

<http://www.sidunea.aduana.gob.bo/Arancel2005.pdf>

Alevilla. (2016). *Tendencias de diseño*. Recuperado el 22-05-2017 de Alevilla Colombia.

<http://alevilla.com.co/descubre-las-tendencias-en-decoracion-2017-y-dale-un-nuevo-aire-a-tu-casa/>

América Economía. (2015). *Confianza empresarial*. Recuperado el 10- 05- 2017 de América Economía.

<http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/confianza-empresarial-en-colombia-mejora-en-enero>

Aduana del Ecuador (2017). *Resolución de SENA E*. Recuperado el 15-07-2017

<https://www.aduana.gob.ec/archivos/resoluciones/SENAE-DGN-2012-0140-RE.PDF>

BCE. (2017). *Crecimiento de la inflación*. Recuperado el 13-04-2017 del Banco Central del Ecuador.

<https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

Banco Mundial. (2017). *Indicadores Económicos de Colombia*. Recuperado el 13-05-2017 del Banco Mundial.

<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

BCE. (2017). *Indicadores Económicos*. Recuperado el 18 - 04 - 2017 del Banco Central del Ecuador.

<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>

Banco Central del Ecuador. (2016). *Estadísticas mensuales*. Recuperado 24-03-2017 del Banco Central del Ecuador.

<http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/326-notas-metodol%C3%B3gicas>

Comercio Exterior. (2017). *Reducción de salvaguardias*. Recuperado 03-04-2017 del Ministerio de Comercio Exterior.

<http://www.comercioexterior.gob.ec/comex-aprueba-reduccion-en-salvaguardia-del-45-al-40/>

Camicon. (2017). *Crecimiento de la industria*. Recuperado 15-04-2017 del Cámara de la industria de la construcción.

http://www.camicon.ec/page/2/?option=com_alphacontent&order

CFN. (2017). *Tipos de financiamiento*. Recuperado el 28 - 04 - 2017 de la Corporación Financiera Nacional.

<http://www.cfn.fin.ec/programa-de-financiamiento-para-emprendedores/>

Camicon. (2016). *Crecimiento económico*. Recuperado el 08 - 04 - 2017 de la Cámara de la industria y la construcción

<http://www.camicon.ec/?s=CRECIMIENTO>

CAN. (2016). *Acuerdo de la CAN*. Recuperado el 15-07-2017 Comunidad Andina de Naciones.

<http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx>

Dane Colombia. (2017). *Indicadores tecnológicos*. Recuperado el 15-05-2017 de Dane Colombia.

<http://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen>

Decoestilo. (2015). *Materiales de construcción ecológicos*. Recuperado el 15-

04-2017 de Decoestilo.

<http://www.decoestilo.com/articulo/utiliza-materiales-de-construccion-ecologicos-para-decorar-tu-casa/>

Damoran. (2017). *Beta de la Industria*. Recuperado el 10-04-2017 de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

<http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

Ekos negocios. (2016). *Indicadores financieros*. Recuperado el 20-03-2017 de Ekos negocios.

<http://www.ekosnegocios.com/empresas/empresas.aspx?idE=12100>

Ekos. (2016). *Ekos negocios 2016*. Recuperado el 18-04-2017 de Ekos negocios

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/>

Ekos negocios. (2016). *Principales empresas en el 2016*. Recuperado el 22-04-2017 de Ekos negocios.

<http://wekosnegocios.com/nww.negocios/>

Evan, S. (2005). *Los Canales de Distribución*. Recuperado el 17-04-2017 de

<https://books.google.com.ec/books?id=rO8pG4zk8DwC&printsec=frontcover&dq=canales+de+distribucion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjKtLzxo7HTAhWI3SYKH2CqUQ6AEIjAA#v=onepage&q=canales%20de%20distribucion&f=false>

Global Competitiveness. (2016). *Indicadores de competitividad*. Recuperado el 22-04-2017 de Global Competitiveness.

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>

INEC. (2015). *Estadísticas de Recursos*. Recuperado el 2-04-2017 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/actividades-y-recursos-de-salud/>

- INEC. (2016). *Crecimiento económico*. Recuperado el 10-04-2017 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEN. (2017). *Listado arancelario del Ecuador*. Recuperado 07 - 04 - 2017 del Servicio Ecuatoriano de Normalización.
<http://apps.inen.gob.ec/formularios/ListadoAranceles>
- INEC. (2015). *Instituto nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 20-03-2017 de Instituto nacional de Estadísticas y Censos.
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 20 - 04 - 2017 del Instituto Nacional y Censos.
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- Interpresas. (2017). *Industria de maderera*. Recuperado el 20- 04- 2017 de Interpresas.
<http://www.interempresas.net/Madera/Articulos/26410-EI-sector-del-mueble-evolucion-a-hacia-la-innovacion.html>
- INEC. (2010). *Estadísticas de Pichincha*. Recuperado el 22-04-2017 del Instituto Nacional de estadísticas y censos
http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/open doc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- Kare Design. (2016). *Tendencias de diseño*. Recuperado el 25 – 04 - 2017 de

Kare Design.

<https://www.kare-design.com/ec/es/tendencias-2017-en-diseno-de-interiores/>

Lideres. (2016). *Sector de la construcción*. Recuperado el 28 - 03 - 2017 de Revista líderes.

<http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-construccion-ecuador-economia.html>

Náutica. (2016). *Casco de Barcos industria*. Recuperado el 20 – 04 - 2017 de Industria Náutica.

<http://www.nauticaydeportes.com/noticias/por-que-la-forma-del-casco-del-barco-es-importante/>

Ministerio de Trabajo. (2015). *Normativas para crear una empresa*. Recuperado el 12-04-2017 del Ministerio de trabajo.

<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>

Mique. (2016). *Industria cosmética*. Recuperado el 22 - 04 - 2017 de Mique Industria cosmética.

<http://www.mique.es/la-cosmetica-puro-diseno-de-packaging/>

MINTIC. (2016). *Estadísticas tecnológicas Colombia*. Recuperado el 20 – 05 - 2017 de Mintic Colombia

<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-6966.html>

Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *Partida arancelaria*. Recuperado el 12-07-2017 Comunidad.

<http://www.comercioexterior.gob.ec/expo-pais-2016-contara-con-mas-de-800-citas-de-negocios/>

Ministerio de Trabajo. (2016). *Código de trabajo*. Recuperado el 02-04-2017 del Ministerio de trabajo del Ecuador.

<http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>

Ministerio de Medio ambiente Colombia. (2016). *Políticas ambientales*. Recuperado el 21-05-2017 del Ministerio de medio ambiente.

<http://www.minambiente.gov.co/index.php/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana>

Ministerio de Industria y Turismo. (2016). *Comercio Exterior de Colombia*. Recuperado el 18-05-2017 del Ministerio de Industria y Turismo.

<http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/>

Ministerio de comercio exterior. *Acuerdos comerciales*. Recuperado el 01-04-2017 del Ministerio de comercio exterior.

<http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

Pro negocios. (2016). *Mercado Meta*. Recuperado el 14-04-2017 de Pronegocios

<https://www.promonegocios.net/mercado/meta-mercado.html>

Pronegocios. (2016). *Estrategias de precio*. Recuperado el 20 – 04 - 2017 de Pronegocios.

<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

Pro Ecuador. (2017). *Entorno de Negocios*. Recuperado el 12-07-2017

<http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>

Pro Colombia (2017). *Requisitos para exportar*. Recuperado el 10-07-2017

<http://www.procolombia.co/guia-para-exportar-bienes-desde-colombia>

Químicos plásticos. (2017). *Productos verdes*. Recuperado a 30 – 04 - 2017 de Químicos Plásticos.

<http://www.quimicoplasticos.com/es/productos-verdes.html>

Servicio de Rentas Internas. (2016). *Datos Tributarios*. Recuperado el 20-04-2017 de Servicio de rentas internas.

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/transparencia2;jsessionid=v1mWq7Ep3qpC31B8wXekt4h2>

Superintendencia de Compañías. (2017). *Ventas por empresas*. Recuperado el 01-05-2017 de la Superintendencia de Compañías.

<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Technicalfloor (2017). *Resina epoxi*. Recuperado el 14-07-2017

<http://technicalfloor.com/resina-epoxi-barcelona/>

UDD. (2016). *Indicadores de confianza empresarial*. Recuperado el 1-04-2017 de la Universidad del Desarrollo.

<http://negocios.udd.cl/ceen/files/2017/03/ICE-17-02.pdf>

Universidad Interamericana. (2016). *Investigación Cualitativa*. Recuperado el 12-04-2017 de la Universidad Interamericana.

<http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

Vida verde. (2017). *Construcciones amigables con el medio ambiente*. Recuperado el 22-05-2017 de Vida verde Colombia.

<http://vidamasverde.com/2012/construcciones-colombianas-amigables-con-el-medio-ambiente/>

<http://alevilla.com.co/descubre-las-tendencias-en-decoracion-2017-y-dale-un-nuevo-aire-a-tu-casa/>

Villalobos, J. (2010). *Fuerzas de Porter*. Recuperado el 12-03-2017 de
<http://coyunturaeconomica.com/seccion/economia?tid=371&keys=porter>

ANEXOS

Anexo 1: Variables Económicas Ecuador.

- Inflación Ecuador



Adaptado al Banco Central 2017

- Tasas de interés



Adaptado al Banco Central del Ecuador 2017

- Crecimiento Del PIB de Ecuador.

CRECIMIENTO DEL PIB ECUADOR							
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
CRECIMIENTO	3.35%	7.87%	5.64%	4.55%	3.67%	0.29%	-1,7%

Adaptado al Banco Mundial 2017

Anexo 2: Crecimiento Del PIB de Colombia.

CRECIMIENTO DEL PIB – COLOMBIA					
AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
CRECIMIENTO	4.0%	4.9%	4.4%	3.1%	2.0%

Adaptado al Banco Mundial 2016

Anexo 3: Inflación Colombia



Adaptado al Banco mundial 2017

Anexo 4: Matriz - EFE

MATRIZ EFE				
	FACTOR EXTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES				
1	Bajo poder de negociación de proveedores	0,09	4	0,36
2	Cuarenta y cinco por ciento de personas prefieren interioristas y asesores de diseño	0,08	4	0,32
3	Sector poco explotado en el mercado ecuatoriano	0,07	3	0,21
4	Se cobra el 0% en la importación de resinas bajo la partida arancelaria (3907.30.10.00)	0,08	4	0,32
5	Bajo poder de negociación de clientes	0,05	2	0,1
6	Materia prima amigable con el medio Ambiente(Resinas)	0,07	3	0,21
7	Acuerdo comerciales como la CAN - Facilidades para la importación e exportación de productos en el entorno de la Comunidad Andina	0,08	4	0,32
AMENZASA				
1	Variedad de empresas que ofertan un servicio sustituto	0,07	3	0,21
2	Empresas ya establecidas en el Mercado	0,08	4	0,32
3	Apertura a nuevos competidores	0,04	1	0,04
4	Riesgo país elevado-Probabilidad de incumplimiento	0,05	1	0,05
5	30% de los ingresos de la industria de interiores corresponden a una empresa(Uribes y Asociados Cia. Ltda)	0,09	4	0,36
6	Alto nivel de rivalidad entre empresas	0,08	3	0,24
7	Desaceleración económica (Ecuador)	0,07	2	0,14
TOTAL		1		3,2

Anexo 5: Encuesta

ENCUESTA

EMPRESA DE DISEÑO EN 3D

DISEÑO 3D



1.-¿LE GUSTARÍA DECORAR SU PISO, TECHO, OFICINA, PAREDES, MUEBLES, ACCESORIOS COSMÉTICOS TRAVÉS DE UNA EMPRESA DE DECORACIÓN EN 3D?

- SI
- NO
- OTRO

2.-¿CUAL ES EL ESPACIO ADECUADO PARA REALIZAR UN DISEÑO DE DECORACIÓN DE INTERIORES EN 3D?

- SALA, COMEDOR, COCINA, BAÑO
- AREA BBQ
- BAÑO TOCADOR
- OFICINA
- EMPRESA
- AREA COSMETICA
- INDUSTRIA HOTELERA
- MUEBLES
- INDUSTRIA NAVERA

DISEÑO EN 3D



3.-¿CONSIDERA IMPORTANTE EL USO DE NORMATIVAS ISO (14001) QUE PUEDAN CERTIFICAR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE OFRECE?

- SI PORQUE SE MANTIENE UN CERTIFICACIÓN DE CALIDAD FRENTE A POSIBLES COMPLEJIDADES Y ESTO AYUDA A DAR UN PLUS A LA EMPRESA
- NO, PORQUE NO ES RELEVANTE UNA NORMATIVA ISO

4.-¿QUE BUSCA USTED CUANDO QUIERE DECORAR SU HOGAR ?

- CALIDAD
- UN BUEN SERVICIO
- DURABILIDAD
- MARCA
- PRECIO
- CANTIDAD
- OTROS

5.-Le gustaría recibir publicidad de nuestro servicio a través de:

- REDES SOCIALES
- REVISTAS
- PERIÓDICOS
- ANUNCIOS PUBLICITARIOS

6.-¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un diseño en 3D ?

- \$300-\$400
- \$400-\$500
- \$500-\$600
- \$700-\$800
- \$800 O MÁS

7.-¿EN QUE LUGARES CONSIDERA QUE ES UN BUEN LUGAR PARA PODER TENER PUNTOS DE VENTA EN LA CIUDAD DE QUITO ?

- C.C SAN FRANCISCO
- C.C ODI
- C.C BOSQUE
- C.C QUICENTRO NORTE
- C.C SCALA
- C.C RECIO
- OFICINAS EN EL SECTOR DE LA CAROLINA Y SHYRS
- OFICINAS EN LA 12 DE OCTUBRE Y COLON
- C.C CONDADO

8.-¿Con que frecuencia adquiriría un diseño en 3D?

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 o más veces al año

9.-¿Cual de estos 3 diseños adquiriría usted para poder decorar un espacio?

- Diseño A - 1m x 1,20m
- Diseño B - 1,50m x 3m
- Diseño C - 3m x 3m

10.-¿CONSIDERA IMPORTANTE EL USO DE MATERIALES BIODEGRABLE Y AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE (RESINAS)?

- SI
- NO

Anexo 6: Segmentación de Mercado 2017-2021

DETALLE	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Numero de viviendas de Quito	1.462.385	1.683.205	1.937.369	2.229.912	2.566.629
Viviendaspotenciales propias y arrendadas	668.310	769.225	885.378	1.019.070	1.172.949
Edad entre 24-65 (hombres y mujeres)	315.777	363.459	418.341	481.511	554.219
Estrato social 35,90%	113.364	130.482	150.184	172.862	198.964
Aceptacion del producto	101.007	116.259	133.814	154.020	177.277
Oferta mediante competencia	17.949	20.659	23.779	27.369	31.502
Mercado potencial objetivo	83.058	95.600	110.036	126.651	145.775
Frecuencia de consumo annual	166116	191200	220071	253302	291550
Capacidad real	312	317	323	328	334
Abastecimiento de la demanda	0,19%	0,17%	0,15%	0,13%	0,11%

Anexo 7: Embarque Puerto Buena Ventura Colombia- Guayaquil Ecuador

COSTO DE EMBARQUE PUERTO BUENA VENTURA-GUAYAQUIL					
ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLETE INTERNACIONAL COLOMBIA - ECUADOR	\$ 98,35	\$ 98,35	\$ 98,35	\$ 98,35	\$ 98,35
MANEJO DE IMPORTACION	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 85,00
CARGO DE MANEJO DE EMBARQUE	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
DOCUMENTACION	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
TARIFA DE CONSOLIDACION/DESCONSOLIDACION EN DESTINO	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
COLLECT FEE	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
BL	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
HANDLING	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
COSTO TOTAL	\$ 433,35				

Anexo 8: Cotización logística

Panalpina Ecuador S.A.
 ++593 2 2879100
analpina.ec@panalpina.com
www.panalpina.com
 Av. El Inca 64-181 y Av. Amazonas

EC-FOR-014 V2



Estimado John

Deseamos agradecerle su amable atención y nos complace suministrarle la cotización solicitada:

OFERTA Nro.	FECHA OFERTA	VALIDEZ OFERTA
FA-2017574-01	8/5/2017	31/05/2017

TIPO DE SERVICIO:	IMPORT MARITIMO	INCOTERM:	FOB
ORIGEN:	BUENAVENTURA	DESTINO:	GYE

INFORMACIÓN CLIENTE	CONTACTOS PANALPINA	
UOLANET	ASESOR COMERCIAL Fernanda Alvarez	CUSTOMER SERVICE Lizeth Tapia

PRODUCTO:	CARGA GENERAL	TIPO DE CARGA:	General No Extra Dimensional	NEGOCIACIÓN:
ESPECIFICACIONES CARGA:	Largo (m)	0.5	Piezas	10
	Alto (m)	0.75	Kgs	120
	Ancho (m)	0.75	M3	2.81

PROPUESTA ECONÓMICA

GASTOS EN ORIGEN				VALORES	
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNIDAD	MINIMO		MONEDA
BL	tl	60.00		60.00	USD
Handling	X contenedor	70.00		70.00	USD
SUBTOTAL MONEDA LOCAL				130.00	USD
FLETE INTERNACIONAL				VALORES	
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNIDAD	MINIMO		MONEDA
Ocean Freight Shenzhen	per ton / m3	35.00	50.00	98.35	USD
SUBTOTAL MONEDA LOCAL				98.35	USD
GASTOS EN DESTINO				VALORES	
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNIDAD	MINIMO		MONEDA
(2750) Manejo de Importación	x embarque	85.00		85.00	USD
(5220) Cargo de Coordinación de Embarque	x embarque	10.00		10.00	USD
(2700) Tarifa de emisión de documento de importación / * BL	x embarque	35.00		35.00	USD
(3000) Tarifa de consolidación / desconsolidación en destino	x TON / M3	10.00	50.00	50.00	USD

(3548) Collect Fee	POR EMBARQUE	5%	25.00	25.00	USD
Nota: A todos los valores debe agregarse el 14 % del IVA			SUBTOTAL SIN IVA	205.00	USD

COSTO TOTAL ESTIMADO DE OPERACIÓN INTERNACIONAL EN MONEDA LOCAL (SIN IVA)	433.35	USD
--	---------------	------------

SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO Y SEGURO		
PRIMA	0.35%	EMISIÓN POLIZA
MINIMA A CORRER	35.00 USD	TIPO DE CARGA
		10.00 USD

INFORMACIÓN A CONSIDERAR

SERVICIO NO INCLUYE:

1. Tarifa con Certificado de Conformidad, Certificado NIEN, Otros Certificados
2. Almacenes, Desechos, Tasas, Impuestos, Multas,
3. Otros pagos a terceros
4. Estos pagos a terceros serán facturados como reembolsos con todos los soportes específicos
5. Seguro de mercadería tramo Internacional ni local (oferta de servicio por separado, ver detalle de la propuesta)

NOTAS IMPORTANTES :

1. El BAF/PSC es un recargo que está sujeto a cambios sin previo aviso, por lo cual se debe re-confirmar el flete al momento del embarque. El GRI / Peak Season dependerá de la temporada y deberá ser considerado como adicional
2. A todos los servicios antes mencionados deben agregarse el 12% por concepto de IVA. Excepción Gastos en Origen y Flete Internacional.
3. Considerar que el tiempo de tránsito es aproximado, ya que pueden surgir retrasos por transbordos, congestiones en puertos o aeropuertos, mal tiempo, situación de fuerza mayor u otros factores que se encuentran fuera de nuestro alcance directo.
4. Los valores cotizados, corresponden a las dimensiones y pesos provistos, por lo que pueden variar de acuerdo a pesos y dimensiones finales

INSTRUCCIONES DE EMBARQUE:

1. Solicitamos suministrar por escrito instrucciones completas y correctas para el manejo y transporte adecuado de su mercadería.
2. Considerar que la información de la mercadería para la elaboración de los documentos de transporte es directa responsabilidad del proveedor / consignatario.
3. Por favor informar a sus proveedores los perjuicios que ocasiona datos incorrectos en los documentos (peso, volumen, número de piezas, descripción de la mercadería, etc).
4. El importador asumirá las multas o sanciones aduaneras originadas por la información errónea por parte de su proveedor al igual si existiera valores adicionales por demoras, bodega o adicionales. PANALPINA no se responsabiliza en ninguno de los casos antes mencionados.
5. Para garantizar que la tarifa ofertada sea aplicada correctamente por nosotros, requerimos que nos envíen instrucciones claras y completas.

FORMA DE PAGO:

1. La oferta económica está presentada en condiciones de pago al contado, la empresa que recibe la oferta podrá acceder a una línea de crédito posterior a la presentación de los requisitos solicitados por PANALPINA ECUADOR S.A. y una vez cumplido el proceso de aceptación.
2. El mismo que será informado por el Departamento Financiero de PANALPINA ECUADOR S.A. confirmando los detalles de las condiciones de crédito aprobadas, las mismas que deberán ser aceptadas por las partes.
3. Las facturas expedidas por PANALPINA ECUADOR S.A. por el valor de los servicios prestados y objeto del presente Contrato, constituyen título ejecutivo y se harán exigibles en su fecha de vencimiento sin necesidad de aceptación adicional.
4. Nuestra oferta no incluye gastos en origen o destino que no estén asumidos por el exportador o consignatario, ni extra costos que no estén mencionados.

SEGURO DE MERCADERÍA :

1. Sugierimos tomar un seguro adecuado para el transporte de su mercadería. Solicitamos también se confirme al exportador la necesidad del envío de la carga mediante un embalaje adecuado para evitar daños, pérdidas o robo de la mercadería.
2. PANALPINA ECUADOR S.A. puede brindarle el servicio de seguro, previa autorización por escrito de su parte y mediante declaración del valor de la mercadería a transportar, aceptando las condiciones indicadas.
3. Opcional se puede asegurar hasta el 10% adicional por cada uno de los siguientes conceptos: lucro cesante, gastos adicionales y/o impuestos.
4. Bienes excluidos: Joyas, Explosivos, Obras de Arte, Productos Periceros, Armas, Documentos de valor, Animales.
5. Para carga frágil y peligrosa se debe consultar con su asesor comercial.
6. Nuestra póliza no cubre sobre aranceles.
7. La aseguradora cobrará un valor adicional por concepto de inspección en caso de requerirlo (consultarlo con su asesor comercial).
8. Si NO recibimos su instrucción por escrito para asegurar la mercancía, asumimos que ustedes la han asegurado independientemente.
9. Para el transporte terrestre de mercancías (Valoradas / Vulnerables) a partir de 35.000 USD se requiere implementar un esquema de seguridad disuasivo el cual debería incluir el uso de "Candados Satelitales" y/o complementado con "Servicio de Custodia". En caso contrario, el cliente debe entregar a Panalpina la carta de exoneración de responsabilidad o renuncia de subrogación, emitida por su compañía de seguros.
10. Para cualquier aclaración adicional que ustedes requieran y en especial sobre consulta de mercaderías y riesgos excluidos, les solicitamos contactarnos.

CONDICIONES GENERALES PANALPINA :

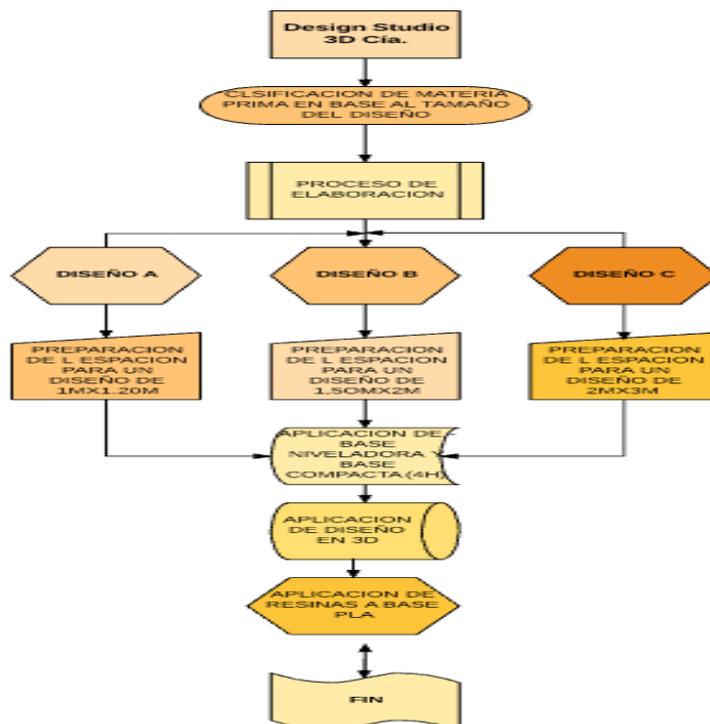
VISITE NUESTRA PAGINA WEB: www.panalpina.com

Usted podrá encontrar nuestras condiciones en el siguiente link:

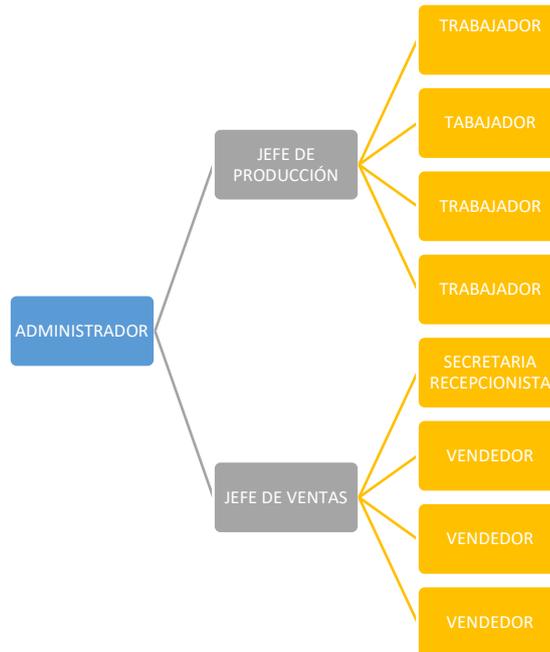
Anexo 9: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES														
RESPONSABLE	INVERSIÓN	ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
GERENCIA GENERAL Y AREA DE MARKETING	\$ 1.000	CHARLAS DE DISEÑO EN 3D COLEGIO DE ARQUITECTOS		5-CHARLAS 2018			14-CHARLAS 2018				5-CHARLAS 2017		6-CHARLAS 2017	11-CHARLAS 2017
GERENCIA GENERAL Y AREA DE MARKETING	\$ 600	SORTEOS ILUSTRACIONES EN 3D			12-SORTEO 2018				18-SORTEO 2018			11-SORTEO 2017		16-SORTEO 2017
GERENCIA GENERAL Y AREA DE MARKETING	\$ 1.500	CURSOS DE DISEÑO EN 3D MATRIZ QUITO	26-CURSOS 2018			25-CURSOS 2018				12- CURSOS 2018			8-CURSOS 2017	
GERENCIA GENERAL Y AREA DE MARKETING	.	DESCUENTOS EN DISEÑOS EN 3D PUNTOS DE VENTA		TODO EL MES		20-24 ABRIL DIA DE LA TIERRA		4-7 DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE						TODO EL MES

Anexo 10: Flujoograma de proceso de elaboración de diseños en 3D.



Anexo 11: Organigrama



Anexo 12: Perfil de personal administrativo, ventas y obra.

CARGO	DESCRIPCIÓN	TITULO	EXPERIENCIA EN EL AREA	FUNCIONES	SUELDO
Administrador	Gestionar el adecuado funcionamiento de la empresa	Ingeniero comercial, Negocios, Marketing, Finanzas o Economía	3 años de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar los procesos de importación. Liderar la gestión estratégica de la empresa Evaluar y ejecutar el plan de negocios de la empresa Supervisar el adecuado funcionamiento de la compañía. verificar el adecuado proceso de las áreas de venta y producción. 	\$ 800,00
Jefe de producción	Encargado del área de producción y soporte para el área de administración para el área de importación de materia prima	Ingeniero comercial, Negocios, Marketing, Finanzas o Economía	1 año de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Supervisar los diseños y gestión de asesoramiento para clientes. Verificar el proceso de elaboración de los diseños en 3D con la materia prima adecuada 	\$ 600,00
Jefe de ventas	Encargado del área de ventas. Verificar el adecuado proceso para generar nuevos clientes	Ingeniero comercial, Negocios, Marketing, Finanzas o Economía	1 año de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Supervisar el área administrativa de la compañía y el proceso de ventas que realizan las vendedoras tanto en los puntos de venta como la gestión de búsqueda de nuevos clientes. 	\$ 600,00
Secretaria recepcionista	Gestionar llamadas	Bachiller	6 meses de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Gestionar llamadas y hacer servicio del call center con la cartera de clientes potenciales que recopiló los vendedores en los puntos de venta. 	\$ 375,00
Vendedor	Venta de diseños en 3D	Bachiller	2 años de experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Captar clientes y vender el producto que ofrece la empresa. 	\$ 375,00
Obrero	Gestionar los diseños en obra	NA	Sin experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de diseños 	\$ 375,00

Anexo 13: Costos de importación

IMPORTACION POR AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Embarque</i>	\$ 433,35	\$ 433,35	\$ 433,35	\$ 433,35	\$ 433,35
<i>Poliza (35%)</i>	\$ 151,67	\$ 151,67	\$ 151,67	\$ 151,67	\$ 151,67
<i>Valor en Aduana</i>	\$ 585,02	\$ 585,02	\$ 585,02	\$ 585,02	\$ 585,02
<i>Almacenaje</i>	\$ 0,31	\$ 0,31	\$ 0,31	\$ 0,31	\$ 0,31
<i>Agente de Aduana(65%)</i>	\$ 243,75	\$ 243,75	\$ 243,75	\$ 243,75	\$ 243,75
<i>Arancel</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Fodinfra(5%)</i>	\$ 29,25	\$ 29,25	\$ 29,25	\$ 29,25	\$ 29,25
<i>IVA(12%)</i>	\$ 73,71	\$ 73,71	\$ 73,71	\$ 73,71	\$ 73,71
TOTAL	\$ 1.517,07				

Anexo 14: Costos Indirectos

Costos indirectos						
Detalle	costo mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Oficina	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 14.556,96	\$ 14.715,63	\$ 14.876,03	\$ 15.038,18
Depreciacion	\$ 158,78	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.105,40	\$ 1.105,40
Otros costos indirectos	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 363,92	\$ 367,89	\$ 371,90	\$ 375,95
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.426,16	\$ 2.452,61	\$ 2.479,34	\$ 2.506,36
Servicios básicos	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.032,70	\$ 3.065,76	\$ 3.099,17	\$ 3.132,95
Total costos indirectos	\$ 1.838,78	\$ 22.065,40	\$ 22.285,14	\$ 22.507,28	\$ 21.931,84	\$ 22.158,85

Anexo 15: Capital de trabajo

Capital de trabajo												
DETALLE	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Ingresos	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14
Contado (100%)	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14	\$29.049,14	\$ 29.049,14	\$ 29.049,14
Credito 1 mes (0%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos y gastos (100%)	\$29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91	\$29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91	\$29.801,91	\$ 29.801,91	\$ 29.801,91
Contado (40%)	\$11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76	\$11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76	\$11.920,76	\$ 11.920,76	\$ 11.920,76
Credito 1 mes (60%)		\$ 17.881,15	\$ 17.881,15	\$ 17.881,15	\$ 17.881,15	\$ 17.881,15	\$17.881,15	\$ 17.881,15	\$ 17.881,15	\$17.881,15	\$ 17.881,15	\$ 17.881,15
Flujo de efectivo	\$17.128,38	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)	\$ (752,77)

Total capital de trabajo \$11.920,76

Anexo 16: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS												
Detalle	Cantidad	Costo	Total	Vida util	Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total depreciación	Valor en libros
Muebles y enseres												
Escritorio en L	4	\$ 225,00	\$ 900,00	10,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Sillas ejecutivas	4	\$ 60,00	\$ 240,00	10,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas de apoyo	11	\$ 20,00	\$ 220,00	10,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Papeleras de 3 servicios	4	\$ 16,00	\$ 64,00	10,00	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 6,40	\$ 32,00	\$ 32,00
Archivador tipo biblioteca	3	\$ 120,00	\$ 360,00	10,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Stand 1 m * 1,50 m	3	\$ 180,00	\$ 540,00	10,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Estanterías	4	\$ 150,00	\$ 600,00	10,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Vitrinas	4	\$ 150,00	\$ 600,00	10,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Total mobiliario			\$ 3.524,00		\$ 352,40	\$ 1.762,00	\$ 1.762,00					
Equipos, sistemas y paquetes informáticos												
Laptop	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00	3,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ 2.400,00	\$ -
Telefonos IP	4	\$ 30,00	\$ 120,00	5,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 120,00	\$ -
Impresora Lexmark	1	\$ 225,00	\$ 225,00	5,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 225,00	\$ -
Sistema de facturación	1	\$ 900,00	\$ 900,00	5,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 900,00	\$ -
Total equipos informáticos			\$ 3.645,00		\$ 1.049,00	\$ 1.049,00	\$ 1.049,00	\$ 1.049,00	\$ 249,00	\$ 249,00	\$ 3.645,00	\$ -
Maquinaria y Equipo												
Plasma	4	\$ 525,00	\$ 2.100,00	5,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 2.100,00	\$ -
Kit herramientas	4	\$ 105,00	\$ 420,00	5,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 420,00	\$ -
Total maquinaria y equipo			\$ 2.520,00		\$ 504,00	\$ 2.520,00	\$ -					
Total activos fijos			\$ 9.689,00		\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.105,40	\$ 1.105,40	\$ 7.927,00	\$ 1.762,00

Anexo 17: Estado de situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$ 21.609,76	\$ 27.569,41	\$ 52.278,30	\$ 91.813,26	\$ 118.216,74	\$ 154.048,11
Corrientes	\$ 11.920,76	\$ 19.785,81	\$ 46.400,10	\$ 87.840,46	\$ 115.349,34	\$ 152.286,11
Efectivo	\$ 9.860,94	\$ 17.703,53	\$ 44.295,13	\$ 85.712,54	\$ 113.198,23	\$ 150.111,55
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario de materia prima	\$ 2.059,82	\$ 2.082,28	\$ 2.104,97	\$ 2.127,92	\$ 2.151,11	\$ 2.174,56
Inventario de Producto terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
No Corrientes	\$ 9.689,00	\$ 7.783,60	\$ 5.878,20	\$ 3.972,80	\$ 2.867,40	\$ 1.762,00
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 9.689,00	\$ 9.689,00	\$ 9.689,00	\$ 9.689,00	\$ 9.689,00	\$ 9.689,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 1.905,40	\$ 3.810,80	\$ 5.716,20	\$ 6.821,60	\$ 7.927,00
Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PASIVOS	\$ 10.804,88	\$ 23.507,18	\$ 32.489,59	\$ 37.040,53	\$ 40.535,10	\$ 48.162,84
Corrientes	\$ -	\$ 14.453,89	\$ 25.372,15	\$ 32.062,61	\$ 37.921,76	\$ 48.162,84
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 17.881,15	\$ 17.378,44	\$ 17.707,65	\$ 18.283,55	\$ 19.472,10
15% Trabajadores	\$ -	\$ (1.525,49)	\$ 3.558,03	\$ 6.389,45	\$ 8.741,04	\$ 12.770,36
Impuestos por pagar	\$ -	\$ (1.901,77)	\$ 4.435,68	\$ 7.965,51	\$ 10.897,17	\$ 15.920,38
No Corrientes	\$ 10.804,88	\$ 9.053,29	\$ 7.117,44	\$ 4.977,93	\$ 2.613,34	\$ -
Deuda a largo plazo	\$ 10.804,88	\$ 9.053,29	\$ 7.117,44	\$ 4.977,93	\$ 2.613,34	\$ -
PATRIMONIO	\$ 10.804,88	\$ 4.062,23	\$ 19.788,72	\$ 54.772,73	\$ 77.681,64	\$ 105.885,27
Capital	\$ 10.804,88	\$ 10.804,88	\$ 10.804,88	\$ 10.804,88	\$ 10.804,88	\$ 10.804,88
Utilidades retenidas	\$ -	\$ (6.742,65)	\$ 8.983,84	\$ 43.967,84	\$ 66.876,76	\$ 95.080,38
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 21.609,76	\$ 27.569,41	\$ 52.278,30	\$ 91.813,26	\$ 118.216,74	\$ 154.048,11
Comprobación	\$ -	\$ -				
Valoración Empresa	21.609,76	27.569,41	52.278,30	91.813,26	118.216,74	154.048,11

Anexo 18: Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Actividades de operación	\$ -2.059,82	\$ 4.628,92	\$ 24.993,28	\$ 33.029,47	\$ 41.534,64	\$ 63.145,43
Utilidades netas		\$ (9.973,31)	\$ 12.299,95	\$ 24.581,82	\$ 34.727,04	\$ 52.072,11
Depreciaciones		\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.905,40	\$ 1.105,40	\$ 1.105,40
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 12.719,28	\$ 10.810,63	\$ 6.565,20	\$ 5.725,39	\$ 9.991,36
Incremento activos corrientes	\$ (2.059,82)	\$ (22,45)	\$ (22,70)	\$ (22,94)	\$ (23,19)	\$ (23,45)
Actividades de inversión	\$ (9.689,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (9.689,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento	21.548,11	-1.746,59	-1.930,33	7.839,90	-14.657,79	-27.187,70
Deuda a largo plazo	10.774,06	-1.746,59	-1.930,33	-2.133,41	-2.357,84	-2.605,88
Dividendos		\$ 9.973,31	\$ (12.299,95)	\$ (24.581,82)	\$ (34.727,04)	\$ (52.072,11)
Aporte de capital	\$ 10.774,06	\$ (9.973,31)	\$ 12.299,95	\$ 34.555,12	\$ 22.427,09	\$ 27.490,29
Incremento de efectivo	\$ 9.799,29	\$ 2.882,33	\$ 23.062,95	\$ 40.869,38	\$ 26.876,85	\$ 35.957,73
Efectivo inicial	0	\$ 9.799,29	\$ 12.681,62	\$ 35.744,56	\$ 76.613,94	\$ 103.490,79
Efectivo final (flujo)	\$ 9.799,29	\$ 12.681,62	\$ 35.744,56	\$ 76.613,94	\$ 103.490,79	\$ 139.448,52

