



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Administración

**Trabajo de Grado en la modalidad de Monográfico Investigación Acción
para optar por el título de Licenciatura En Administración De Empresas**

Título:

**Modelo de Negocio con materiales Renovables para Muebles del
Hogar, Santo Domingo, República Dominicana 2020**

Sustentado por:

Br. Jorge Báez	2013-1996
Br. Angélica Maldonado	2013-2508
Br. Roselis Leclerc	2014-2279

Asesor:

Prof. Santo Rafael Navarro

Distrito Nacional, República Dominicana

Agosto, 2020

Título:

**Modelo de Negocio con materiales Renovables para Muebles del
Hogar, Santo Domingo, República Dominicana 2020**

Índice

Agradecimientos	i
Resumen Ejecutivo	ix
Introducción.....	1
Capítulo 1: Fundamentos del Modelo de Negocios.....	5
1.1 Conceptualización del plan de negocio.....	5
1.2 Ventajas del plan de negocio	8
1.3 Fundamentos del plan de negocio	9
1.3.1 Etapas del proceso de creación de empresa	12
1.4 Bases administrativas para la creación de empresa	14
1.4.1 Estudio de mercado.....	15
1.4.2 Estudio técnico	19
1.4.3 Estudio financiero	20
1.5 Características Organizacionales	21
1.5.1 Nombre de la empresa	21
1.5.2 Organización de la empresa.....	22
1.5.3 Misión	22
1.5.4 visión	23
1.5.5 valores.....	23
1.5.6 servicios a ofrecer	24
1.5.3. Variables geográficas	25
1.5.4. Organigrama general.....	25
1.6 Variables Competitivas	26
1.7 Perfil personal de los fundadores del Modelo de Negocio	28
Capítulo 2: Estudio de mercado	32
2.1. Análisis actual del sector muebles en el mercado dominicano	32
2.1.1. Análisis del mercado en la incorporación de EcoHouse.....	38
2.2. Análisis de la investigación del mercado.....	41
2.2.1. Empresas relacionadas al medio ambiente	42
2.3. Mercado Meta	43

2.2.2.	segmento demográfico	48
2.2.3.	Segmento Psicográfica.....	49
2.2.4.	Segmento conductual.....	51
2.2.5.	Perfil del consumidor	51
2.3.	Análisis de la competencia.....	55
2.3.2.	Competencia directa e indirecta	57
2.3.3.	Matriz de perfil competitivo	59
2.4.	Plan de Marketing	61
2.4.1.	Estrategia de penetración.....	62
2.4.1.1	Objetivo	63
2.4.1.2	Estrategia	63
2.4.1.3	Táctica.....	63
2.4.2.	Estrategia de desarrollo de mercado.....	63
2.4.2.1	Objetivo.....	63
2.4.2.2	Estrategia.....	63
2.4.2.3	Táctica	64
2.4.3.	Estrategia de distribución.	64
2.4.3.1	Objetivo.....	64
2.4.3.2	Estrategia.....	64
2.4.3.3	Táctica	64
2.4.4.	Estrategia de Promoción	64
2.4.4.1	Objetivo.....	64
2.4.4.2	Estrategia.....	65
2.4.4.3	Táctica	65
2.5.	Análisis FODA.....	65
2.6.	Análisis de encuestas	66
2.6.1.	Tipo de investigación.....	66
2.6.2.	Métodos de la investigación	68
2.6.3.	Técnicas de investigación	69
2.6.4.	Población.....	70
2.6.5.	Muestra	70

2.6.6.	Proceso de recolección y análisis de datos.....	71
2.6.7.	Análisis de las Respuestas.....	75
2.7.	Estudio técnico.....	76
2.7.1.	Disponibilidad de los recursos financieros.....	76
2.7.2.	Localización del proyecto	79
2.7.3.	Capacidad del proyecto	80
2.7.4.	Descripción de la materia prima	81
2.7.5.	Perfil de la estructura organizacional.....	84
2.7.6.	Proceso de producción.....	88
2.7.7.	Descripción de la Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64).....	96
2.7.8.	Composición de los aspectos legales.....	98
Capítulo 3:	Análisis del Estudio Financiero	101
3.1.	Resumen de la inversión.....	101
3.2.	Análisis del presupuesto	102
3.2.1.	Presupuesto maquinarias y equipos.....	102
3.2.2.	Presupuesto de inversiones en activos fijos.....	103
3.2.3.	Presupuesto de inversión de comunicación	105
3.2.4.	Presupuesto de inversiones intangibles	105
3.2.5.	Presupuesto de gastos administrativos	106
3.2.6.	Presupuesto de Producción	106
3.3.	Nómina y Estructura Salarial.....	107
3.4.	Proyección de ventas a tres años	108
3.5.	Punto de equilibrio	108
3.6.	Estados Financieros.....	110
3.6.1	Balance General.....	111
3.6.2.	Estado de Resultados.....	111
Conclusión	113
Recomendaciones	116
Bibliografía	118
ANEXOS	121

ANEXO 1: Anteproyecto del Trabajo de Grado en la modalidad de Monográfico Investigación Acción	122
ANEXO 2: ECOHOUSE MODELO DE ENCUESTA PARA LA INVESTIGACION DE MERCADO	151

Índice de Tablas

Tabla 1, Sector Industrial sobre el Producto Interno Bruto.....	36
Tabla 2. Sub-sector Muebles.....	36
Tabla 3. Dilema de la Manufactura Responsable	37
Tabla 4, Estudio Demográfico	48
Tabla 5. Análisis del mercado meta sobre el perfil del consumidor	53
Tabla 6. Empresas Comercializadoras de Muebles en Santo Domingo	56
Tabla 7. Análisis de la competencia directa Santo Domingo Este	58
Tabla 8. Matriz de Perfil Competitivo	59
Tabla 9. Calificación de la ponderación del Perfil Competitivo	60
Tabla 10. Composición y características del producto.....	77
Tabla 11. Materiales para la producción del mueble ecológico.....	82
Tabla 12. Composición del Juego de Muebles.....	83
Tabla 13. Descripción del proceso de fabricación del juego de muebles ecológicos a través de los recursos renovables.....	89
Tabla 14. Flujo del proceso del Mueble Ecológico Rediseñado	93

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Etapas del proceso del modelo de negocio	14
-----------------------------------------------------------	----

Índice de Figuras

Figura 1. Flujo del análisis del Mercado EcoHouse.....	40
Figura 2. Organigrama	88

Agradecimientos

Primero quiero agradecer a Dios por darme sabiduría y disciplina para alcanzar esta meta e iniciar otra.

A mis padres Luis Báez y Mirtha Casado por el sacrificio realizado día a día para que hoy yo pueda lograr esta meta, a mi hijo Jorge Alonso Báez que llegó al final de mi carrera, pero que ha sido otro propulsor para continuar hacia adelante y llegar a la meta.

A mis hermanos Luis Emilio, Luis Fernando y Shalom, abuelos, tíos y compañeros de estudio, por acompañarme en esta etapa y por su apoyo incondicional.

Es gracias a todos que hoy puedo decir: ¡Logrado!

JORGE BAEZ

Agradecimientos

Este proyecto está dedicado a Dios, a mi familia, amigos, compañeros de APEC, a mis compañeros de proyecto, a los profesores que estuvieron con nosotros en el monográfico, a la directora de la carrera a nuestro decanato, a la universidad por todo el conocimiento que adquirimos en todos estos años y a todas las personas especiales que me acompañaron en todo el proceso de mi educación.

Agradezco a Dios por haberme guiado y darme fuerza para completar esta fase de mi vida, a pesar de los momentos difíciles que se presentaban en el camino, enseñándome de que si podía lograrlo.

A mis padres, por su apoyo y su ayuda con los recursos necesarios para completar mis estudios.

En especial a mi madre Máxima Román, por ser uno de mis pilares que me apoyo en toda mi carrera, que me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño.

A mi prima Angélica Martínez, por su apoyo incondicional y su voz de aliento y demostrar la gran fe que puso en mí.

A mi amiga Cheila De La Cruz, por apoyarme en todo momento y darme fuerzas para culminar esta gran etapa.

A mi abuela Antonia Martínez, que desde lejos mando todo su amor y buenos deseos.

A mis compañeros de monográfico Jorge Báez y Roselis Leclerc por acompañarme en este trayecto.

A todos los que estuvieron en estos años compartiendo conmigo, ayudándome y apoyándome en cada decisión que tome.

¡Muchas gracias a todos!

ANGELICA MALDONADO

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de culminar una de mis metas.

Quiero agradecer a mis padres Carmen Dionisio y Robert Leclerc por brindarme todos los recursos y herramientas necesarias para mi formación académica, agradezco quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. Los amo con mi vida.

Agradezco a todos mis hermanos quienes siempre me han apoyado en este viaje hasta el final. Espero ser un ejemplo a seguir en cada uno de ustedes. Los adoro.

A mi tutor Santo Rafael Navarro, quien con sus conocimientos y apoyo me guio a través de cada una de las etapas de este proyecto juntos a mis compañeros para alcanzar los resultados que buscábamos para así culminar esta hermosa meta. A cada uno de mis profesores por los conocimientos impartidos para mi formación profesional.

Quiero agradecer a mis compañeros de monográfico Angelica Maldonado y Jorge Báez, por ser un gran apoyo en este gran logro juntos y a todos mis compañeros de la universidad que de una manera u otra aportaron su granito de arena, principalmente a mis mejores amigas quienes con su amor incondicional me han acompañado agarrada de las manos a cumplir mis sueños, Dismairy Garcia, Amalia Contreras, Julissa Alcantara y Helen Roa. Las quiero.

Finalmente, a la universidad Apec por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años.

Muchas gracias.

Roselis Leclerc

Dedicatorias

A Dios

A Dios todo poderoso las gracias por darme entendimiento, sabiduría, paciencia en todo este camino. Por darme la fuerza y perseverancia para seguir luchando y concederme la sabiduría para vencer los obstáculos que se presentaban en el camino.

A mis padres

Por instruirme en este camino y siempre brindarme su apoyo incondicional, Gracias a ellos estoy donde me encuentro, culminando esta etapa de profesional.

A mis familiares

Por apoyarme y ayudarme en todo lo que estaba en sus manos para el logro de este objetivo. Por siempre apoyarme y motivarme en esta decisión de desarrollar esta carrera profesional. A mis abuelos que me guiaron por el camino correcto y fueron los ángeles que nunca me abandonaron.

JORGE BAEZ

Dedicatorias

A Dios

Gracias por guiarme y ponerme en camino excelentes personas que sirvieron de apoyo, siempre a ayudarme y a guiarme en el transcurso de esta etapa.

A todos los profesores

Le agradezco a cada profesor que con dedicación y esmero se esforzó para instruir su asignatura de una manera eficiente y trazarme los objetivos que debía cumplir en cada etapa. Gracias por brindar su sabiduría e instruirme para mi desarrollo profesional y laboral.

A mis Compañeros de la universidad

Gracias a Dios por concederme la dicha de siempre compartir con excelentes compañeros que servían de apoyo en cada asignatura que cursaba, sobre todo gracias a mis compañeros de monográfico por junto a ellos culminar esta etapa de estudiante universitario.

Angélica Maldonado

Dedicatorias

Primero a Dios las gracias por después de todo el empeño y sacrificio

Permitirme llegar hasta aquí y por darme la fuerza y valentía de persistir hasta lograr mis sueños.

A mis padres que me han apoyado siempre y a mi prometido que siempre ha apoyado mis decisiones y ha estado conmigo para ayudarme a cumplir mis sueños y metas, a mis abuelos que con sus consejos a logrado sacar lo mejor de mí y a todos mis demás familiares por el apoyo siempre.

También gracias a mis compañeros que con todo el empeño del mundo han puesto lo mejor de ellos para lograr que este proyecto fuera posible.

Roselis Leclerc

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto se basa en el modelo de creación de una empresa productora y comercializadora de muebles y mobiliarios ecológicos para el hogar a través de los recursos renovables que ofrece el entorno, donde el mercado dominicano cuenta con una buena ubicación geográfica, lo cual dispone de una materia prima favorable, lo cual es 100% en cuanto a la elaboración de los materiales que han generado una fuerte demanda sobre el perfil del consumidor dominicano. Sin embargo, es un indicador esencial el uso de la materia prima para la fabricación de los muebles, de tal forma el costo de los muebles se reduce y se oferta productos con calidad a precios accesibles para el consumidor, de tal manera pueda satisfacer las necesidades y deseos del cliente dominicano.

La composición del modelo de creación de empresa cuenta con un desglose de cada una de las partes que intervienen en el proceso de creación, donde enfoca cada una de las áreas que son determinantes para contar con los recursos y materiales adecuados para un buen funcionamiento en el mercado, donde se apoya del uso de la encuesta dentro de la investigación para favorecer la caracterización de cada uno de los datos que son necesarios para su conformación.

Introducción

El mercado dominicano es un país que está en vías de desarrollo en el cual el consumo es uno de los aspectos que ha generado un grado de relevancia sobre las producciones de productos y servicios que son conforme a las necesidades de las personas, siendo un indicador sobre las consideraciones que toman en cuenta cada uno de los consumidores. Sin embargo, las ventas de muebles y mobiliarios han fomentado una nueva cultura organizacional basada en proveer las acciones necesarias para alcanzar el nivel de satisfacción sobre el producto final en el consumidor.

En la actualidad y en el mercado se ha dispuesto de una serie de agentes que han generado una fuerte incidencia sobre los sectores de comercialización del mueble del hogar, donde diversas organizaciones pequeñas y grandes se han posicionado con el fin de atender las necesidades del consumidor, pero muchas empresas han obviado las leyes ambientales y los efectos que causa en el entorno, donde la fabricación de los mobiliarios cuenta con una serie de procesos que afecta de forma directa el entorno y lo que nos provee la naturaleza.

En el Gran Santo Domingo existe una diversidad de empresas que se dedican a la fabricación de muebles, lo cual disponen de procesos y operaciones para llevar un funcionamiento acorde a los lineamientos y requerimientos sobre las expectativas del consumidor. Asimismo, los diversos cambios que se ha registrado en el mercado sobre el nivel social y tecnológico han propiciado un cambio de percepción sobre la forma en la cual compran y buscan productos que cumplan

con las necesidades, ya que los aspectos tecnológicos han permitido que las empresas tengan que buscar nuevos mecanismos para cubrir las necesidades del consumidor.

El modelo de creación de una empresa dedicada a la elaboración de muebles y mobiliarios ecológicos busca contar con un proceso de materia prima a través de los recursos renovables en el cual cuente con un apoyo sobre el medio ambiente en cumplir con los estándares de calidad sobre la realización de un proceso que favorezca la seguridad industrial, leyes y procesos que debe disponer el modelo.

Por medio de la creación de la empresa busca mostrar en el mercado una nueva cara sobre la elaboración y comercialización de muebles para hogar en el cual disponga de un uso considerado de los recursos del medio ambiente que cumpla con satisfacer las necesidades de cada una de los consumidores dentro del segmento mercado enfocado, lo cual para una conformación adecuada se ha tomado en cuenta las áreas necesarias que favorecen la investigación en el cual atribuir las informaciones y datos puntuales para componer un modelo que sea acorde al mercado y que cumpla con proveer los niveles de rentabilidad para asegurar un mejor desarrollo de actividades en cada una de las áreas contenidas.

La composición del trabajo cumple con la integración de tres capítulos que son enfocados en proveer las informaciones adecuadas para favorecer un mejor cumplimiento de cada una de las áreas que son orientadas en disponer la información correspondiente en atender a las atribuciones relacionados con el

desarrollo del modelo de creación de la empresa en cual cuenta con capítulos como son:

Capítulo 1: Abarca la caracterización e indagación sobre cada uno de los aspectos relativos conforme al modelo de creación de la empresa ecológica, lo cual cuenta con un apoyo de diversos autores que expresan sus aportes sobre una correcta actuación de cada uno de los aspectos que intervienen en la organización.

Capítulo 2: Abarca la composición y descripción de la organización en función de proveer cada una de las atribuciones que debe disponer, donde en el mismo cuenta con un análisis de mercado y técnico en el cual cuenta con cada una de los elementos y requerimientos que son necesarios para un funcionamiento que cumpla con las necesidades de la organización.

Capítulo 3: Abarca el desarrollo sobre el análisis financiero en cada una de las partes que son adecuadas sobre los ingresos, costos, materia prima y nómina del personal en función de ajustar una balanza que sea acorde a obtener resultados que permitan una rentable productividad y competitividad sobre las operaciones de la organización.

Capítulo 1: Fundamentos del Modelo de Negocios



Capítulo 1: Fundamentos del Modelo de Negocios

1.1 Conceptualización del plan de negocio

Un plan de negocio es un documento escrito que permite de forma clara, precisa y sencilla establecer una serie de parámetros conforme a un proceso de planeación que incluye una serie de pasos y pautas que son basadas en una serie de objetivos que se diseñan para ser logradas en un tiempo dado, lo cual cuenta con una actividades que son fundamentadas en ofrecer una composición del plan que cumpla con cada uno de los requerimientos para su creación (Thomsen, 2009).

La estructura de un plan de negocio cuenta en establecer cada una de las acciones correspondientes en favor de otorgar una actuación adecuada en asegurar un contenido que sea redactado en función de proyectar una iniciativa que cuente con la información adecuada para proveer los datos concernientes a la organización. Sin embargo, “El plan de negocio es una iniciativa que permite contar con un análisis para poner en función una idea hacia fomentar un operación sobre contar con acciones que tengan un impacto en el mercado” (Pedraza, 2014).

El modelo de negocio cuenta con partes que son relativas sobre los inversionistas o emprendedores que tienen ocurrencia sobre la iniciativa del proyecto en función de contar con cada una de las partes que produzcan una buena rentabilidad sobre su desarrollo en el mercado. Sin embargo, el plan de negocio es una carta de presentación que cuenta todo empresario, puesto que cada uno de los socios

basa sus iniciativas en ofrecer una evaluación del proyecto sobre conocer su factibilidad en su implementación (Mir, 2019).

El plan de negocio es un enfoque que va más allá de la redacción de un documento, lo cual está compuesto por una serie de acciones que son basadas en la creación de una organización hacia la búsqueda de un proceso investigativo que ofrece determinar cada uno de los resultados de forma clara y precisa en su implementación y sobre cada una de las áreas en el cual de manifiesta la investigación, de tal manera que ofrece mucha importancia, ya que se establece un objetivo que es el indicador principal del plan.

El plan de negocio es un diseño de misiones y objetivos que son ligadas a una serie de acciones que se fundamentan a través de una toma de decisiones, es decir, seleccionar cada una de las acciones otorga determinar cada una de las posibles alternativas que promueven una cultura organizacional basada en el logro de resultados. Por tanto, una planeación adecuada permite una fijación de metas que se basa en una serie de procedimientos que conlleva un alcance (Cabrerizo, 2009).

El plan de negocio es un documento en el cual incluye todo el contenido sobre el proyecto empresarial en el cual se pone en marcha con el desarrollo de la idea en función de disponer de cada uno de los requerimientos sobre las practicas necesarias que se deben de tener en cuenta para su conformación, lo cual debe disponer de un detalle de aspectos como son:

- ✓ La actividad que proyecta desarrollar la empresa
- ✓ El mercado al que va a dirigir
- ✓ Las estrategias para penetrar en el mercado
- ✓ La competencia con que se va a encontrar
- ✓ Los objetivos y medios para lograr sus fines
- ✓ Los recursos financieros que va a necesitar en los primeros años y fuentes para cubrirlo
- ✓ Las instalaciones, equipos y personal que se necesitarán.

Dentro de los aspectos que debe de disponer el modelo de negocios incluye con la expresión del nombre y la dirección de la organización a crear y la presentación del emprendedor que debe incluir su curriculum o una breve descripción de su historial profesional. Sin embargo, es conveniente que cada uno de los aspectos que tienen referencia en la organización sea expresado de manera sistemática sobre generar interés en cada una de las personas que son parte del proyecto (Stettinius, 2015).

Las especificaciones que debe disponer el modelo de negocio cuenta con ofrecer un análisis del proyecto sobre su creación con la actuación de cada uno de los agentes externos en cuestión de definir los productos o servicios que se desean ofrecer en relación sobre las características y responsabilidad, puesto que se debe delimitar el segmento del mercado sobre el cual va dirigido la organización.

1.2 Ventajas del plan de negocio

La implementación de un plan de negocio cuenta con una elaboración de cada una de las alternativas que ejerce un enfoque basado en proporcionar al mercado la satisfacción de necesidades específicas, lo cual busca una posición en el mercado sobre un punto estratégico para el cliente que permita elevar el nivel de satisfacción sobre cada uno de los aspectos que intervienen en el proceso de ofrecer productos y servicios, lo cual permite que la organización fomente una cultura que sea basada en la satisfacción del cliente (Florez, 2015).

Las características de la planeación estratégica, las cuales podemos encontrar:

- Es conducida o ejecutada por los altos niveles jerárquicos.
- Establece un marco de referencia a toda la organización.
- Afronta mayores niveles de incertidumbre con respecto a otros tipos de planeación.
- Generalmente cubre amplios periodos. Cuanto más largo el periodo, más irreversible será el efecto de un plan estratégico.
- Su parámetro es la eficiencia
- La ubicación en donde se desarrolla el proyecto para todos los clientes de la comunidad
- Genera economía nacional
- Alta expectativa en el desarrollo comercial
- Ofrece los procesos necesarios para el estudio de cada una de las áreas

1.3 Fundamentos del plan de negocio

La planeación en la creación de actividades es uno de los medios esenciales que funciona de forma relativa sobre el establecimiento de objetivos que se fijan en cuestión de otorgar las acciones que ofrezcan un alcance sostenible sobre cada uno de los principios que contraen como secuencia indicadores que causan una realización de lineamientos que promueven una cultura adecuada ante cada uno de los sistemas sometidos en la organización (Muniz, 2010).

La planeación es una función administrativa que implica una cercanía directa con el establecimiento de un plan de negocios, lo cual cuenta en fijar objetivos, políticas, procedimientos y programas que ofrezcan un aumento significativo sobre el nivel de actuación del plan. Sin embargo, el plan de negocio es un proceso coordinado que contiene una serie de pasos que son diseñados para promover una estructura que cumpla con cada una evaluaciones concernientes a su incorporación (Garcia E. , 2014).

“Este consiste en elaborar la misión de la empresa, detectar las oportunidades y las amenazas externas de la organización, definir sus fuerzas y debilidades, establecer objetivos a largo plazo, generar estrategias alternativas y elegir las estrategias concreta ”(George A, 2003).

Los beneficios que implican un plan de negocio se puede asumir en el corto y largo plazo, lo cual permite que la organización controle cada una de las fuerzas

internas y externas en función de cumplir con un marco de actividades que son generadas para mejorar su funcionamiento en el mercado. Asimismo, el plan de negocio otorga contar con decisiones que puede fomentar un equilibrio sobre las causas y efectos en cuestión de establecer un marco de operaciones que cumplan con las exigencias del mercado.

“La esencia de del plan consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros” (Koontz, 2000).

El modelo de negocios cuenta con cada una de las actividades que implica una comunicación efectiva sobre el intercambio entre la producción y el consumo, lo cual cuenta con ejercer una consecución de acciones y medidas que sean coordinadas a fin conseguir una entrega de productos y servicios que cumpla con cada uno de los requerimientos asociados en brindar una sostenibilidad adecuada en la nueva organización (Gaspar, 2010).

Las valoraciones que dispone un modelo de negocios implica:

- ✓ La viabilidad técnica del proyecto que tendrá lugar en cuanto a desarrollar una profundidad de cada uno de los elementos que compone el modelo de negocios.

- ✓ La viabilidad estratégica que establece las ventajas competitivas que debe ofrecer la organización para obtener el éxito sobre la implementación en el mercado.

- ✓ La viabilidad económica y financiera que cuenta con determinar los niveles de eficacia en cuanto a la producción sobre el uso de los recursos, liquidez y la rentabilidad, puesto que su aplicación cuenta con uno de los aspectos que integra las previsiones para contener un plan económico y financiero correcto.

Un modelo de negocios es una descripción del negocio en el cual se desea iniciar, lo cual conlleva una planificación de cómo se piensa operar y como desarrollarlo, donde implica una elaboración del plan de negocios que tendrá el iniciativa de disponer de acciones que permitan un incorporación de aspectos que sean acorde a cubrir necesidades en el mercado (Zorita, 2016).

El modelo de negocios recoge cada uno de los elementos que son referentes a la formación comercial y sobre la experiencia de vida en general, lo cual cuenta en crear acciones pertinentes sobre el negocio en contribuir con una ordenación de aspectos que benefician al emprendedor, familia, red personal, consultores y fuentes de financiamiento (Naveros, 2017).

Por medio de un modelo de negocios incluye aspectos como son;

- ✓ Ayudar a estructurar y realizar visiones
- ✓ Reúne conocimientos y recopila información
- ✓ Facilita un marco para mejorar la toma de decisiones comerciales
- ✓ Convince a la familia, los bancos y otros inversionistas de que usted merece una inversión.
- ✓ Es una prueba de dedicación.
- ✓ Es una base para obtener mejores consejos de los cooperadores y socios.

El modelo de negocio es una idea que se desarrolla que generar beneficios en el corto y largo plazo, ya que puede depender del tipo de negocio y cual sea la actividad en la cual se desarrolle, donde cuenta con una serie de requerimientos que fortalecen el ciclo de vida del negocio en relación de contar con cada uno de los requisitos que otorguen un buen funcionamiento en el mercado (Friend, 2018).

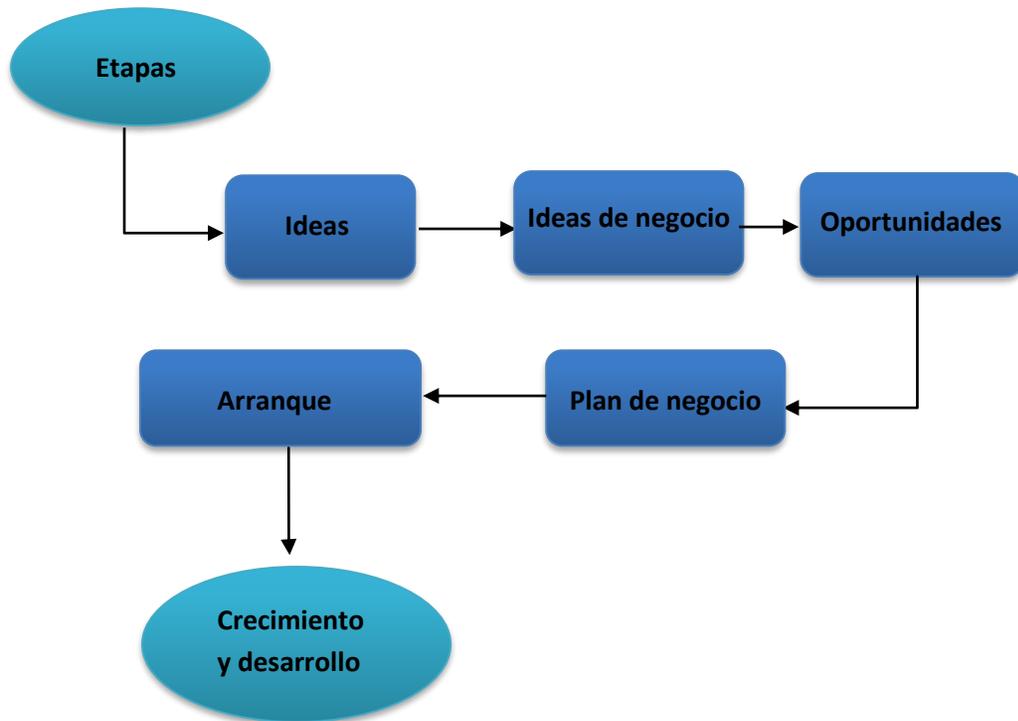
1.3.1 Etapas del proceso de creación de empresa

Dentro de las etapas sobre la creación en la incorporación de una organización implica seguir una serie de pasos que son integradas sobre el proceso de formación que debe de contar con una especificación de etapas para su conformación como son:

1. Idea: es una concepción de algo que se desea plantear y que requiere un proceso de evaluación y desarrollo para dar forma a la idea del negocio.

2. Idea del negocio: este punto conlleva un proceso de aplicación sobre el entorno en el que se desenvuelve la idea que puede conllevar factores como son el mercado, producto, cliente y la tecnología.
3. Oportunidad de negocio: en este punto se puede contener los componentes del negocio sobre los factores del entorno que intervienen para encontrar los puntos clave que dan orientación a los beneficios que se pueden obtener en el negocio.
4. Plan de negocio: esta parte incluye los componentes del negocio, como son el entorno, el emprendedor y los elementos propios sobre el futuro del negocio, ya que en el mismo se agrega las metas, diseños y estrategias de lugar sobre la puesta en marcha del proyecto.
5. Arranque: el emprendedor coloca en realidad la puesta en marcha del plan y desarrolla cada una de las partes sobre la gestión de cada una los pasos.
6. Crecimiento y desarrollo: la evolución del negocio se desarrolla en base a los resultados obtenidos de forma secuencial y concreta, permitiendo los niveles de información comprendidos en una velocidad que puede ser entendida por medio de etapas.

Gráfica 1. Etapas del proceso del modelo de negocio



Fuente: (Gaspar, 2010)

1.4 Bases administrativas para la creación de empresa

Para la incorporación de un modelo de negocios de forma coordinada y eficiente se deben de asumir una serie de procesos administrativos para la creación de una empresa, lo cual genera contar con uno de los estudios sobre los factores esenciales en la ejecución de cada uno de los indicadores que influyen de forma directa para medir el grado de aceptación que pueden tener en su desarrollo.

El modelo de negocio cuenta con definir cada una de las áreas necesarias para el diseño de un plan que sea basado en una serie de evaluaciones que promueva un nivel de aceptación sobre su desarrollo y preparación, ya que reposa en cada uno de los análisis para alcanzar las metas que se han propuesto y lograr el propósito del proyecto. No obstante, las áreas son: el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero (Perez, 2017).

1.4.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado busca determinar cada uno de los aspectos que intervienen sobre el funcionamiento de los bienes y servicios que pueden existir dentro de una zona o comunidad, lo cual cumpla en asegurar sobre la base del consumir dentro de un determinado precio sobre cada una de las características de la población, lo cual cumpla en asegurar un detalle sobre el análisis de la oferta, ventas, precios y competencias en relación de generar productos o servicios que sean acorde al mercado (Zamarreño, 2013).

El análisis del mercado permite realizar una investigación de mercado sobre el cual incurre la determinación de cada una de las variables que intervienen sobre el segmento de mercado en relación de cada uno de los elementos que se asocian al comportamiento del consumidor en la ejecución de ofrecer productos y servicios que cumplan con las necesidades del mismo, puesto que consiste en tener como iniciativa empresarial con la finalidad de crear una idea que favorezca el nivel de factibilidad sobre el desarrollo de la actividad económica (Zorita, 2015).

Este estudio conlleva 3 grandes estudios como son:

- Análisis del consumidor
- Análisis de la competencia
- Estrategia

El fundamento esencial sobre el análisis del mercado radica en la determinación sobre la prestación de los bienes y servicios sobre cada una de las variables que intervienen en el estudio de mercado, lo cual cumple en ofrecer una determinación del precio y sobre las características propias del consumidor en función del sexo, nivel de estudios, nivel de ingresos, lugar geográfico. Incluso en esta parte del análisis se hace en comparación los aspectos de la oferta, las ventas, los precios, la competencia y el comportamiento del consumidor.

Dentro de las características del mercado sobre el cual tiene la incidencia de conocer cada una de las cualidades y aspectos que radican el nivel de actuación sobre el momento actual, crecimiento y evolución futuro intervienen una serie de aspectos como son:

Análisis externo:

Macroentorno: cuenta con una descripción de cada uno de los elementos como son: demográficos, económicos, jurídicos, socioculturales o tecnológicos, puesto que ejerce un control sobre los elementos que afectan el modelo de negocios.

Microentorno: cuenta con la identificación de clientes, competidores y proveedores, lo cual especifica que:

- ✓ Identificación de clientes: son el perfil de las personas en las cuales va dirigido el producto o servicio, que se diferencia en el proceso de toma de decisiones en cuanto al consumo, edad, sexo, recursos económicos, profesión, hábitos. Sin embargo, cuenta con una identificación por grupos homogéneos en cuestión de otorgar un análisis sobre el comportamiento, los elementos en el cual se basan las decisiones de compra y sobre los cambios de hábitos.
- ✓ Identificación de proveedores: son las personas que proveen los productos en el cual dispone el mercado, plazos de entrega, condiciones de pago o canales de distribución.
- ✓ Identificación de la competencia: son cada uno de los organismos que intervienen en el mercado, lo cual permite ubicar los puntos débiles y fuertes sobre cada una de las tendencias.

Análisis interno

- ✓ Descripción de cada una de las características personales tanto negativas como positivas que pueden tener aspectos técnicos, experiencias o sobre la formación de la actividad en la cual dispone la

organización, lo cual tiene un nivel de preparación sobre gestionar y dirigir la capacidad de los recursos ideales en la organización.

- ✓ Por último, las características del producto o servicio que deben de ofrecer las ventajas y desventajas sobre generar un valor agregado sobre la competencia.

El análisis FODA es una medida interna que permite conocer las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que presenta la incorporación del modelo de negocio, lo cual cumple en plasmar ideas que permitan disponer de las características esenciales en la evaluación del proyecto sobre la inversión de la organización.

La competencia es uno de los aspectos que radica mucho en la incorporación de las organizaciones sobre el mercado, ya que permiten determinar la cantidad de volúmenes que ejercen una proyección de ventas sobre los productos que desean ofrecer, lo cual implica que el estudio de mercado cuente con la especificación de cada una de las partes que se asocian sobre la competencia en relación a los productos y servicios ofrecidos.

El valor de la diferenciación en la cual se incorporan las organizaciones en el mercado implica un esfuerzo en brindar operaciones que cumplan con la percepción del cliente, ya que se logra por medio del valor agregado que adiciona las empresas en sus servicios y que lo hace diferenciarse de la competencia sobre

el diseño, tamaño, imagen y entrega del servicio. Sin embargo, las organizaciones validan buscar superar las expectativas de la competencia en relación de mejorar los servicios a través de nuevos estándares que promuevan una mejor cultura (Lawrence, 2015).

La investigación de mercado cumple en asegurar una favorable determinación de cada una de las partes que intervienen en el mercado, puesto que implica un valor sobre cada una de las adaptaciones que se incluye para favorecer el cumplimiento de los sistemas adaptados en favor de corresponder de forma directa en la ejecución de medidas en el mercado. Adicionalmente, las organizaciones comprueban el nivel de aceptación que puede tener la incorporación de una organización en el mercado función de evaluar al consumidor.

1.4.2 Estudio técnico

El estudio técnico es uno de los procesos que cuenta con otorgar cada uno de los procesos contables en función de ajustar los requerimientos y requisitos que debe disponer la organización en su incorporación, lo cual implica un análisis sobre las razones financieras que detallan cada uno de los puntos débiles y fuertes del negocio en relación sobre las tendencias que debe implicar los aspectos relacionados con el análisis financiero.

El análisis técnico detalla cada una de las operaciones sobre las estructura, conformación, requerimientos y operaciones que debe disponer la organización

para una correcta realización de cada una de las actividades dentro del mercado, lo cual es de suma importancia hacer hincapié en la aportación de los socios, como en la forma de pago de los proveedores (Garcia, 2015).

A través del estudio técnico radica en disponer de un desglose sobre la elaboración del producto en cuanto al control de los materiales que radica puntualizar sobre el análisis de la materia prima, el personal requerido, los proveedores y la localización de la organización, lo cual establece cada una de las partes que serán de suma importancia para la creación del valor sobre el diseño del modelo de negocios en cuanto a la capacidad y al tamaño que tendrá en el mercado (Nogales, 2015).

1.4.3 Estudio financiero

El estudio financiero cuenta con un desglose de cada uno de los gastos e ingresos que son referentes al capital humano, financiero y económico que debe disponer la evaluación sobre los métodos asociados en brindar un detalle de la inversión que cumpla en contar con cada una de las partes esenciales para el detalle de los costos que incurren de forma directa e indirecta en la vida del proyecto. Sin embargo, el desglose de los costos implica que se debe disponer de una suma estipulada para cumplir con cada una de las exigencias que son referentes en la organización, lo cual cumpla en asegurar una evaluación económica que sea basada en los costos de maquinaria, costos de mano de obra, costos de materia prima.

De acuerdo con (Chain, 2007) afirma “Este es un análisis que involucra a las personas, las máquinas y las materias primas en la elaboración de un producto o servicio, el mismo hace referencia al tamaño, localización, distribución del espacio y el control de las tareas que tendrá la empresa”.

Por medio del control sobre la organización del negocio implica una intervención del estudio técnico en cuestión de contar con la información correspondiente sobre las responsabilidades del personal en favor de contar con los pasos asociados para componer una estructura que cumpla con las necesidades de la organización.

Por medio de las actividades que son sometidas en el plan de negocio sobre el proyecto implica ejercer una transformación sobre el producto en cuanto al detalle financiero sobre la obtención de los recursos que implica de forma adecuada cumplir con cada una de las exigencias operaciones. Sin embargo, el proceso administrativo radica en contar con las tareas que son referentes al medio ambiental y sobre obtener acciones que promuevan un soporte sobre las leyes ambientales en el mercado (Lavallo, 2016).

1.5 Características Organizacionales

1.5.1 Nombre de la empresa

EcoHouse es una empresa ecológica por medio de materiales renovables que cuenta con un diseño y creación de muebles vanguardistas tanto del hogar como

de oficina, creados a base de materiales ecológicos. EcoHouse a diferencia de las demás empresas competidoras tendrá su toque personal y diferenciador.



Los muebles y mobiliarios se fabrican con materiales renovables naturales reciclados sobre un proceso de producción del medio ambiente que tendrá una huella de alto impacto positivo. La mayor parte de estos muebles se fabrican de forma artesanal, buscando acabados naturales y dar una imagen más elegante a la decoración del hogar o la oficina.

1.5.2 Organización de la empresa

EcoHouse es una organización que se enfoca en apoyarse de materiales renovables que se encuentra dentro del sector primario, donde se concentra en la producción de muebles y mobiliarios ecológicos. Por tanto, ofrece sus productos a los públicos o mercado meta que capte.

1.5.3 Misión

Ofrecer a los clientes muebles y mobiliarios a través de diseños innovadores y creativos tanto del hogar como de oficina, protegiendo el medio ambiente a través de procesos que no conlleven daños al ambiente incorporando en los procesos materiales reciclados.

1.5.4 visión

Ser una organización líder sobre la comercialización de muebles y mobiliarios ecológicos, por medio de la utilización de materiales renovables en apoyo de altos estándares de confianza y calidad en los clientes, generando la innovación y el diseño creativo, convirtiéndose en la primera opción para los clientes.

1.5.5 valores

- **Honestidad:** Garantizamos a nuestros clientes la entrega de productos y servicios auténticos.
- **Motivación:** Mantenemos el espíritu de trabajo en nuestros empleados impulsando el esfuerzo, la energía, y la conducta hacia el logro de los objetivos.
- **Trabajo en equipo:** Fomentamos en nuestros empleados la integración y colaboración creando un ambiente de sana comunicación e interacción.
- **Servicio:** Estamos comprometidos a mostrar una actitud de servicio en todas y cada una de nuestras áreas de desempeño tanto con los clientes internos como externos.

1.5.6 servicios a ofrecer

EcoNatural pretende ofrecer al mercado una variedad de productos que comercializa a sus clientes con las que cuenta en su sector:

- Muebles
- Juegos de comedores
- Mesa de noche
- Caja de juguetes
- Zapateros
- Espaldar
- Repisas
- Lavadoras
- Mesas
- estantes

Características del producto

Existen diversos tipos de muebles como son los de madera que puede ser de laurel, colorado, pino, cedro, caoba, o los que pueden ser fabricados con metal o en mimbre. Los muebles de madera que se ofrecen al público se eligen dependiendo para el lugar que sea si es para la sala o para el comedor, pero en la elaboración del mueble el tapizado se hace con telas que pueden ser nacionales o internacionales, dependiendo del estilo que pida el cliente.

En la actualidad existen diversos modelos de muebles de acuerdo a su precio y al estilo, ya que todo depende las características del cliente. Los consumidores pueden encontrar diversidad de muebles como para el comedor, sala, dormitorio, de madera, de metal o de acuerdo a sus necesidades. Los muebles pueden ser tallados, enchapados o también de modelos sencillos, pero basados en una innovación creativa y con alta calidad en su elaboración.

Para complementar los muebles contamos con cojines que sirven como adorno ofreciendo diversidad de colores y tamaños, donde se ajusten al tipo de mueble

que solicite el cliente, ya que cada uno de los cojines es de acuerdo al color de tela que elija y que concuerde con su estilo.

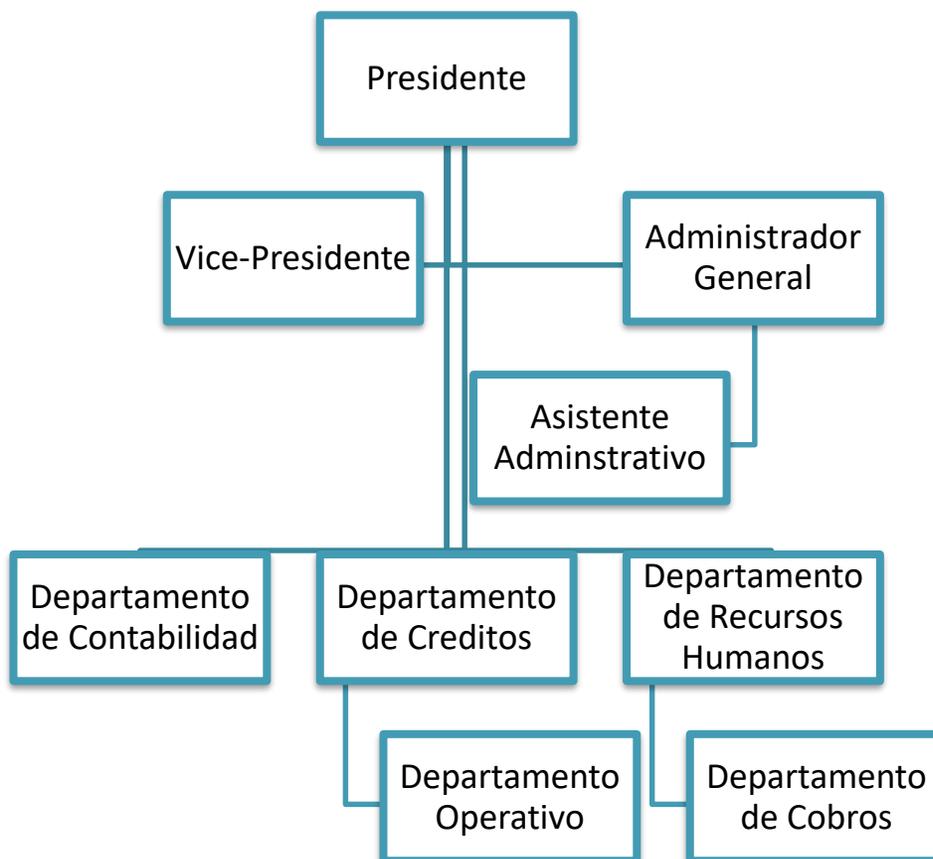
1.5.3. Variables geográficas

EcoHouse se encuentra ubicada en el municipio santo domingo Norte.

Este municipio tiene 321 178 habitantes y una extensión de 388.96 kms.

(<http://www.ahora.com.do/edicion1239/DEPORTADA/tema.html> , 2008)

1.5.4. Organigrama general



1.6 Variables Competitivas

EcoHouse es una organización que cuenta con fomentar una idea sobre la protección al medio ambiente en el cual cumple en ofrecer una comunicación efectiva sobre crear una mayor responsabilidad sobre cada uno de los agentes que producen un efecto negativo sobre el mismo, de tal forma la organización cumple en proveer beneficios generando un menor impacto ambiental y un aumento del impacto visual sobre la transformación de los materiales renovables en el cual cuenta en adicionar un cuidado al medio ambiente.

La incorporación de la organización cuenta en proveer un mejor rendimiento sobre la responsabilidad que debe de tener el cliente ante cada uno de los demás organismos, de tal forma que cumpla en asegurar una mejor obtención de los recursos. Por tanto, el uso adecuado de la materia prima genera una utilización considerable de los materiales renovables en cuestión de otorgar un apoyo sobre cada uno de los diseños planteados en función de promover una entrega de los productos y servicios de manera adecuada.

El impacto competitivo que ofrece la organización en la incorporación de la empresa se basa en:

- Diseño con materiales reciclados procesados con bajo impacto ambiental enfocándose en promover un modo de vida sostenible en el ambiente en que desarrollan los habitantes.
- Generación de ofertas de empleos

- Ejerce un compromiso para mejorar la forma de trabajo en la producción de la elaboración de muebles ecológicos.
- Plantear soluciones ambientales de acuerdo a las necesidades de cada uno de los clientes
- Desarrollo de proyectos que incentiven la protección del medio ambiente.

EcoHouse pretende incorporarse en el mercado de tal forma que produzca un impacto positivo sobre la obtención de los recursos del medio ambiente en favor de apoyarse de los materiales renovables que servirán de apoyo sobre el medio ambiente, de tal forma que sirva de herramienta en ofrecer un mayor nivel de importancia sobre la protección del medio ambiente. Sin embargo, la fabricación de muebles y mobiliarios ecológicos otorga un valor sobre mejorar las condiciones de salud y la forma en la cual le dan uso.

El impacto económico que genera la implementación del modelo de negocios sobre obtención el material renovable genera un nuevo concepto sobre la nueva organización, ya que no desprenden compuestos orgánicos, debido porque estos productos se fabrican de forma artesanal, buscando acabados naturales en los tratamientos de acabados en pinturas, tintes, y ceras naturales. Hoy en día existen empresas que están formadas por personas que realizan proyectos mezclando procesos químicos para entregar el producto final, es decir, EcoHouse genera contar con uno de los procedimientos adecuados para utilizar todos los procesos naturales para la elaboración de los muebles y mobiliarios ecológicos.

1.7 Perfil personal de los fundadores del Modelo de Negocio

PRESIDENTA GENERAL

Angélica Maldonado Román

Av. Solimar el rey con República de Peru, Ed. Don Juan 4to Apt. 101, Santo Domingo D. N.



Objetivos

Formar parte de una empresa en la que pueda poner en práctica todos mis conocimientos, que me brinde la oportunidad de alcanzar todas mis metas trazadas, y que me ofrezca la oportunidad de crecer en el área laboral, personal e intelectual.

Datos Personales

- Cédula : 402-4562205'9
- Fecha de Nacimiento : 21 de Diciembre del 1997
- Lugar de Nacimiento : Santo Domingo
- Estado Civil : Soltera

Estudios Realizados

- Primarios : Centro Educativo Nuestra Señora de la Fe.
- Secundarios : Centro Educativo Nuestra Señora de la Fe.
- Terciarios : Administración de Empresas Universidad APEC.

Curso Técnicos

- Estudiante de Ingles de la Escuela de Idiomas (Universidad APEC)
- Servicio Militar Voluntario : FF.AA.
- Manejo de Microsoft Office intermedio.

Experiencias Laborales

- Banco Santa Cruz, Gestor de servicios dic. 2018 hasta mar. 2020, oficial de servicios desde mar. 2020 hasta actual.
- TeleBanco Popular, Infocentro/Representante de ventas y servicios desde Feb. 2018 hasta May. 2018.
- Berry Dominicana, Keyer/Digitadora desde ago. 2015 hasta Mar. 2017.
- Película "Los Paracaidistas"/Panamericana Films. Dirigida por Archie López, 2014 Extra/Personaje recurrente.
- Campamento Divertido Banreservas, 2012 Monitora/ 2013 Profesora.

Referencia Personales

- Cheila De La Cruz Cel.: (809) 743-2785
- Ingrid Norberto Cel.: (809) 696-8135
- Irene Castro Cel.: (809) 481-2214



VICEPRESIDENTE GENERAL

JORGE LUIS BÁEZ CASADO

jorgeluislo@hotmail.com

EDUCACIÓN SUPERIOR

Universidad de la tercera Edad (UTE)

Decimo Cuatrimestre - Administración de Empresas

2013 – Actual

EDUCACIÓN TÉCNICA

Dominico Americano

Diez Niveles de Inglés

2011-2014

EDUCACIÓN SECUNDARIA

Colegio Loyola

Primero-Cuarto Bachillerato 2009-2013

Centro Educativo San Ramon Octavo Grado 2008-2009

EDUCACIÓN PRIMARIA

Centro Educativo Los Chicuelos

Maternal - Séptimo Grado

1997-2008

EXPERIENCIA LABORAL

Auto Refricentro HQ

Auxiliar de Almacén

2010-2012

Clima Frio auto aire

Vendedor

2013-2014

Banco Caribe

Área de Mercadeo Analítico.

2015-2016

Área de Relaciones Públicas Departamento comunicaciones Corporativa.

2016-2017

HABILIDADES

- Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)
- Inglés Intermedio
- Internet
- Correo Electrónico

Capítulo 2: Estudio de mercado



Capítulo 2: Estudio de mercado

2.1. Análisis actual del sector muebles en el mercado dominicano

El mercado a través del tiempo ha conllevado una serie de cambios que han beneficiado cada uno de los sectores, debido a las nuevas tendencias que han tenido ocurrencia sobre los nuevos sistemas que ha integrado la globalización, lo cual ha permitido que las organizaciones otorguen un nuevo escenario en contar con los parámetros necesarios para una ejecución adecuada de los procedimientos operativos. Sin embargo, las nuevas tendencias han proyectado un cambio cultural en el consumidor que ha beneficiado la obtención sobre la búsqueda de productos y servicios integrados a fin de satisfacer necesidades que cumplan con las operaciones que entrega la empresa.

Los consumidores cuentan con diferentes necesidades en el cual se mueven de un lugar a otro en buscar satisfacer aquellas percepciones que tienen acerca de los productos y servicios que adquieren en el mercado, pero los productos del hogar son elementos claves que otorgan valor para las organizaciones en el cual son productos que demandan un grado de necesidad sobre el conjunto de elementos que intervienen en relación al estilo de vida que tenga cada cliente.

Los consumidores cuentan con diversas manifestaciones y conductas que son asociadas al producto que desean adquirir, lo cual debe de contar con diseño, precio, tamaño y seguridad que corresponda a las especificaciones buscadas en el mercado. Sin embargo, los consumidores tienen diversos estilos de vida que se

adaptan a condiciones en las cuales desean adquirir cada uno de los productos, de tal forma debe integrar factores motivacionales que acerquen la mirada del mismo hacia la organización, donde la diversidad de productos ejerce un factor elemental en la manera en la cual las organizaciones promueve sus productos.

Por medio de la evolución del mueble en el mercado dominicano ha contado con una serie de aspectos que tiene lugar en usar diversos recursos para la obtención de una elaboración del mueble que cumpla con las exigencias del mercado, lo cual las necesidades de la población crecen en virtud de contar con mobiliarios y muebles del hogar que cumpla con una elaboración y un diseño diferenciador sobre las nuevas tendencias que se asocian al mercado.

El mercado del mueble en sector comercial dominicano ha obtenido un avance considerable sobre el comportamiento establece en la producción nacional, debido que ha generado una demanda interna que ha superado cada día las formas que asumen las organizaciones en función de la elaboración de muebles, lo cual rige una serie de acciones que son sujetos a los cambios que se deben integrar sobre los cambios otorgados basados en la calidad y diseño para una funcionalidad que cumpla con cada una de las necesidades de los clientes.

El proceso de producción del mueble en el desarrollo del mercado dominicano ha correspondido en integrar una serie de acciones que cumple en ofrecer un producto final que cumpla con las necesidades de los consumidores, lo cual los tableros aglomerados y contrachapados permiten que la materia cuente con un

otorgamiento sobre integrar muebles de oficinas y del hogar que cumplan con las exigencias del mercado.

Las características sobre los costos del subsector en la elaboración de los muebles cuentan con reflejar un uso a través de la mano de obra no calificada con bajos salarios y baja productividad que sea asociada en alinear cada uno de los porcentajes enfocados con la energía y depreciación en cuanto a la mecanización sobre la producción y la reconversión tecnológica sobre el sector.

A través de las industrias de muebles cuentan con proveer la representación de una elaboración que cumpla con otorgar cada una de las acciones que son adecuadas en cuestión del proceso de fabricación de los muebles, donde en el mercado dominicano, debido que la mayoría de producción del mueble se realiza en zona nacional, concentrándose en el área de Santo Domingo y en Santiago. Se estima que la producción en zona franca representaría el 1% de la producción de muebles del país.

La producción de muebles tiene un peso relevante en la economía. Explica cerca del **1% del PIB y el 10% del empleo manufacturero**. Es un sector diverso que elabora productos heterogéneos a través procesos productivos diferenciados. La fabricación de muebles de madera para el hogar, especialmente de madera es, por mucho, el renglón principal, pero también la componen la fabricación de colchones, de muebles tapizados, de metal, plástico, y fibras naturales y artificiales, de muebles de cocina, y de puertas y ventanas de madera y metal (Matos, 2019).

En 2008, el tamaño del mercado de muebles, medido por el consumo aparente, alcanzó algo más de RD\$ 7 mil millones. De esta demanda total, el 55% es satisfecho por las importaciones y el 45% por productos de fabricación nacional. Las exportaciones son modestas y han sido relativamente inestables. En promedio entre 2002 y 2009 el valor de las exportaciones de muebles diversos fue de US\$ 10.5 millones. Cuando se agregan otras exportaciones como las de puerta y ventanas, aumenta hasta poco más de US\$ 20 millones.

En la fabricación de muebles del hogar, aunque hay empresas grandes, la mayoría y la mayor parte de la producción es fabricada por pequeños talleres de ebanistería con baja dotación de maquinaria y equipo, muy poco especializados, con bajos niveles de estandarización y con débiles o inexistentes sistemas de gestión. Su productividad y la calidad de sus productos son mayoritariamente bajas. Las empresas más grandes, con procesos estandarizados y alta productividad son pocas, aunque destacadas. Siendo así, la industria se sostiene gracias a una producción adaptada a los gustos y las preferencias del mercado, y a bajos salarios y beneficios, en una dinámica que le impide a crecer, desarrollarse y modernizarse (Matos, 2019)

El sector madera y muebles en el mercado dominicano cuenta con proveer cada uno de los productos que son asociados en facilitar mobiliarios que cumplan con las exigencias de los clientes, lo cual permite lograr que el sector industrial cuente con un incremento de utilidades que mejora el rendimiento del sector.

Tabla 1, Sector Industrial sobre el Producto Interno Bruto

PIB Sector Industrial	Porcentaje
2012	-0.7
2013	-1.2
2014	0.3

Tabla No.1 Sector Industrial sobre el Producto Interno Bruto

Fuente: (Baez, 2020)

Tabla 2. Sub-sector Muebles

Año	Producción Real	Empleo
2012	1.4	3.45
2013	5.1	-2.0
2014	-5.1	-1.2

Tabla No. 2 Sub-sector Muebles

Fuente: (Maldonado, 2020)

De acuerdo con el desarrollo del mercado dominicano en cuanto al sector muebles sobre la consideración de la clase media en el funcionamiento sobre la elaboración de muebles y mobiliarios sobre favorecer el aumento del crecimiento sobre otorgar un valor que cumpla el incremento con un nivel de participación de un 7.2% en referencia del aumento del sector sobre cumplir con las necesidades

de los clientes. Sin embargo, el sector muebles es uno de los más influyentes en el mercado dominicano que cuenta con un valor representado de un 13.3% sobre el valor nacional y un 12.0% sobre el producto interno bruto en el periodo del 2012 al 2014.

El sector muebles es el tercero con mayor influencia comercial en el mercado, lo cual ha conllevado una serie de cambios que ha favorecido el crecimiento de las actividades que desarrollan las empresas, pero en los años del 2012 al 2014 ha contado con un sector favorable sobre el acceso de promover productos que se adapten a las exigencias del mercado nacional.

Tabla 3. Dilema de la Manufactura Responsable

Dilema de la Manufactura Responsable			
Periodo	2012	2013	Variación
Industria Manufacturera	55.994	55.322	-1.2%
Fabricación de Muebles	1.281	1.263	'1.4%

Fuente: (Maldonado, 2020)

Por su parte, las importaciones de mobiliarios y muebles han obtenido un valor sobre su operación, lo cual cuenta con un 95% sobre la gestión de almacenes que venden muebles que son derivados de fabricantes, lo cual no están interesados en proveer productos importados, lo cual cuenta con un aspecto sobre fabricación.

Sin embargo, el mercado dominicano cuenta con una serie de empresas líderes que se dedican a la elaboración y fabricación de muebles que han formado parte de una considerable integración de accesorios y estilos que cumplen con las exigencias de los clientes en el hogar, puesto que basan sus precios y tamaños en favorecer las especificaciones de cada uno de los clientes.

2.1.1. Análisis del mercado en la incorporación de EcoHouse

El sector de las pequeñas y medianas empresas que se han incorporado en el mercado dominicano ha contado con un desarrollo sostenible sobre el sector industrial del mueble, debido que han generado un valor en el valor producto sobre la generación de empleos y exportaciones que han consolidado el subsector y el otorgamiento de divisas que contribuye el sector económico del país.

Por medio del conjunto de pequeñas y medianas empresas que constituyen el **2%** de los negocios relacionados con el sector muebles, de los cuales las empresas de muebles forman el **45%** que cuenta con una capitalización media, siendo un 16\$ sobre la capitalización alta.

El mercado dominicano ha fomentado una adecuada producción sobre la participación del sector muebles, debido que se enfoca en el mercado interno, siendo una producción que favorece la producción de muebles de madera, puesto que la mayoría de las empresas conforma el 70% sobre el otorgamiento de estilos de pequeños, talleres que son relacionados con operaciones que formaron sus empresas para brindar un alto servicio.

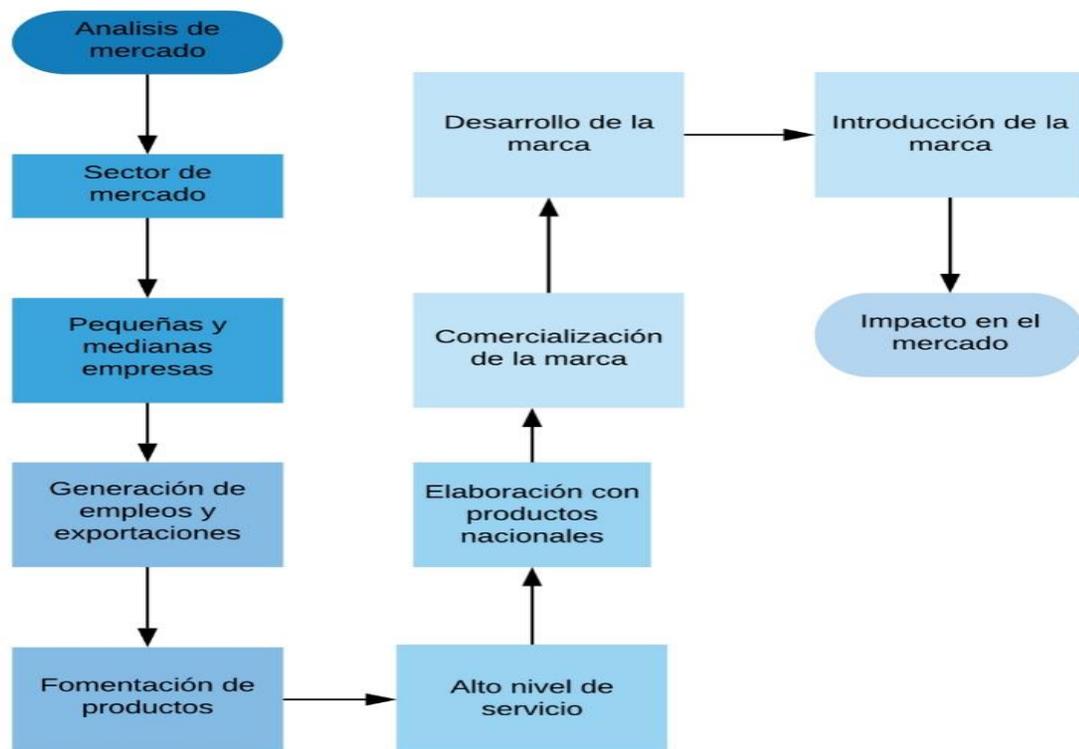
La elaboración de muebles sobre la producción nacional cuenta con enfocar un aspecto en el consumo interno popular en destinar las exportaciones que son involucradas en la elaboración de muebles, lo cual usan materiales que son de recursos renovables que se otorgan a los sectores para aumentar el poder adquisitivo sobre los efectos de la causa en dirección de la oferta que cumple en proveer un indicador adecuado de los recursos.

La incorporación sobre la elaboración y comercialización de mobiliarios y muebles con recursos renovables que ofrece el medio ambiente otorga una serie de diseños y estilos que son enfocados en cumplir con las exigencias de los clientes, lo cual permite adicionar una serie de diferentes productos que promuevan una cultura que cumpla en mejorar el estilo y la seguridad de cada uno de los clientes en favor de adicionar aspectos que sean referentes hacia prometer un futuro acorde a las exigencias del mercado.

La visión que establecen muchas empresas se basan en otorgar un aspecto claro sobre la forma en el cual se deben asumir para mejorar la comercialización de los muebles en función de los colores y tamaños, lo cual deben ser registrados en mejorar la perceptiva y expectativa del cliente sobre mejores estándares de calidad. A pesar de las tendencias que se han incorporado en el mercado sobre el valor que ha ocupado el mueble constituye un aspecto que conllevado un estilo retro, minimalista y muebles clásicos sobre una inclinación en función del mueble que cumpla con estilos asociados en favorecer el desarrollo de la marca ante cada una de las gestiones que se desean incorporar en relación al cliente, siendo que el mismo compra a través de lo que ve.

EcoHouse es una organización que cuenta con estilos de muebles que sean innovadores en diferentes estilos en función de otorgar un valor sobre la elaboración del producto en efectuar un alto nivel de competitividad que cumpla con introducir una marca que mejore la obtención de los recursos renovables, permitiendo dar una marca de productos que sea acorde a las necesidades actuales y en función de disminuir efectos negativos en el ambiente. Las organizaciones que se dedican en el otorgamiento de muebles ecológicos se basan en las leyes y condiciones que exige el mercado dominicano sobre la protección y cuidado de la misma, lo cual es un factor esencial en promover un proceso de elaboración que sea sujeto a no contraer efectos negativos sobre su desarrollo e impacto en el entorno.

Figura 1. Flujo del análisis del Mercado EcoHouse



Fuente: (Maldonado, 2020)

2.2. Análisis de la investigación del mercado

El mercado dominicano cuenta con un estilo formal en cuanto a la percepción que tiene el consumidor sobre los muebles y un mercado informal sobre el tipo de estilo contemporáneo que puede implicar actuación en la elección del mismo. No obstante, el consumidor dominicano se caracteriza por un marca en específica que conlleva un aspecto que integra condiciones que buscan en las empresas dedicadas a esta actividad, lo cual rige el comportamiento asociado a determinar las condiciones óptimas sobre aspectos como son: precio, tamaño, y estilo en función de otorgar un criterio claro en llevar a cabo un factor que radique en fomentar acciones que sean dispuestas en otorgar un valor sobre los factores que incluye exclusividad, diseño y calidad ante cubrir las expectativas del cliente.

La demanda de los artículos que son relacionados con la decoración del hogar otorga a las empresas de muebles un factor que implica una influencia masiva sobre la actuación del consumidor, ya que pueden presentar conductas que pueden verse involucradas con el grado de fidelidad ante el producto, y que puede influir en torno al precio, apariencia física, innovación y estilo que son atribuidos a la marca.

Por consiguiente, los clientes se desplazan en el mercado en relación de buscar mejores precios que se adecuen a sus necesidades, lo cual tiene una incidencia sobre la forma exclusiva en el cual buscan los productos en cuestión de obtener altos niveles de seguridad de seleccionar sus productos. Sin embargo, la demanda

de los muebles es un indicador esencial para las organizaciones, debido que los clientes siempre compran este tipo de producto.

2.2.1. Empresas relacionadas al medio ambiente

La investigación del mercado otorga información concerniente en registrar una serie de organizaciones que son relativas en su influencia en relación del medio ambiente, debido que cuenta con un respaldo en promover acciones que han fortalecido este tipo de actividad, tales son:

- **Cluster Turístico de la Altagracia** y del Consejo de desarrollo provincial del Ministerio de Medioambiente, fue constituida en República Dominicana en 2010 pero con más de 30 años de desarrollo internacional que junto a nuestra Fundación Ecoturismo Responsable.org, cuenta con la experiencia, perisología necesaria, y equipos técnicos y personal altamente capacitado.
- **Cervecería Nacional Dominicana (CND)** desarrolla una plataforma de responsabilidad social que promueve e impulsa lo mejor de nuestro arte y espectáculo, cultura y deporte, así como la protección y preservación del medio ambiente. Este último renglón ocupa un foco especial en la labor social de esta empresa.
- **Industria del Papel Sido** Una compañía que se dedica a la fabricación de rollos de papel higiénico y de servilletas, mediante la implementación del reciclaje o reutilización de papeles que una vez pertenecieron a los archivos de empresas, basura escolar o cualquier otro.

2.3. Mercado Meta

El mercado dominicano cuenta con una participación del sector mueble que ha sido muy efectiva en cuanto a las acciones que han tomado en cuenta para mejorar la entrega de los productos y servicios en función de proveer un desarrollo adecuado para favorecer las necesidades de los clientes, ya que el consumidor dominicano cuenta con una serie de factores que son asociados en el precio, color, tamaño y estilo, que dependerá de la necesidad en la cual se encuentre la persona para el establecimiento de la venta del producto.

La participación de las entidades que se han incorporado en el mercado dominicano sobre la elaboración de muebles cuenta con un nivel de participación que ha involucrado una serie de aspectos que son ligados en relación del cliente. Sin embargo, la actividad comercial se ve ligada que cada una de las organizaciones que se desplazan en el mercado cuenta con un fuerte impacto sobre el nivel de efectividad para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

La obtención de recursos renovables es una alternativa ideal para la elaboración de muebles, ya que permite no utilizar materiales tóxicos ni que presenten efectos negativos para el medio ambiente, lo cual permite contar con una serie de procedimientos que son relacionados en favorecer la disponibilidad de los recursos que ofrece el medio ambiente.

Las organizaciones ecológicas cuentan con proveer una estimación de acciones que promueven un mejor cumplimiento de cada una de las actividades ligadas en mejorar el medio ambiente, lo cual cuenta con una elaboración de muebles que sea acorde a las necesidades de los clientes y que no contenga efectos negativos para el medio ambiente. Sin embargo, el proceso de incorporación de la organización cumple en captar nuevos clientes que son enfocados de brindar alternativas que cumplan en proveer al consumidor los aspectos que mejoren el alcance sobre la ejecución de medidas que refuercen el vínculo con cada cliente.

La organización incorporada en el mercado dominicano busca atender a las necesidades de los clientes, lo cual cuenta en proveer un producto acorde a las exigencias del mercado que sea capaz de promover un indicador que cumpla con sus expectativas y percepciones sobre relacionar una entidad que cumpla con productos innovadores y bajo estándares de calidad.

Los últimos datos facilitados (correspondientes al año 2000), muestran la evolución positiva que las importaciones dominicanas de mobiliario están experimentando en los últimos años. Así, como se puede observar en el cuadro adjunto, en el año 2000 las importaciones de mobiliario (partidas arancelarias 94.01, 94.03 y 94.04) superaron los 53 millones de dólares USA, un 40,8% más que en 1999.

P.A.	1998	1999	2000
P.A. 94.01	3.775.951	4.053.506	6.018.470
P.A. 94.03	29.192.549	31.459.433	44.474.474
P.A. 94.04	2.416.640	2.449.957	2.950.256
TOTAL	35.385.140	37.962.896	2.950.256

Por países y según las estadísticas facilitadas por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), Estados Unidos es el principal país proveedor de mobiliario de este país, seguido por España e Italia. Cabe destacar la importancia que están adquiriendo, en lo que a importaciones de muebles se refiere, países como China, Indonesia, Brasil y Taiwán, entre otros.

En el Anexo II viene reflejada la procedencia de las importaciones de mobiliario durante el año 2000 desglosadas por partidas arancelarias.

Los importadores dominicanos de mobiliario suelen negociar directamente con las fábricas extranjeras de forma que la figura del agente o representante no está muy extendida en este mercado. La mayor parte de ellos solicita la exclusividad de los artículos importados.

Las importaciones dominicanas han consolidado un buen canal directo con diversos mercados importantes como son Estados Unidos, España, Italia, Alemania y Canadá, lo cual ha contribuido en importar productos para la elaboración de muebles que ha favorecido el cumplimiento de las necesidades nacionales a fin de contar con los requerimientos que mejoran el comercio del mercado dominicano.

PARTIDA ARANCELARIA ARANCEL

94.01 20%

94.03 20%

94.04 20%

Los impuestos que se añaden sobre el proceso de importación hacia el mercado en el mercado dominicano cuenta con un sobre el valor añadido en los distintos tipos de impuestos que se aplican a los bienes y servicios. Sin embargo, la existencia del Impuesto de Transferencia de Bienes Industriales y Servicios (ITBIS). Se trata de un impuesto que grava el consumo y que, por lo tanto, sería equivalente al IVA español. El ITBIS asciende al 12% y se aplica sobre el valor CIF más el arancel.

17% General: en la venta e importación de todas las mercancías no incluidas en el tipo reducido.

13% Reducido: venta e importación de bienes de primera necesidad alimentos básicos, agua, gas natural, gas metano, carbón, libros, revistas y periódicos, productos farmacéuticos.

4,75% el denominado Recargo Bancario: que se aplica a todas las mercancías importadas.

V. SECTOR DEL MUEBLE: RELACIONES BILATERALES

En lo que al sector del mueble se refiere, las relaciones bilaterales entre España y República Dominicana se caracterizan por el importante superávit que muestra la

balanza comercial a favor de nuestro país. El sector del mueble ocupó en el año 2002 la décima posición en el ranking de los productos españoles exportados a República Dominicana frente al segundo puesto alcanzado en 2001. Así, las exportaciones de mobiliario han pasado de 35,6 millones de euros en el año 2001 a los 10,7 millones de euros durante el año 2002.

La cantidad exportada a República Dominicana en este último año tan sólo ha representado el 0,7% del total exportado por España a nivel mundial (partidas arancelarias 94.01, 94.03 y 94.04). Las importaciones, por su parte, alcanzaron en el año 2002 la cifra de 38 mil euros (frente a los 86 mil euros de 2001), situando el sector del mueble en el puesto vigesimotercero del ranking de productos procedentes de República Dominicana (Matos, 2019).

	1998	1999	2000	2001	2002
Export	4.884	11.746	19.894	35.663	10.785
Import	--	30	25	86	38
SALDO	4.884	11.716	19.869	35.577	10.747

En miles de euros

Tras la evolución positiva experimentada por las exportaciones españolas de mobiliario en los últimos años, en el 2002 se ha producido una disminución del 70%. La evolución real de las exportaciones e importaciones en porcentajes viene reflejada en el siguiente cuadro:

	98/97	99/98	00/99	01/00	02/001
Export	71%	140%	69%	79%	-70%
Import	-100%	30%	-16%	244%	-56%

En porcentaje

De acuerdo con las importaciones se han registrado que ha obtenido una reducción sobre el nivel de actividad en cuanto a las exportaciones, lo que ha generado una actuación que se ha consolidado en el alcance de lograr una mejor participación sobre la comercialización en la producción del mueble en cuanto a la evolución mundial.

2.2.2. segmento demográfico

El mercado se divide con las siguientes variables tales como son: país, ciudad, edad, ingresos y localidad, enfocándose según las necesidades que tengan el consumidor y según la ubicación de cada uno de los clientes, lo cual el cuadro siguiente detalla la información general, tales son:

Tabla 4, Estudio Demográfico

Variables Demográficas	Niveles
País	República Dominicana
Ciudad	Santo domingo
Edad	De 21 años en adelante
Ingresos	De 15,000 en adelante
Localidad	Santo domingo, distrito nacional

Tabla No.4 Estudio Demográfico

Fuente: (Leclerc, 2020)

El análisis demográfico cuenta con un desglosé sobre la composición del mercado en cuanto al mercado meta, lo cual se divide en una composición de aspectos que son relativos en cada una de las cualidades que debe disponer el cliente sobre el perfil de la organización, como son:

- **Sexo:** será ofrecido para cualquier persona que tenga la necesidad de adquirir un mueble o mobiliario ecológico.
- **Edad:** La edad estimada para adquirir un mueble es superior a los 21 años de edad, ya que disponen del nivel económico para poder adquirir el producto.
- **Ingresos:** La persona que desee adquirir el producto, que sea a crédito debe disponer de un mínimo de ingresos de 15,000 pesos, pero si la persona adquiere el producto al contado el rango de edad es 21 años.

2.2.3. Segmento Psicográfica

Por medio del análisis psicografica se relaciona a la clase social en el cual la organización dispone del enfoque sobre su determinación en cuanto al estilo y características que son incluidas en cuanto a los elementos motivaciones que atraen la cercanía del cliente a la organización, debido que ve asociada ante conductas y actitudes que dependen de la necesidad sobre la búsqueda del producto.

La población del segmento del mercado cumple con la presencia de una serie de tendencias que son registradas en ofrecer un grado de actividad que es acorde a las características asociadas a las necesidades de los clientes, lo cual compone de una serie de estilos de vida que son referentes a lo que busca, sin embargo, el factor social implica una influencia masiva sobre el aumento de la percepción del producto, lo cual debe ser enfocada sobre la calidad, innovación y confianza del cliente en el vínculo con el producto.

La clase social enfocada cuenta con una determinación sobre la clase media – media alta, ya que son un segmento de personas con mayor estabilidad en el cual pueden adquirir productos vanguardistas, de tal forma que el sector seleccionado cuenta con una determinación de parámetros que son involucrados en promover confianza en el cliente.

Las diversas tendencias registradas sobre el comprador dominicano cuentan con un nivel de actuación constante en promover acciones que sean enfocadas en mejorar la incidencia en el mercado, de tal manera que cumpla en proveer un estilo de vida que sea acorde a la clase media – media alta en virtud satisfacer cada una de las necesidades de los clientes sobre la búsqueda de clientes para promover los productos.

2.2.4. Segmento conductual

El segmento conductual sobre la incidencia de los clientes radica en el análisis pictográfico, debido que el comportamiento que asocian es fundamental en la generación de valor sobre la percepción que asumen del producto, pero implica satisfacer las expectativas de los clientes en cuanto a la generación de valor sobre la forma adecuada para una toma de decisiones que cumpla con un proceso de compra eficaz.

Las nuevas tendencias que asume el mercado otorgan que las empresas sean más innovadoras y competitivas en cuanto a integrar acciones que promuevan un mejor rendimiento en la convivencia con el cliente. El perfil de la población dirige a una nueva era que cumple en asociar aspectos que son relativos en obtener una presencia que cumpla en promover indicadores que sean basados en asegurar una mejor cercanía con el cliente en proporcionar una organización con niveles de aceptación con el cliente.

2.2.5. Perfil del consumidor

Los consumidores cambian los artículos del hogar cada cierto tiempo, lo cual se van actualizando a medida en que transcurre el tiempo, siendo un aspecto que involucra una serie de acciones que son determinantes a los procesos de compra, ya que es un aspecto que permite mantener observando posibles ofertas para el cambio de la misma. Sin embargo, los comerciantes establecen diversas formas de pago que puede ser al contado o crédito que facilita el medio de obtención del

producto, de tal manera que el cliente sienta confianza y seguridad en los productos solicitados.

Los consumidores cada vez más reconocen el valor sobre las marcas y cuentan con mayores niveles de exigencias en cuanto a la obtención de los productos, lo cual tienen una mayor responsabilidad social sobre contar con una producción que cumpla en cuidar y preservar el medio ambiente, siendo un aspecto que otorgue razones para mejorar la incidencia de acciones que facilite la convivencia del cliente.

Existen diversos aspectos que son relativos de los consumidores, ya que la venta de los mobiliarios y muebles ecológicos exige un mayor compromiso ante las organizaciones en promover mayor nivel de eficiencia a través de factores que radican en la durabilidad, confianza y garantía. Sin embargo, la experiencia del cliente es un aspecto que radica mayor compromiso, siendo un indicador que provoca sucesivas compras hacia la organización.

El mercado dominicano cuenta con un variación del comportamiento sobre el perfil del consumidor, debido que el mismo compra en relación de la marca, ya que cuenta con creencias y hábitos que nacen a partir de lo que se ve y sobre las experiencias de otros clientes, siendo un aspecto que puede favorecer o desfavorecer a la organización, donde los consumidores se mueven de un lugar a otro en búsqueda de encontrar las necesidades acorde a sus exigencias, pero que

se asocia a factores que depende de la forma en que la empresa se vincule con cada uno.

Los consumidores se dividen en dos grupos como son: los que compran productos en relación a los que buscan para satisfacer sus necesidades hacia una marca en específica y los consumidores promedios que son los clientes que adquieren un producto o servicio.

El mercado cuenta con una diversas de organismos que han tenido una ocurrencia en el desarrollo de la economía dominicana, lo cual operan para obtener la mayor demanda en el mercado, siendo este un comportamiento en el poder de adquisición frente a la marca por los variables de popularidad y exclusividad. Sin embargo, los factores que más intervienen a la hora de un dominicano realizar una compra es el precio el diseño, donde en sus casos unos buscan cantidad y otra calidad.

Tabla 5. Análisis del mercado meta sobre el perfil del consumidor

Variables	Sub-variable	Resultado
Geográfico	País	República Dominicana
	Provincia	Santo domingo
Demográfico	Sexo	Masculino y Femenino

	Edad	De 21 en adelante
	Ingresos	De 15,000 pesos dominicanos en adelante
	Clase social	Clase media – media alta
Psicografica	Cultura	Personalidad Motivaciones Estilo de vida Tendencias

Tabla No. 5 Análisis del mercado meta sobre el perfil del consumidor

Fuente: (Leclerc, 2020)

El cuadro anterior establece un resumen de cada uno de los aspectos relacionados con el análisis del mercado del consumidor en el cual permite un cumplimiento que atribuye un desglose de cada uno de los elementos que mantienen una interacción sobre el comportamiento del consumidor dominicano ante las variables y aspectos que definen cada parte.

2.3. Análisis de la competencia

La competencia es uno de los factores que tiene mayor influencia a la hora de introducir una nueva organización en el mercado, debido que lleva la delantera en cuanto a la captación de cliente, pero las nuevas organizaciones que se introducen en el mercado buscan superar las expectativas de las empresas competidora a través de acciones que permiten crear un valor agregado ante la expectativa de los consumidores sobre el bien o servicio brindado. Las organizaciones buscan captar mayor número de clientes, pero al momento de introducirse en el mercado es un aspecto que permite generar valor los clientes en cuanto al otorgamiento de crear acciones que favorezcan estrategias que sean vinculadas en contar con acciones que cumplan con la calidad e innovación sobre cada una de las variables que intervienen sobre la organización y funcionamiento de las actividades sobre la comercialización del producto.

EcoHouse cuenta con un enfocarse al sector comercial en cuestión de brindar una nueva alternativa en los productos del hogar bajo la utilización de recursos renovables que favorece una disminución de aspectos involucrados al medio ambiente en referencia de asegurar un mejor crecimiento sobre la participación de la organización en el mercado. La competencia en el sector de muebles en el Santo Domingo Este cuenta con un comportamiento Oligopolista en el cual son pequeñas las empresas productoras de muebles que abarca el mercado, lo cual no cuenta con las formas de cómo obtener el producto de manera eficaz sin afectar al otro. El siguiente cuadro cuenta con una especificación de los organismos que se dedican a la venta de muebles en Santo Domingo, donde se han tomado las de mayor relevancia nacional, como son:

Tabla 6. Empresas Comercializadoras de Muebles en Santo Domingo

Numero	Tienda Consulta	Contacto
1	Muebles Monegro	Rafael Abreu
2	Walter Comercial	Graciela Cordero
3	Abel Muebles	Roberto Rodríguez
4	Rafi Muebles	Rafael Castillo
5	Y R Comercial	Alicia Rodríguez
6	Mabel Muebles	Orlando Espino
7	Distribuidora Corripio	Manuel Corripio
8	Fácil Comercial	Brenny Francisco
9	Ray Muebles	Lennin Marte
10	Lucy Muebles	Rolando Martin
11	Comercial Méndez	Isabel Secundo
12	Leo Muebles	Fermín Bonilla
13	Máximo Comercial	Máximo Urbaez
14	Muebles Gael	Estela Reynoso
15	L y R Comercial	Roberto Reyes
16	A y J Electro	Sócrates Parra
17	Frank Muebles	Francisco Muñoz
18	Arbaje Sony	Nelson Rodríguez
19	White Door	Leticia Pérez

20	F. Cochones Hnos Tejeda	Edwin Tejeda
21	Actualidades	Abraham García
22	La Curacao	Mercedes García
23	Casa Abreu	Fausto Abreu
24	Neto, SRL	Francisco Ribeiro
25	Arte D Carolina	Laura Carrasco
26	Plaza lama	Víctor Ogando
27	IKEA Santo Domingo	Carmen Validez
28	Muebles Omar	Carlos Castro
29	Bellacasa Internacional	Cesar Abad
30	Multicentro Churchil	Alberto Pérez
31	La Hogareña	Denia Pujol

Tabla No. 6 Empresas Comercializadoras de Muebles en Santo Domingo

Fuente: (Baez, 2020)

2.3.2. Competencia directa e indirecta

Competencia Directa.

Por medio del análisis de la competencia directa e indirecta permite atribuir una serie de aspectos que son relacionados en enfocar la actuación de la organización en el mercado en dirección de identificar cada una de las partes que intervienen en el desarrollo de la organización a fin de determinar cada uno de los patrones que tiene relevancia sobre su participación en el mercado. Sin embargo, la

introducción de la organización permite atender a las necesidades de los clientes, lo cual cuenta en fomentar una nueva cultura organizacional orientada en favorecer las exigencias del mercado.

Tabla 7. Análisis de la competencia directa Santo Domingo Este

Ciudad	Empresa	Producto o servicio
Santo Domingo Este	LyR Comercial	Se dedican a las ventas de productos del hogar como son muebles, repisas, lavadoras, estantes, colchones y mesas.
Santo Domingo Este	Abel Muebles	Se especializan en muebles para el hogar.
Santo Domingo Este	Comercial Méndez	Se dedican a las ventas de productos del hogar como son muebles, repisas, lavadoras, estantes, colchones y mesas.

Tabla No. 7 Análisis de la competencia directa Santo Domingo Este

Fuente: (Leclerc, 2020)

Competencia Indirecta

- Supermercado
- Tiendas
- Comercializadoras
- Vendedores ambulantes

2.3.3. Matriz de perfil competitivo

La comprensión del perfil competitiva que existe sobre el principal competidor que podrá tener EcoHouse que es L y H Comercial, es una organización dedicado a la fabricación de mobiliario que es el competidor más cercano que contara la organización, en el mismo se identifica los principales factores basados en sus fortalezas y debilidades que presenta la competencia en el mercado.

Tabla 8. Matriz de Perfil Competitivo

Matriz de perfil competitivo			
Factores claves del éxito	Ponderación	Calificación	Puntaje
Precio	0.05	2	0.1
Servicio al cliente	0.15	3	0.45
Calidad de	0.18	4	0.72

producto			
Diseño de producto	0.17	3	0.51
Amplitud de la línea de productos	0.06	3	0.18
Posicionamiento en el mercado	0.17	4	0.68
Puntos de venta	0.17	2	0.34
Total	0.95		2.98

Tabla No. 7 Matriz de Perfil Competitivo

Fuente: (Leclerc, 2020)

Tabla 9. Calificación de la ponderación del Perfil Competitivo

Calificación	
Debilidad mayor	1
Debilidad menor	2
Fortaleza menor	3
Fortaleza mayor	4

Tabla No. 8 Calificación de la ponderación del Perfil Competitivo

Fuente: (Leclerc, 2020)

Este competidor cuenta con un fuerte posicionamiento en el mercado, por contar con productos de calidad y por ser contemporáneos con un amplio portafolio de diseños y por contar con fácil acceso de muebles a sus clientes. Esta empresa mediante la innovación cumple con un valor agregado de sillas y cojines que impresiona la mirada del cliente.

La calidad y la innovación es un factor esencial para competir en el mercado, ya que las empresas buscan mejorar los puntos débiles de sus competidores con el fin de ofrecer productos y servicios innovadores dándose a conocer por las diversas fuentes bajo una excelente calidad de precios que es una variable que los clientes toman mucho en cuenta a la hora de comprar un. Por lo tanto, el servicio al cliente debe de ser un factor crítico para llegar a ese segmento de público por medio desde productos que llenen las necesidades de los consumidores.

2.4. Plan de Marketing

Por medio de la incorporación de EcoHouse en el mercado dominicano cuenta con ofrecer un impacto positivo sobre el funcionamiento de las operaciones en la comercialización de muebles y mobiliarios del hogar, lo cual cuenta en insertarse a través del uso apropiado de los recursos renovables que servirán de apoyo para favorecer el cumplimiento de cada una de las actividades que desarrolla la organización en cuanto a satisfacer las necesidades de los clientes.

Por medio de los productos que integra la organización busca en operar de forma coordinada y eficaz ante cada uno de los aspectos que son concernientes a la ejecución de procesos que favorezcan el alcance de cada uno de los requerimientos que son vinculados en ofrecer productos que sean acorde a las exigencias del mercado.

La organización ofrecer su operación a un mercado meta de clase media – media alta en cual cumpla con estándares de calidad que sean acorde a las directrices del marketing que cuente con una penetración de la organización en el mercado que cumpla con cada uno de los aspectos relativos sobre un funcionamiento que cumpla en asegurar un aumento de la participación adecuada para asegurar la mayor captación de clientes.

Dentro del plan de marketing sobre la introducción de la organización en el mercado se establecen estrategias como son:

2.4.1. Estrategia de penetración

La estrategia de penetración permite introducir la organización en relación al establecimiento de mostrar la cartelera de productos y servicios que llamen la atención del cliente.

2.4.1.1 Objetivo

Posicionar el mercado objetivo que conozca sobre los nuevos productos del hogar que ofrece la organización.

2.4.1.2 Estrategia

Ofrecer productos que sean basados en seguridad, confianza y calidad.

2.4.1.3 Táctica

Mostrar cada una de las variedades de los productos del hogar resaltando la obtención del material, donde se promueve destacar los diversos colores, tamaños y diseños.

2.4.2. Estrategia de desarrollo de mercado

2.4.2.1 Objetivo

Captar nuevos consumidores en el sector donde se encuentra la empresa

2.4.2.2 Estrategia

Mostrar a los consumidores las diversas variedades de los productos del hogar en cuestión de fomentar una cultura que cumpla con cada uno de los estándares de seguridad con el cliente.

2.4.2.3 Táctica

Incentivar la fuerza de ventas que realice un volanteo, lo cual permita dirigirse hacia diversas zonas de la organización hacia mostrar cada uno de los principales productos de la organización en el cual se detalla otros servicios que también ofrece, donde incluya los elementos decorativos de las diferentes formas y tamaños que pueden adquirir su mobiliario.

2.4.3. Estrategia de distribución.

2.4.3.1 Objetivo

Satisfacer con puntualidad la demanda y entrega de los productos en el área de Santo Domingo, DN.

2.4.3.2 Estrategia

Desarrollar una red de logística que abarque las áreas implicadas en el proceso comercialización del producto

2.4.3.3 Táctica

Creación de políticas de tiempo de respuestas.

2.4.4. Estrategia de Promoción

2.4.4.1 Objetivo

Dar a conocer al público objetivo los servicios y su asequibilidad.

2.4.4.2 Estrategia

Utilizar los medios de comunicación tradicionales y digitales con el fin de promover un desglose de información que cumpla con asegurar una mejor difusión de información de la organización.

2.4.4.3 Táctica

Por medio de una campaña en medios tradicionales y digitales se realiza concursos en las redes sociales por medio de hashtag, con el fin de sumar más cliente a la empresa y en los medios tradicionales se hará una campaña de dos meses en el periódico y por la radio.

2.5. Análisis FODA

Por medio del análisis FODA pretende obtener un desglose adecuado de la información en cuestión de indicar cada uno de los aspectos que son relativos para el desarrollo adecuado de la organización, como son:

FORTALEZAS

- Contar con un personal altamente capacitado
- Calidad e innovación en los mobiliarios y muebles del hogar
- Productos competitivos
- Fácil adaptación del producto al mercado
- Abundancia de la materia prima
- Existencia del potencial creativo
- Disponibilidad de costos mano de obra baja

OPORTUNIDADES

- Contribuir a una cultura ligada a la disminución de los residuos obtenidos en el proceso de producción
- Incentivar a la protección del medio ambiente
- Incentivar a la reforestación
- Ampliar el sector de muebles en el mercado

DEBILIDADES

- Falta de conocimiento ante las alianzas estratégicas
- Ser una entidad nueva en el mercado
- No cuentan con una cartelera de clientes

AMENAZAS

- Productos sustitutos
- Crecimiento del mercado
- Aumento de las tasas de inflación
- Fuertes competidores en el mercado

2.6. Análisis de encuestas

2.6.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación seleccionado en el desarrollo del tema será descriptivo y explicativo, ya que son los más convenientes dentro de la recolección de información en cuestión de integrar cada uno de los aspectos que serán

necesarios para la conformación de la organización enfocada en la elaboración y comercialización de muebles para el hogar, donde permita obtener una mejor manipulación sobre cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo del fenómeno sobre indicar cada uno de los aspectos que se relacionan en el mismo.

A través del tipo de investigación descriptiva contribuye sobre cada uno de los estudios o áreas en el cual se tendrá en cuenta para la evaluación y determinación de cada aspecto que es necesario en el tema, donde la conceptualización de las variables permite un uso adecuado de los métodos y recursos para dar respuesta a las posibles alternativas viables. Asimismo, el tipo de investigación descriptivo cuenta con enfocar sus lineamientos en contar con las acciones que mejoren la incidencia de cada área.

El tipo de investigación explicativa enfoca sus aspectos en ofrecer un estudio claro y preciso sobre cada área en el cual se desarrolla el fenómeno, donde el marco de estudios sobre el mercado, técnico y financiero permite la determinación de indagar sobre las necesidades en el cual se enfocan las variables en cuestión de dar explican al comportamiento sobre la integración de la organización en cuanto al cumplimiento sobre el desarrollo de la organización en cuanto obtener una correcta manipulación de cada una de las áreas en fin de obtener una buena rentabilidad operativa.

2.6.2. Métodos de la investigación

El uso de los métodos en la investigación genera la obtención adecuada de cada uno de los elementos propios sobre el desarrollo del fenómeno en el cual permita cumplir con los objetivos, donde se apoyará del método síntesis, análisis y deductivo.

El método de síntesis, permite determinar cada una de las situaciones actuales con la finalidad de obtener respuestas que sirvan para manipular cada uno de los eventos, donde ejerce una simplificación de los datos en el cual reúne cada una de las informaciones en la búsqueda de contar con los puntos factibles para un desarrollo sobre la organización de la empresa en el mercado.

El método de análisis, genera determinar y efectuar un control directo sobre el desarrollo de la información en el cual permita contar con los elementos esenciales para la obtención de datos concretos en fin de establecer razonamientos que sirvan para dar respuesta sobre la actuación del fenómeno en cuestión de contar con los aspectos que aumenten el rendimiento de la organización.

El método deductivo, permite controlar y contar con cada una de las informaciones claras sobre obtener un mejor rendimiento en cada una de las áreas en el cual se ejerce una actuación del fenómeno.

2.6.3. Técnicas de investigación

A través de las técnicas usadas en las técnicas de investigación cuenta con el uso de la encuesta y la recopilación documental, ya que sirven como medio eficaz para la determinación de cada uno de los elementos que sirven para puntualizar informaciones concretas acerca de la organización y dirección sobre la composición de la organización en el mercado dominicano.

La recopilación documental, es un medio eficaz en el cual sirve para realizar una una profundización sobre cada uno de los elementos que ejercen una actuación en puntualizar en diversos autores y libros sobre posibles respuestas que otorguen un mejor manejo y control sobre la incorporación de una organización a través del uso adecuado de los recursos renovables. No obstante, los datos obtenidos generan un control adecuado sobre la actuación de cada una de las variables en la investigación.

La encuesta, es la incorporación de preguntas que son orientadas a un segmento de personas y que son destinadas para la obtención de información sobre el desarrollo del tema, lo cual permite establecer un marco de preguntas que cumpla con el objeto central de la investigación en relación de cumplir con cada uno de los aspectos que son necesarios para el desarrollo del tema y en función de obtener las posibles soluciones que darán respuesta al tema central.

2.6.4. Población

La Muestra de la población cuenta es de 31 personas que serán encuestadas en cuestión de obtener un margen de confianza de **95%** sobre Santo Domingo Este, lo cual se tomarán aspectos relevantes en la introducción de la organización en sector de muebles con el fin de obtener las informaciones que cumplan en asegurar un valor adecuado sobre el desarrollo de la información en la investigación.

2.6.5. Muestra

La muestra de la investigación se encarga de cada uno de los elementos que se asocian al conjunto de cada una de las características de la población y que orientan al desarrollo de las técnicas de muestreo en la que se enfoca el investigador.

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)N}{(N - 1)(E)^2 + Z^2 (P)(Q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)32}{(32)(0.05)^2 + 1.96^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.25) 32}{(32)(0.0025) + 3.84 (0.25)}$$

$$n = \frac{30.72}{0.08 + 0.96}$$

$$n = \frac{30.72}{1.04}$$

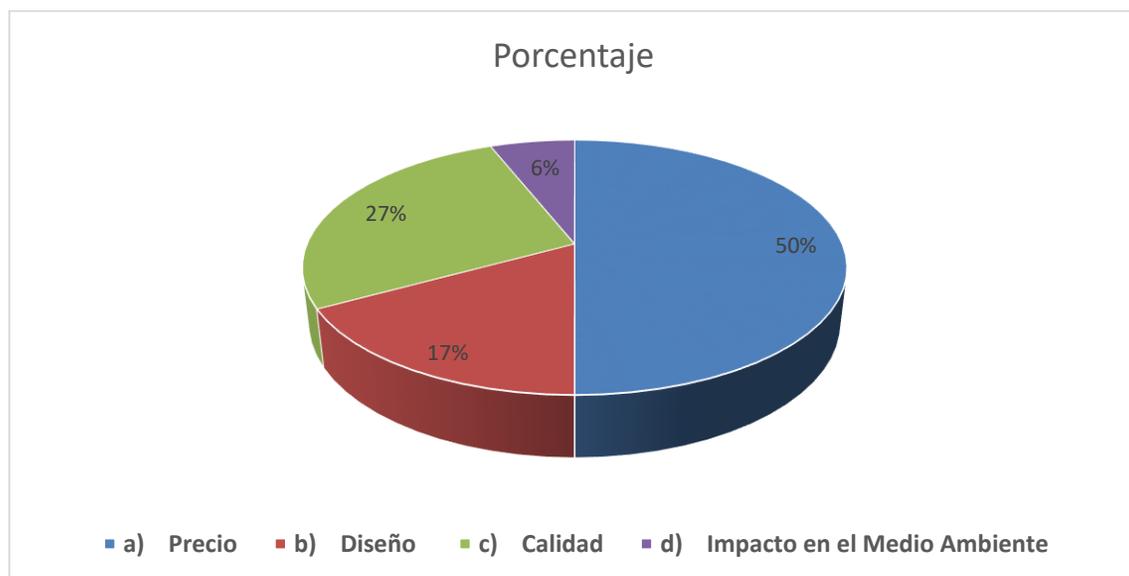
$$n = 30$$

2.6.6. Proceso de recolección y análisis de datos

A través del apoyo de las encuestas que ha sido enfocada a un segmento de 30 personas dentro del mercado dominicano cuenta en atribuir preguntas puntuales en favor de determinar el nivel de percepción sobre la introducción de la organización en el mercado, de tal forma cumple en asegurar un mejor desempeño a la hora de comercialización cada uno de los productos destinados al segmento de público objetivo.

1. ¿En qué te fijas cuando compras un mueble?

Opciones	Frecuencias	Porcentaje
a) Precio	15	50%
b) Diseño	5	17%
c) Calidad	8	27%
d) Impacto en el Medio Ambiente	2	6%
Totales	30	100%

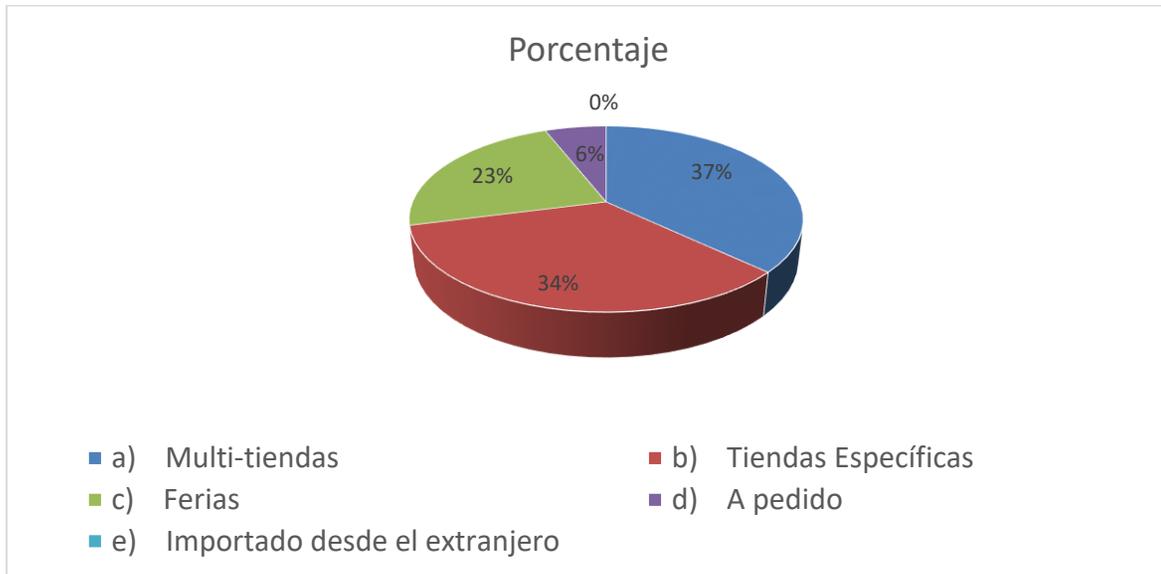


Análisis

De acuerdo con las primeras impresiones que toma en consideración una persona para comprar un mueble indican que un 50% sobre el precio, un 27% la calidad, un 17% el diseño y un 6% sobre impacto en el medio ambiente.

2. ¿Dónde, generalmente, compras muebles?

Opciones	Frecuencias	Por ciento
a) Multi-tiendas	11	37%
b) Tiendas Específicas	10	34%
c) Ferias	7	23%
d) A pedido	2	6%
e) Importado desde el extranjero	0	0%
Totales	30	100%

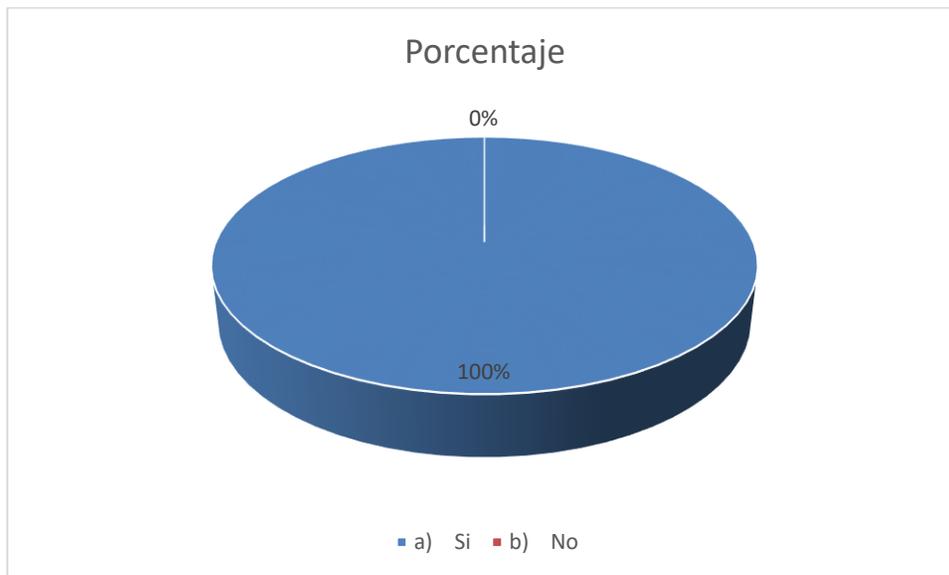


Análisis

De acuerdo con los datos arrojados en la investigación indican que las personas mayormente compran los muebles son con un 37% multitiendas, con unas 345 tiendas específicas, con un 23% ferias, con un 6% a pedido en comercializadoras y con un 0% importado.

3. ¿Te interesas en el cuidado del medio ambiente?

Opciones	Frecuencias	Por ciento
a) Si	30	100%
b) No	0	0%
Totales	30	100%

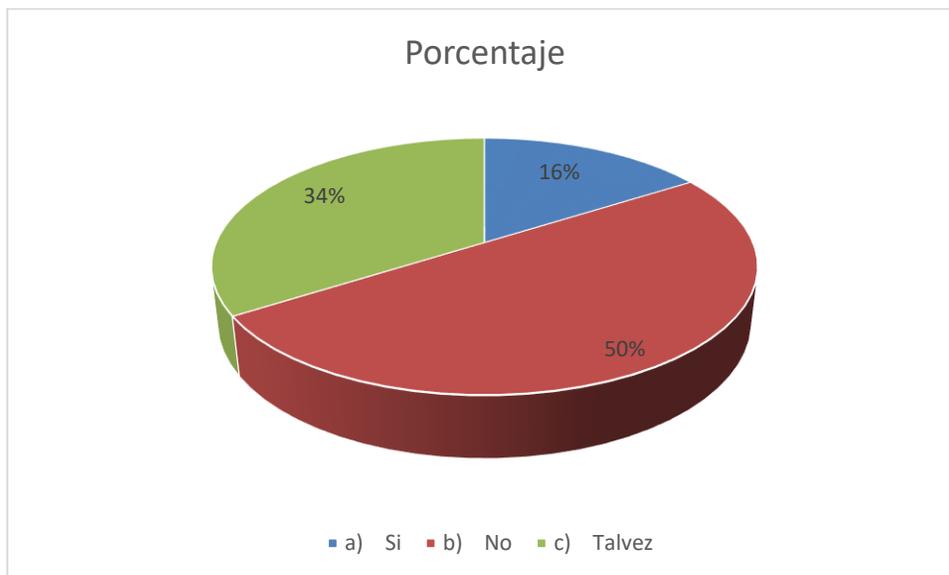


Análisis

De acuerdo con la valoración de las personas acerca del cuidado del medio ambiente indican con un 100% que si

4. ¿Preferirías un mueble Ecológico antes de uno Tradicional?

Opciones	Frecuencias	Por ciento
a) Si	5	16%
b) No	15	50%
c) Talvez	10	34%
Totales	30	100%



Análisis

De acuerdo con los datos sobre el valor de la adquisición de muebles ecológicos indican con un 50% que no, con un 34% que tal vez y por ultimo con un 34% que sí.

2.6.7. Análisis de las Respuestas

De acuerdo con las preguntas establecidas en la encuesta en relación a conocer el grado de percepción de las 30 personas encuestadas en cuestión de ofrecer una determinación sobre el valor en la obtención de los muebles ecológicos a través de los recursos renovables en la introducción de una organización que cumpla con comercializar productos del hogar.

El principal factor que toma el consumidor dominicano para la adquisición de los productos es el precio, ya que influye mucho a la hora de ejercer una compra, siendo un aspecto que genera valor para las organizaciones, ya que el precio es el principal factor que pregunta e indaga el cliente sobre para poder obtener una mejor apreciación del producto. *Sin embargo, la calidad también influye mucho al momento de comprar, debido que el consumidor dominicana compra a través de la vista y si llena sus expectativas permite un mejor flujo de ventas en las organizaciones.*

Por su parte, el segmento de personas encuestadas no tiene mucho conocimiento sobre los muebles ecológicos a través de recursos renovables, ya que han registrado una baja cantidad de respuestas con relación a los beneficios que se obtienen por optar con estos productos.

2.7. Estudio técnico

Los factores determinantes en el tamaño del proyecto son: la materia prima, mano de obra, tecnología, financiamiento y el mercado, siendo las limitaciones existentes que están dentro del proyecto.

2.7.1. Disponibilidad de los recursos financieros

Por medio de la gestión de la organización de la empresa de manera que cumpla con asegurar un control adecuado sobre el uso de los recursos han asumido la obtención sobre el diseño del mobiliario en asegurar la adquisición de cada uno de los materiales que son adecuados para la ejecución del trabajo operativo sobre el capital humano.

La mano de obra atribuye la utilización de tapiceros, lacadores, lijadoras, talladores y armadores, lo cual sirve para una adecuación adecuada de la planta en establecer las condiciones necesarias para distribuir cada uno de los espacios que cumpla con asegurar un mejor detalle de las operaciones sobre las condiciones de trabajo que cuente con la distribución de la planta se apoya de materiales, de equipos, de niveles de inventarios, de la productividad de los trabajadores y comunicación entre el personal.

La organización del personal administrativo cuenta con un modelo organizacional basado en lineal con el funcional, lo cual permita definir cada una de las áreas como son: administración, contabilidad, de operaciones, de compras y el personal

de limpieza, debido a que son forman parte de la empresa para garantizar un desempeño eficiente de la empresa.

La presencia de la tecnología favorece el cumplimiento de cada una de las actividades relacionadas con la elaboración y comercialización de los productos de mobiliarios y muebles ecológicos que son basados en estándares de calidad sobre generar un proceso que cumpla con mejorar la seguridad de cada uno de los clientes. Sin embargo, el proyecto cuenta con las maquinas adecuadas como son: sierras, cortadoras, máquinas de coser, compresores, pistolas de tapizado, entre otros instrumentos más.

La incorporación de EcoHouse favorece el cumplimiento de cada una de las disposiciones que son atribuidas en la conformación de la organización, lo cual cuenta en asegurar que cada uno de los tipos de recursos sean acordes a los recursos propios y recursos por terceros, siendo un aspecto que involucra la actuación de un proceso que se acorde a las exigencias del mercado.

Tabla 10. Composición y características del producto

Aspecto	Característica
Nombre del producto	Juego de muebles de Rediseñables
Nombre de la empresa	EcoNatural
Diseño	El juego está compuesto por 2 sillas, un puff y una mesa de centro, los cuales tienen como base las llantas,

	forrados con tela estampado con diseño personalizado y piezas de madera decoradas
Materiales	Contiene materiales como Caucho, tablero aglomerado en madera MDP, tela, aluminio.
Tecnología	Para fabricar los juegos de muebles se utilizará la siguiente maquinaria: <ul style="list-style-type: none"> • Sierra circular para cortes de la madera • Caladora para figurar la pieza y máquina de pintar para decorarla • Grapadora para forrar los muebles • Cuchillo profesional para cortar las llantas • Hidrolavadora para lavar las llantas.
Usos	Domestico para interior o exterior del hogar Actividades: sentarse, acostarse, colocar objetos encima.
Dimensiones	<ul style="list-style-type: none"> • Sillas : ancho 65 cms – alto 1.20 cms • Puff: 65 cms ancho – 50 cms de alto • Mesa de centro: 65 cms ancho- 65 cms alto.

Empaque y embalaje	Este juego será forrado con vinipel el cual lo protegerá de posibles daños causados.
Características de la etiqueta	Nombre del producto, nombre de la empresa, composición de materiales, usos, fecha de fabricación, dirección de la empresa
Almacenaje	En lugares exteriores o interiores cubiertos

Tabla No. 9: Composición y características del producto

Fuente: (Maldonado, 2020)

2.7.2. Localización del proyecto

La empresa seleccionada se encuentra en la Avenida Venezuela #120, Santo Domingo Este, República Dominicana, donde su ubicación se encuentra conforma ante una serie de negocios que despierta la actividad comercial en función de contar con las vías necesarias para ofrecer un servicio que cumpla con los estándares del mercado en función de visualizar cada uno de los muebles al público en general.

2.7.3. Capacidad del proyecto

El tamaño del proyecto bajo su capacidad se orienta en una producción óptima con costos menores totales que hacen referencia al monto de inversión, al monto de efectividad en la mano de obra. El personal administrativo y de producción tendrá un horario de trabajo de 8:00 am a 6:00 pm de la tarde. La capacidad que cuenta el área total del lugar es de 201 metros cuadrados, ya que se encuentra bien distribuida para la división de cada una de los departamentos y de las áreas para la producción y elaboración de los mobiliarios ecológicos.

El diseño de la distribución del plante cuenta con un espacio que sea atribuido para el desarrollo del trabajo y sobre ejercer una actuación de cada uno de los procesos conforme a la elaboración de los mobiliarios y muebles a través de los recursos renovables. El lugar cuenta con un espacio amplio para la visualización de los productos y un espacio operativo que cumple en ejercer cada una de las operaciones administrativas para la entrega de los productos al cliente.

El espacio de la planta contara con dos niveles que permite en un primer nivel contar con el área de productos de ventas y el almacén de productos almacenar los muebles, lo cual permite en el segundo nivel contar con cada una de las áreas internas que llevan a cabo el funcionamiento sobre el desarrollo de los procesos que dan lugar hacia el alcance de los objetivos diseñados en la organización.

La estructura del tamaño de la organización ofrece contar con una amplia seguridad que promueve un cumplimiento de los objetivos sobre cada uno de los aspectos que intervienen en las áreas sobre el almacenamiento en cuanto a contar con espacios acordes a las exigencias del mercado, siendo que cada uno de los procesos integre un mejor alcance para la entrega de los servicios

2.7.4. Descripción de la materia prima

La materia prima necesaria para la creación de muebles ecológicos está conformada por tableros, que depende del tipo de mueble es que será utilizada la madera. El tipo de materia prima contiene tornillos, lijas, lacas, sellador, tiraderas, herrajes, entre otros más. La disponibilidad de la materia prima es basada en varios proveedores, además de utilizar maderas secas y materiales reciclajes del medio ambiente. Mediante los proveedores se obtiene materiales que servirán para la fabricación de los muebles.

El consumo de la materia prima por unidad y cantidad se registra de acuerdo al tipo de muebles ecológicos que la empresa va a disponer para el inicio del proyecto que son:

Tabla 11. Materiales para la producción del mueble ecológico

Materia prima	Unidad de medida
Madera de cedro	Pieza
Madera guayacán	Pieza
Madera moho	Pieza
Puntilla	Libras
Tornillos	Unidad
chapas	Unidad
Herrajes	Paquete
pegante	Galón
Lija	Metro
Sellador	Caneca
Laca	Galón
Tinner	Galón
Grapas	Unidad
manijas	Unidad
Tela	Metros
Cordobán	Metros
Pasta para resanar	Libra

Tabla No. 10: Materiales para la producción del mueble ecológico

Fuente: (Baez, 2020)

Tabla 12. Composición del Juego de Muebles

Producto	Descripción	Dimensiones
Sillas	Es un tipo de mueble cuyo objetivo es servir de asiento a las personas. Está compuesta por dos llantas como base, y media llanta que sirve como espaldar, esta forrada por una tela y en el espaldar en el centro de la llanta la lámina de MDP tiene un diseño con relieve realizado con una caladora	Ancho:65cm Alto:1.20cm
Puff	Un puff es un sillón mueble generalmente sin respaldo, está compuesto un relleno de material blando cubierto por una tela rígida que puede ser de diferentes materiales: cuero, tela, plástico, etc. El interior	Ancho: 65cms Alto: 50 cms

	está formado por llantas, las cuales están rellenas de tacos de madera de 4.5 x 4.5 para mantener el nivel de la llantas es adaptable a diferentes espacios y usos.	
Mesas de centro	Es un mueble con varios tipos de usos tales como para servir alimentos, colocar artículos de decoración como floreros, soporte para escribir entre otros hechos en materiales como maderas, guadua, metal y en esta ocasión a base de llantas con patas metálicas.	Ancho:65cms Alto:65cms

Tabla No. 11: Composición del Juego de Muebles

Fuente: (Maldonado, 2020)

2.7.5. Perfil de la estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa estará basada en el modelo lineal-funcional, lo cual cuenta con un establecimiento de áreas, como son:

- **Presidente:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar todas las actividades de la organización. Es la principal autoridad de la empresa y es quien tiene en su rol velar por el cumplimiento de las metas
- **Vice-presidente:** se encarga de la supervisión general dirige, coordina y supervisa las actividades administrativas y operativas de la organización. También participa en la parte legal y en las acciones de la empresa.
- **Secretaria ejecutiva:** se encarga de preparar, tramitar, controlar la documentación de la alta gerencia, confección de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, facturas y documentos en general.

Departamento de Administración

- **Administrador General:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las actividades financieras que se realizan en la organización.
- **Encargado de contabilidad:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las labores de registro y control de cada uno de los procesos contables que lleva a cabo la organización.
- **Auxiliar de contabilidad:** se encarga de efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la organización.

- **Asistente administrativo:** Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.
- **Encargado de tesorería y nomina:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las actividades de recaudación y pago de dinero y su participación en aspectos financieros de la organización.

Departamento operativo

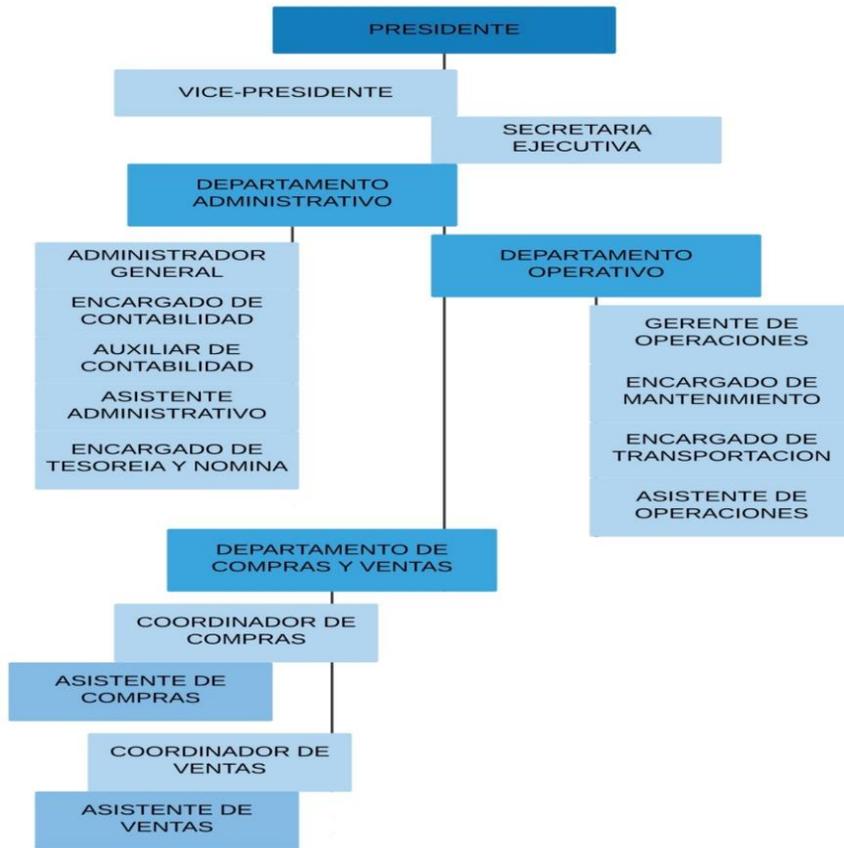
- **Gerente de operaciones:** se encarga de dar seguimiento y control a Recursos Humanos involucrados en los proyectos para fomentar el incremento de sus talentos. Adicionalmente, esta se encarga de revisar, dirigir y supervisar las situaciones que se presenten en el área.
- **Encargado de mantenimiento:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las actividades de recepción, custodia y entrega de materiales y equipos en la organización.
- **Encargado de traspotación:** se encarga de dirigir, coordinar, supervisar y controla el uso y mantenimiento de los vehículos de motor de la organización.

- **Asistente de operaciones:** se encarga de dirigir, coordinar y supervisar las labores de reparación, mantenimiento y limpieza de equipos y planta física de la organización.

Departamento de compras y ventas

- **Coordinador de compras:** Recibir y tramitar los pedidos que hacen las diferentes dependencias de la Empresa, para la compra de artículos e insumos necesarios para la ejecución de sus actividades.
 - **Asistente de compras:** Ejecutar tareas básicas de recopilación y seguimiento del proceso de compras de la Empresa. También realiza el contacto con los proveedores para realizar investigaciones y/o cotizaciones de los productos.
- **Coordinador de ventas:** Planear, diseñar, supervisar y evaluar las ventas y promoción de la organización, mediante estrategias de marketing y objetivos de mercado, para lograr la mayor rentabilidad del producto, así como orientar el desarrollo de las actividades de vinculación y comercialización de los servicios y productos, de acuerdo con los lineamientos, políticas, procedimientos y criterios de calidad establecidos.
 - **Asistente de ventas:** ofrecer soporte a las operaciones básicas en el departamento de ventas relacionadas con los proveedores, atenciones a los clientes y preparación de la comercialización de los productos o servicios.

Figura 2. Organigrama



Fuente: (Leclerc, 2020)

2.7.6. Proceso de producción

A continuación, se realizará una descripción básica para la elaboración de los muebles a través de los recursos renovables.

Tabla 13. Descripción del proceso de fabricación del juego de muebles ecológicos a través de los recursos renovables.

Etapas	Descripción	Actividades	Tiempo
Etapa 1	Venta y diseño	Cuenta con la visita del cliente, donde selecciona el diseño y estilo del mueble de acuerdo a su gusto, siendo un proceso que tarda 60 minutos, se le aplica el estampado y se coloca a secar.	480 minutos
Etapa 2	Recepción de materia prima	Cuenta con una recepción de la materia prima en contar con un proceso de desinfectar la llantas, lo cual se realiza con	840 minutos

		hidrolavadora y esponja para restregar y tarda 12 horas	
Etapa 4	Corte, figurado y decorado	Cuenta con colocar la lámina MDP, lo cual es cortada en piezas circulares, durante 60 minutos para trasladar la maquina hacia el área de diseño para ser pintado.	165 minutos
Etapa 5	Abrir huecos, atornillar llantas.	Cuenta con realizar la apertura de huecos y se atronillan durante 60 minutos para luego colocar la	180 minutos

		madera MDP en la parte inferior y se atornilla, donde se coloca una pieza circular en función de la parte central para pegar silicona.	
Etapa 6	Tapizar y ajustar el mueble	Cuenta con voltear las sillas y el puff, lo cual permite forrar con una tela blanca y se grapa, durante 20 minutos, Se pega la espuma rosada 8 cms a la base superior de la silla (15 min) esta se forra con la tela de polietileno (20 min), se pone la	200 minutos

		tela encima a la medida y se tapiza (60 min). Sin embargo, se atornilla a la base metálica y se realizan ajustes (25 min), se instalan el vidrio encima. (10 min)	
Etapa 7	Protección y almacenaje	Cuenta con el juego de muebles que son trasladados desde la mesa hasta la zona de estibas, lo cual es protegido con vinipel	30 minutos
Etapa 8	Protección y almacenaje	En esta etapa los juegos de muebles	15 minutos

		ecológicos son entregados al cliente	
Total de Proceso			1,920 minutos

Tabla No. 12: Descripción del proceso de fabricación del juego de muebles ecológicos a través de los recursos renovables.

Fuente: (Maldonado, 2020)

Tabla 14. Flujo del proceso del Mueble Ecológico Rediseñado

Descripción de Actividades	Tiempo
1. Recepción de materia prima	20 minutos
2. Tomar llantas	10 minutos
3. Remojar con hidrolavadora	20 minutos
4. Enjabonar con esponja	20 minutos
5. Enjuagar	30 minutos
6. Secar	12 horas
7. Almacenaje	20 minutos
8. Cliente genera venta	10 minutos
9. Se ofrecen diseños	20 minutos
10. Cliente acepta o genera diseño propio	5 minutos

11. Creación del diseño	30 minutos
12. Almacenaje	5 minutos
13. Aplicación	50 minutos
14. Seca	360 minutos
15. Tomar lamina MDF	5 minutos
16. Colocar encima de la mesa metálica	5 minutos
17. Cortar lamina con sierra circular	45 minutos
18. Transporte lugar maquina caladora	5 minutos
19. Realizar figura con maquina coladora	30 minutos
20. Pintar pieza	30 minutos
21. Secar	60 minutos
22. Inspección	5 minutos
23. Almacenaje estante	30 minutos
24. Recepción de materia prima	30 minutos
25. Tomar llantas y colocar en mesa de trabajo	60 minutos
26. Hacer huecos con taladro	5 minutos
27. Colocar tornillos y ajustar	30 minutos

llantas	
28. Colocar base madera de soporte	15 minutos
29. Colocar lamina de MDF base	60 minutos
30. Pegar con silicona	5 minutos
31. Utilizar atornillador y ajustar MDF	5 minutos
32. Colocar segunda lamina MDF	10 minutos
33. Pegar con silicona	5 minutos
34. Utilizar atornillador y ajustar	5 minutos
35. Inspección	5 minutos
36. Colocar costal para inferior piezas de silla y puff	10 minutos
37. Grapar costal	10 minutos
38. Colocar patas metálicas sillas	50 minutos
39. Pegar espuma rosada 8cms de espesor	15 minutos
40. Colocar espuma rosada 8cms de espesor	20 minutos
41. Colocar tela estampada en llantas	20 minutos
42. Tapizar tela	40 minutos

43. Colocar llantas de mesa centro encima de base metálica	5 minutos
44. Utilizar la base de mesa metálica	5 minutos
45. Atornillar llanta a base y ajustar	15 minutos
46. Pegar vidrio mesa de centro	10 minutos
47. Llevar a estibas	10 minutos
48. Colocar vinipel	20 minutos
49. Almacenaje	10 minutos
Total	1920 minutos

Tabla No. 13 Flujo del proceso del Mueble Ecológico Rediseñado

Fuente: (Baez, 2020)

2.7.7. Descripción de la Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64)

La ley establece las normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales, asegurando su uso sostenible. Asimismo, establece un marco general sobre información y participación en asuntos ambientales, y la responsabilidad por daño ambiental en la República Dominicana.

La Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales cumple en establecer el Sistema Nacional de Información Ambiental y de Recursos

Naturales; realizar, organizar y actualizar el inventario de la biodiversidad y de los recursos genéticos nacionales, así como diseñar y ejecutar la estrategia nacional de conservación de la biodiversidad.

La Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales ejerce un cierto conocimiento sobre los permisos y las licencias ambientales que otorgue, así como las personas naturales o jurídicas que sean sancionadas por vía administrativa o judicial.

La declaración de impacto ambiental (DIA), el estudio de impacto ambiental y el informe ambiental serán costeados por el interesado en desarrollar la actividad, obra o proyecto, y realizado por un equipo técnico, multidisciplinario si fuera necesario, pudiendo ser representado por uno de los mismos. Será un documento público, sujeto a discusión, y quienes lo elaboren deberán estar registrados para fines estadísticos y de información en la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, quien establecerá el procedimiento de certificación para prestadores de servicios de declaración, informe, estudios, diagnósticos, evoluciones y auditorías ambientales (Cepal, 2019).

El proceso de permisos y licencias ambientales será administrado por la Secretaría de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en coordinación con las instituciones que corresponda, las cuales estarán obligadas a consultar los estudios de impacto ambiental con los organismos sectoriales competentes, así

como con los ayuntamientos municipales, garantizando la participación ciudadana y la difusión correspondiente.

2.7.8. Composición de los aspectos legales

Registrar el Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI). Requisitos:

- ✓ Comunicación solicitando el Nombre Comercial o llenar el formulario en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial ONAPI. Copia de cédula del dueño y/o del solicitante.
- ✓ Pago correspondiente (confirmar el costo en ONAPI)
- ✓ Pagar impuesto por Constitución de Compañía en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Registrar los Documentos Legales en la Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo. Requisitos:

- Depositar los documentos legales originales y tres copias.
- Llenar formulario de solicitud de Registro Mercantil.
- Copia de las cédulas y/o pasaportes de los accionistas de la compañía.
- Copia del registro de Nombre Comercial.
- Copia del recibo de pago de impuesto por Constitución de Compañía.

Solicitar el Registro Nacional del Contribuyente (RNC)

Requisitos

- Formulario de Registro Nacional de Contribuyente (RNC)
- Copia de registro del Nombre Comercial.
- Copia del Registro Mercantil.

Resumen del Capítulo 2

La composición del capítulo 2 cuenta con una investigación del mercado sobre el cual desglosa cada una de las variables y elementos que intervienen de manera directa en la conformación de la organización en el mercado, donde permite determinar a qué cantidad de clientes va dirigido la organización, lo cual especifica cada una de las consideraciones que son necesarias para caracterizar cada uno de los datos que corresponden de forma directa en el mercado dominicana, siendo un análisis que detalla el nivel de competencia sobre la misma actividad que dispone la organización dentro de sus funciones.

Por su parte, el capítulo incluye el análisis técnico sobre el cual desglosa cada uno de los requisitos y requerimientos que son necesarios para la determinación de los procesos que inciden sobre las operaciones que tendrá que disponer la organización en el mercado, donde permite detallar el proceso de producción sobre la obtención de los recursos que sean necesarias para la elaboración y comercialización de los productos ecológicos. Sin embargo, el capítulo incluye el apoyo de la ley que rige el medio ambiente que permite una mejor comprensión de cada una de las acciones que inciden sobre el medio ambiente.

Capítulo 3: Análisis del Estudio Financiero



Capítulo 3: Análisis del Estudio Financiero

En el análisis económico financiero veremos los procesos financieros que se estarán llevando a cabo para alcanzar los objetivos propuestos a lo largo del proyecto. De esta manera, el análisis financiero que se expondrá a continuación permitirá conocer la factibilidad del proyecto. Se hará uso de algunos indicadores que permitirán evaluar la implementación del proyecto.

3.1. Resumen de la inversión

Para el inicio de las operaciones de la empresa se realizará una inversión de RD\$7, 500,000.00 en total de los cuales RD\$4, 000,000.00 corresponden al aporte de los socios y RD\$3, 500,000.00 como un crédito bancario al banco popular. La inversión necesaria para la creación de esta empresa, se encuentra resumida de la siguiente manera:

Fuente del Capital	Valor de la Inversión	Porcentaje
Capital de Inversionista	RD\$4,000,000.00	53%
Crédito bancario del banco popular	RD\$3,500,000.00	47%
Total	RD\$7,500,000.00	100%

Fuente: (Baez, 2020)

Para la inversión, la empresa cuenta con recursos propios, correspondientes al 53% del total de la inversión, el 47% se financiará mediante un crédito con una tasa de interés del 12.20% a 15 años, plazo con cuotas de RD\$35,430.00.

3.2. Análisis del presupuesto

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Los activos fijos son los activos tangibles, son aquellas inversiones como: terreno, maquinaria, equipos, que son sujetos a depreciaciones. A continuación, se detallan los siguientes activos para la poner en marcha la empresa productora y comercializadora de muebles ecológicos para el hogar.

En esta parte contiene la determinación del proyecto sobre la viabilidad de los presupuestos financieros para la realización del plan de negocio orientado a los muebles ecológicos.

3.2.1. Presupuesto maquinarias y equipos

A continuación, vamos a detallar los costos de las maquinarias y equipos adquiridos por el ente económico. Dichos costos están a 10,000 juegos al mes, ya

sea, sillas, mesas, juegos de habitaciones etc. De acuerdo a las maquinarias y equipos a utilizar, se estiman los siguientes:

Materia prima	Unidad de medida	Valor RD\$
Madera de cedro	Pieza	RD\$20,000.00
Madera guayacán	Pieza	RD\$50,000.00
Madera moho	Pieza	RD\$80,000.00
Puntilla	Libras	RD\$10,000.00
Tornillos	Unidad	RD\$ 5,000.00
Chapas	Unidad	RD\$ 5,000.00
Herrajes	Paquete	RD\$ 8,000.00
Pegante	Galón	RD\$ 500.00
Lija	Metro	RD\$ 400.00
Sellador	Caneca	RD\$20,000.00
Laca	Galón	RD\$ 600.00
Tinner	Galón	RD\$ 800.00
Grapas	Unidad	RD\$ 500.00
Manijas	Unidad	RD\$ 600.00
Tela	Metros	RD\$ 800.00
Cordobán	Metros	RD\$ 900.00
Pasta para resanar	Libra	RD\$ 5,000.00
Total		208,100.00

Fuente: (Baez, 2020)

3.2.2. Presupuesto de inversiones en activos fijos

Para llevar a cabo este proyecto vamos a necesitar de diversos activos fijos, los cuales serán necesarios para el funcionamiento y no se destinan a la venta.

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	Sierra circular	RD\$5,720.00	RD\$22,880.00
2	Sierra de cinta	RD\$4,000.00	RD\$8,000.00
1	Cepilladora	RD\$11,610.00	RD\$11,610.00
1	Maquina combinada	RD\$44,000.00	RD\$44,000.00
1	Regruesadora	RD\$11,700.00	RD\$11,700.00
1	Tupí o Trompo	RD\$14,168.00	RD\$14,168.00
2	Compresor de aire	RD\$3,520.00	RD7,040.00
2	Tronzadora	RD\$7,656.00	RD\$15,312.00
2	Torno de madera	RD\$9,548.00	RD\$19,096.00
TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO			RD\$153,806.00
EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Sofá 3 asientos recepción (KLIPPAN IKEA)	RD\$14,295.00	RD\$14,295.00
3	Escritorio	RD\$5,000.00	RD\$15,000.00
3	Silas giratorias	RD\$3,695.00	RD\$11,085.00
3	Archiveros	RD\$2,500.00	RD\$7,500.00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			RD\$47,880.00
EQUIPOS ELECTRONICOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	Computadoras Compaq DC-CQ11004LA	RD\$30,000.00	RD\$90,000.00
1	Impresora HP Officejet 6600	RD\$7,600.00	RD\$7,600.00
TOTAL DE EQUIPOS ELECTRONICOS			RD\$97,600.00
TOTAL DE INVERSION			RD\$299,286.00

Fuente: (Leclerc, 2020)

3.2.3. Presupuesto de inversión de comunicación

Publicidad generalmente se refiere a mensajes controlados, pagados en los medios, mientras que promoción incluye actividades de mercadotecnia pagadas y gratuitas, tales como ventas o patrocinios. Para el inicio de las operaciones para la empresa EcoHouse, cuenta con una serie de promociones y publicidades que están resumida de la siguiente manera:

CUADRO CONSOLIDACIÓN DE INVERSIÓN EN COMUNICACIÓN	
Descripción	RD\$
Publicidad	RD\$ 139,855.92
Promoción	RD\$ 140,704.37
Relaciones Públicas	RD\$ 80,000.00
Imprevistos	RD\$ 30,000.00
TOTAL	RD\$ 410,560.29

3.2.4. Presupuesto de inversiones intangibles

La inversión intangible para la creación de la empresa de fabricación de muebles EcoHouse SRL en santo domingo oriental, está constituida de la siguiente manera:

Inversión Intangible	Valor RD\$
Gastos contrato de alquiler.	RD\$ 1,500.00
Gastos ONAPI.	RD\$ 4,755.00
Gastos ministerio de industria y comercio.	RD\$ 2,500.00
Gastos de servicios de abogado.	RD\$ 17,000.00
Total	RD\$ 25,755.00

Fuente: (Maldonado, 2020)

3.2.5. Presupuesto de gastos administrativos

Los gastos para la instalación, puerto en marcha, constitución y organización de la empresa de fabricación de muebles, se recurrirá alquilar el local que más se asemeje a los atributos del negocio a crear, se incurrirá además en el pago de fianza para la solicitud del contrato a la energía eléctrica, así como los gastos legales para constituir la empresa además de las compras de maquinarias para ejecutar el proyecto mismo. De acuerdo a los gastos de la creación de la empresa de fabricación de muebles se muestran los siguientes:

Gastos fijos			
No.	DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	ALQUILER DE LOCAL	RD\$35,000.00	RD\$420,000.00
2	TELEFONO,INTERNET Y CABLE	RD\$3,000.00	RD\$36,000.00
3	LUZ	RD\$8,000.00	RD\$96,000.00
4	INSUMO DE OFICINA	RD\$3,000.00	RD\$36,000.00
5	AGUA	RD\$2,000.00	RD\$24,000.00
6	GASTOS ADMINISTRATIVOS	RD\$150,000.00	RD\$1,800,000.00
TOTAL		RD\$201,000.00	RD\$2,412,000.00
COSTOS VARIABLES	MATERIA PRIMA	RD\$35,200.00	RD\$422,400.00
TOTAL		RD\$236,200.00	2,834,400.00

Fuente: (Baez, 2020)

3.2.6. Presupuesto de Producción

El presupuesto de producción se refiere al proceso de crear o fabricar artículos por parte de una empresa en el período presupuestado y en unas condiciones concretas. La empresa EcoHouse para la creación del producto muestra lo siguiente:

3.3. Nómina y Estructura Salarial

En una empresa la nómina es la suma de todos los registros financieros de los sueldos de todos los empleados, incluyendo los salarios, las bonificaciones y las deducciones.

En la estructura salarial se presentarán el salario que obtendrán los empleados por

Costo operativo		
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Madera	50	RD\$30,000.00
Diluyente(1litro)	3	RD\$ 1,500.00
Sellador(1 litro)	3	RD\$ 2,000.00
Pintura(Galon)	2	RD\$ 1,200.00
Clavo 1.5' sin cabeza kl	3	RD\$ 500.00
TOTAL		RD\$35,200.00

desempeñar un puesto de trabajo dentro de la empresa.

Puesto	Sueldo Bruto	AFP, (2.87%)	SFS, (3.04%)	ISR	Sueldo Neto
Presidente	38,400.00	1102.08	1167.36	216.83	35,913.73
Vice-Presidente	37,950.00	1089.165	1153.68	153.32	35,553.84
Administrador	32,800.00	941.36	997.12	-	30,861.52
Encargado Logística	31,500.00	904.05	957.6	-	29,638.35
Contador	28,900.00	829.43	878.56	-	27,192.01
Recursos Humanos	28,600.00	820.82	869.44	-	26,909.74
Ebanista 1	25,000.00	717.5	760	-	23,522.50
Ebanista 2	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Ebanista 3	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Ebanista 4	22,000.00	631.4	668.8	-	20,699.80
Distribuidor	20,000.00	574	608	-	18,818.00
Servicio al Cliente	18,500.00	530.95	562.4	-	17,406.65
Cajero	14,500.00	416.15	440.8	-	13,643.05
Totales	342,150.00	9,819.71	10,401.36	370.15	321,558.79

Fuente: (Leclerc, 2020)

3.4. Proyección de ventas a tres años

El siguiente cuadro muestra la proyección de ventas a tres años de los ingresos por ventas a los diversos tipos de muebles ecológicos que pretenden elaborar la empresa dentro del plan de negocio.

Presupuesto de ingresos			
Productos	Año 1	Año 2	Año 3
Muebles de sala	8,500,000.00	9,000,000.00	11,000,000.00
Muebles de comedor	7,000,000.00	8,500,000.00	9,500,000.00
Muebles de dormitorio	6,500,000.00	7,000,000.00	8,500,000.00
Muebles de estudio	8,000,000.00	7,500,000.00	7,500,000.00
Total de Ventas	30,000,000.00	32,000,000.00	36,500,000.00

Fuente: (Maldonado, 2020)

3.5. Punto de equilibrio

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesarias para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

Se tomó el 10% de los costos Fijos (RD\$201,000.00 10% = **RD\$20,100.00**).

Con un 10% de los costos variables (RD\$35,200 10%=**RD\$3,520.00**).

Costo total de producción = 10 mesas			
Costo total de producción =	CF (Costos fijos) + CV (costos variables)	RD\$20,100.00 + RD\$3,520.00 =	TOTAL RD\$23,620.00

Costo Unitario = 10 mesas		
CTP(Costo total de producción)	=	RD\$23,620.00
CUP (Capacidad unitaria de producción)		10 mesas

Costo Variable unitario = 10 mesas		
CV(Costo variable) =	RD\$3,520.00	TOTAL RD\$352.00
CUP(Capacidad unitaria de producción)	10 mesas	

Costo Fijo unitario = 10 mesas		
CF(Costo fijo) =	RD\$20,100.00	TOTAL RD\$2,010.00
CUP(Capacidad unitaria de producción)	10 mesas	

Precio de venta = 10 mesas				
PV= PL(PRECIO DE LISTA+%MB (Margen de beneficio	Precio de lista RD\$3,543.00	+	Margen de beneficio 40% RD\$1,417.00	TOTAL RD\$4,960.00

Precio de Lista= 10 mesas			
PL= Cu+%MB	Costo unitario+ % Margen de beneficio	RD\$2,362.00+ RD\$1181.00(50%)	TOTAL RD\$3,543.00

Punto de equilibrio = 10 mesas				
PQ=	CFU	RD\$2,010.00	RD\$2,010.00	TOTAL
	PL-CVU	RD\$3,543.00 - RD\$ 352	RD\$3191.00	0.62989658

PUNTO DE EQUILIBRIO DEN UNIDADES

PE en unidades = unidades producidas * PE

PE en unidades = 10* 0.6298965841429

PE en unidades = **6.298965841429**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO

PE en dinero = PL*PE en unidades

PE en dinero = RD\$**3,543.00*** **6.298965841429**

PE en dinero = RD\$ **22,317.235976182947**

PUNTO DE EQUILIBRIO EN BENEFICIO

PEB = unidades a vender - Punto de equilibrio en unidades* Precio de lista

PEB = 10 - **6.298965841429*** RD\$**3,543.00**

PEB = **13,112.764023817053**

TASA INTERNA DE RETORNO

TIR = inversión inicial/ PEB

TIR = RD\$ **13,112.764023817053** / RD\$**299,286.00** TIR = **4.3**

3.6. Estados Financieros

También denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económico financiera y los cambios que experimentan la misma, a una fecha o periodo determinando.

3.6.1 Balance General

Es el estado financiero de una empresa en un tiempo determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos, (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (patrimonio neto).

ECOHOUSE SRL	
BALANCE GENERAL	
AL 10 DE AGOSTO DE 2018	
ACTIVOS	
CAJA	200,000.00
Maquinarias y equipo	153,806.00
Equipos de oficina	47,880.00
Equipos electrónicos	97,600.00
	<hr/>
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES Y NO CORRIENTES	499,286.00
Depreciación acumulada	44,892.00
TOTAL DE ACTIVOS	454,394.00
	<hr/> <hr/>
PASIVOS Y CAPITAL	
Aporte de los socios	300,000.00
Préstamo banco popular	154,394.00
TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL	454,394.00
	<hr/> <hr/>

3.6.2. Estado de Resultados

Un estado de resultados es un registro de información financiera pertinente a cada empresa, presentada de manera fácil y estructurada. En el presente estado se muestra una serie de partidas reconocidas de forma estandarizada y que asocia uno o varios aspectos financieros del negocio, siempre y cuando estos sean: fiables, imparciales y accesibles.

ECOHOUSE SRL
ESTADO DE RESULTADO
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

INGRESOS

VENTAS	6,000.000.00	
INGRESOS FINANCIEROS	1,200.000.00	

TOTAL DE INGRESOS		<u>7,200.000.00</u>
--------------------------	--	----------------------------

COSTOS

COSTOS FINANCIEROS	800,000.00	
--------------------	------------	--

TOTAL DE COSTOS		<u>8,000,000.00</u>
------------------------	--	----------------------------

UTILIDAD BRUTA		<u>6,400,000.00</u>
-----------------------	--	----------------------------

GASTOS DE VENTA	150,000.00	
-----------------	------------	--

GASTOS ADMINISTRATIVO	1,800,000.00	
-----------------------	--------------	--

OTROS GASTOS	100,000.00	
--------------	------------	--

TOTAL DE GASTO		<u>2,050,000.00</u>
-----------------------	--	----------------------------

UTILIDAD NETA		<u>4,350,000.00</u>
----------------------	--	----------------------------

Conclusión

El presente proyecto cuenta con integrar la composición de un modelo de creación de empresa orientada a la elaboración y fabricación de muebles del hogar a través de los recursos renovables en el cual cuenta con determinar cada uno de los aspectos que son relacionados con proveer una organización que cumpla con cada una de las necesidades del mercado hacia llevar el éxito total sobre su efecto en el mercado.

Este proyecto cumple en realizar un cambio que sea sostenible en incluir productos que sean en diversos tamaños y colores, permitiendo brindar comodidad y confort hacia satisfacer las expectativas de los consumidores en virtud de proveer sus necesidades. Sin embargo, los muebles ecológicos son contenidos en diversos diseños innovadores y modernos, donde cumpla en contar con acciones que sean acorde a las exigencias del mercado. Sin embargo, la incorporación de EcoHouse cuenta con comercializar y fabricar muebles del hogar que sean por medio de los recursos renovables que se diferencien en el mercado a través de la iniciativa diferenciado que cuenta.

De acuerdo con el análisis de mercado en cuanto a cada una de las variables que han incidido sobre el establecimiento de las medidas que han generado un valor sobre la participación de la empresa en el mercado dispone de una serie de aspectos que son enfocados en otorgar un desempeño que cumpla con proveer

los requerimientos sobre el papel de actuación ante las exigencias del mercado. Sin embargo, la organización ha establecido su segmento de mercado en fomentar una cultura que se acorde a la oferta y demanda del mercado.

El mercado dominicano cuenta con una buena participación sobre las ventas de muebles y mobiliarios del hogar en función que ha consolidado su participación en el mercado con las organizaciones existentes, lo cual han establecido nuevas formas de atender a las necesidades del consumidor. El análisis del mercado permite indagar sobre la participación de la organización en función de las actividades que dispondrán en el mercado para establecer la identificación de cada uno de los actores de la organización.

El análisis técnico permite una comprensión que sea acorde a cada uno de los requerimientos que generan definir la cantidad de personas y materiales que serán necesarios para el funcionamiento de la organización, donde se incluye el análisis legal en función de proveer las informaciones adecuadas que ejercen un control adecuado sobre las leyes que rigen el cumplimiento de los procesos que debe responder la organización en el mercado.

El análisis financiero permite a la organización cumplir con cada uno de los costos sobre la materia prima necesaria para asegurar un buen funcionamiento en el mercado, donde detalla la proyección de ventas y el presupuesto de nómina que debe de regir cada una de las partes integradas en la organización.

La incorporación de EcoHouse en el mercado permite integrar una nueva empresa en el mercado que se otorgue una nueva perspectiva sobre el medio ambiente en el cual cuente con ofrecer productos del hogar que sean acorde a las necesidades del consumidor y en relación de promover una mejor cultura orientada a productos innovadores.

Recomendaciones

Dentro de las recomendaciones en tener en consideración sobre el modelo de creación sobre la introducción de EcoHouse en el mercado basada en la fabricación y comercialización de muebles ecológicos a través de los recursos renovables cuenta con algunas consideraciones en su funcionamiento, como son:

- ✚ Fomentar una promoción en el mercado que sirva como medio directo para incentivar a las personas sobre el cuidado y prevención del medio ambiente en el cual permita mostrar la organización como una entidad que se preocupe ante el uso que le dan las personas, generando un valor agregado sobre el entorno.

- ✚ Proponer un plan de capacitación para crear una base sólida en el personal nuevo sobre el cual permita otorgar un valor en dirección de cumplir con cada uno de los requerimientos y lineamientos dispuestos en la organización, donde la capacitación sirva como medio directo para direccionar la personal hacia el alcance de los objetivos.

- ✚ Ofrecer un control constante sobre cada una de las áreas en la composición de la organización, de tal forma los procesos y procedimientos sean realizados de la mejor forma posible ante validar que cada una de las partes cumpla con las operaciones adecuadas.

- ✚ Ambientar la organización de tal forma que cumpla con los espacios adecuados para contar con un lugar que permita que el personal se muestre agradable ante la organización y sobre cada una de las responsabilidades que realiza en la misma.

- ✚ Contratar un personal que cumpla con cada una de las responsabilidades descritas en la especificación de puesto, donde cuenten con la capacidad y el conocimiento para cumplir con las tareas que dan función a la organización.

- ✚ Velar que las leyes ambientales se cumplan en el funcionamiento de la organización, de tal forma cumpla en adicionar cada una de las partes necesarias para crear un ambiente que alcance las expectativas de cada una de las partes que intervienen en la organización.

- ✚ Proporcionar al personal de la organización la información necesaria para el correcto funcionamiento de las actividades relacionadas con la organización, donde cumpla en asumir una responsabilidad en cada agente en contar con un valor que sea acorde a las necesidades internas.

Bibliografía

- <http://www.ahora.com.do/edicion1239/DEPORTADA/tema.html> . (2008).
DEPORTADA.
- Baez, J. (2020). *Elaboracion propia con datos del sistema de muebles ecologicos*
. Obtenido de
[file:///C:/Users/Joan/Downloads/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Plan%20de%20Negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20f%C3%A1brica%20de%20muebles%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Joan/Downloads/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Plan%20de%20Negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20f%C3%A1brica%20de%20muebles%20(2).pdf)
- Cabrerizo, M. d. (2009). *Plan de Negocio* . España : Ecoe Edicion .
- Cepal. (2019). *Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64)*. Obtenido de <https://observatoriop10.cepal.org/es/instrumentos/ley-general-medio-ambiente-recursos-naturales-ley-no-64>
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversion; formulacion y evaluacion* .
- Florez, J. A. (2015). *Plan de Negocio para pequenas empresas* . España : Mas Edicion .
- Friend, G. (2018). *Como diseñar un plan de negocios* . España : Mas Edicion .
- Garcia, E. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa* . España : Profit Editorial .
- Garcia, V. M. (2015). *Analisis Financiero: Un enfoque integral* .
- Gaspar, J. (2010). *El plan de continuidad de negocios* . España : Ecoe Edicion .

George A, S. (2003). *planificacion estrategica. Lo que Todo Director debe Sabe.*

Koontz, H. H. (2000). *administracion una perspectiva global. 11 EDICION .*

Lavalle, A. (2016). *Analisis financiero .* España : Mas Editorial .

Lawrence, G. (2015). *Fundamentos de Inversiones .* España : Esic Editorial .

Leclerc, R. (2020). *Sistema de Muebles Ecologicos .* Obtenido de
file:///C:/Users/Joan/Downloads/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Plan%20de%20Negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20f%C3%A1brica%20de%20muebles%20(2).pdf

Maldonado, A. (2020). *Elaboracion propia con Datos sistema de muebles ecologicos .* Obtenido de
file:///C:/Users/Joan/Downloads/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Plan%20de%20Negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20f%C3%A1brica%20de%20muebles%20(2).pdf

Matos, C. (2019). *Competitividad de la industria de muebles .* Obtenido de
<http://www.competitividad.org.do/explotar-el-potencial-de-la-industria-de-muebles/>

Mir, J. (2019). *Como crear un plan de negocio util y creible .* España : Ecoe Edicion .

Muniz, L. (2010). *Guia practica para mejorar un plan de negocio .* España : Mas Edicion .

- Naveros, J. (2017). *Plan de Negocios* . España : Ecoe Edicion .
- Nogales, I. (2015). *Manual de Analisis tecnico de los mercados* . España : Esic Editorial .
- Pedraza, O. H. (2014). *Modelo del Plan de Negocios para microempresas*. España : Mas Edicion .
- Perez, F. (2017). *Manuel, marketing y plan de negocio de la microempresa* . España : Esic Editorial .
- Stettinius, W. (2015). *Plan de Negocio: Como diseñarlo e implementarlo* . España : Profit Editorial .
- Thomsen, M. (2009). *El plan de negocios dinamico* . España : Ecoe Edicion .
- Zamarreño, G. (2013). *Analisis del mercados*. España : Profit Editorial.
- Zorita, E. (2015). *Plan de negocios* .
- Zorita, E. (2016). *El plan de negocio* . España : Mas Edicion .

ANEXOS

ANEXO 1: Anteproyecto del Trabajo de Grado en la modalidad de Monográfico Investigación Acción

1. Selección y definición del tema

Modelo de Negocio con materiales Renovables para Muebles del Hogar, Santo Domingo, República Dominicana 2020

El modelo de negocio con diseños de materiales renovables en la ciudad de Santo Domingo, desarrolla el comercio de la provincia e impulsa el emprendimiento en la artesanía de mobiliarios como apoyar las causas del reciclaje.

El crecimiento y desarrollo de los países ha impulsado que por medio de la implementación de nuevos procesos permiten que integrar un comercialización de productos de hogar con un uso adecuado de los recursos, de tal forma, que el uso óptimo de los recursos promueve que se cuente con un plan que se caracteriza por entregar productos de calidad e innovación en sus diseños, que permitan satisfacer las necesidades existentes en el mercado, obteniendo una productividad y competitividad de los procesos.

El desarrollo del plan pretende conformar una empresa comercializadora de muebles bajo el nombre el otorgamiento de un nombre que permita ofrecer nuevos productos a los clientes, donde sea capaz de obtener de los recursos ecológicos una buena obtención de muebles y mobiliarios y que permita la generación de empleos efectuando un impacto ambiental favorable en su procesos para obtener

el producto, ya que contar con un proceso desde la adquisición de la materia prima, que permita la entrega del producto con estándares de calidad en cuanto al proceso del productos y su aplicación bajo las leyes ambientales No. 64.

2. Planteamiento del Problema

Las organizaciones se han insertado en el mercado con la búsqueda de ofrecer productos y servicios acorde a las necesidades actuales, donde adicionan procedimientos que son vinculados en favor de ejercer un papel sostenible para el aumento de los sectores económicos, financieros, sociales, tecnológicos y humanos, lo cual ha generado procesos que son basados en el aumento de la eficiencia y la eficacia. Sin embargo, la incorporación de las empresas busca responder a las tendencias que desarrolla el mercado en proveer al cliente productos y servicios calificados.

El modelo de negocio se dirige más allá de su redacción en un simple documento, ya que está compuesta por informaciones que son necesarias para la creación de la empresa y por su proceso investigativo son esenciales para poder encontrar los resultados de manera clara en el desarrollo del negocio y sobre las áreas de estudio en el cual se desarrolla la investigación. Por tal motivo es de suma importancia que la información esté disponible para llevar al objetivo del modelo (Delgado, 2015).

El desarrollo del impacto ambiental es una de las problemáticas principales que enfrenta el mercado, ya que se realizan usos inadecuados en cuanto a los

beneficios que ofrece la naturaleza, lo cual ha incidido en cambios proveniente por el aumento de la contaminación y sobre la disminución de los recursos naturales del planeta. Sin embargo, el mercado dominicano ha enfrentado una serie de cambios sucesivos sobre el nivel ecológico en el uso indebido sobre el estudio del uso del nivel ambiental en cuanto aprovechar cada una de las bondades que ofrece el mismo.

El modelo de negocio a través de los recursos renovable permite efectuar un estudio y una planificación sobre cada uno de los aspectos que son considerados en cuanto para la formación de una empresa que permita responder a las necesidades actuales del mercado, lo cual permita aprovechar los beneficios sobre cada uno de los recursos que ofrece el mercado para la prestación de productos que sean basados con calidad y eficiencia.

La incorporación del modelo de negocio busca ser una empresa ecológica que permita captar la materia prima de los recursos naturales sin la necesidad de efectuar efectos negativos a la misma, lo cual sirva como entidad para elaborar productos del hogar acorde a las necesidades de los clientes en favor de hacer diversos estudios que sirvan para la determinación de cada uno de los aspectos que inciden en la conformación del mismo.

La empresa ecológica busca la creación de una empresa dedicada a la comercialización de muebles y mobiliarios del hogar a través de los materiales renovales, apoyándose del medio ambiente en cuestión de contar con cada uno

de los aspectos que permita proporcionar la información adecuada para componer cada uno de los elementos que son necesarios para la creación del mismo. Sin embargo, el mercado dominicano cuenta con una sólida posición geográfica y con un buen ambiente ecológico lo que permita una base sólida para la producción de cada uno de los productos.

De acuerdo con el Ministerio de Industria y Comercio indica que la producción sobre la obtención de materia prima utilizada actualmente ha aumentado un **7%** en cuanto a las empresas que usan este recurso para la construcción de diversos productos, donde el porcentaje de áreas terrestres protegidas en relación a la superficie total del país es de 18.55% según las estadísticas de 2016. Sin embargo, República Dominicana ocupa el puesto 89 de 145 porque produce 1,4 hectáreas per cápita, permitiendo la utilización de los recursos provenientes de los recursos renovables (Cepal, 2019).

El modelo de negocios sobre la utilización de los recursos renovables del país permite reducir a un 5% usos inadecuados en referencia a la destrucción de forma ofensiva a la ecología, donde la creación del mismo genera un uso considerado sobre los beneficios que nos permite obtener el medio ecológico, lo cual la organización contara con un aumento de un 14% sobre una correcta utilización del recurso para la comercialización de muebles y mobiliarios ecológicos.

El modelo del negocio cumple en crear una empresa innovadora que cuente con cada uno de los elementos necesarios para cumplir con las necesidades del mercado, donde la elaboración de los productos sea a través de una sólida

materia prima para brindar productos eficiente y seguros, permitiendo contar con diversos diseños y tamaños que atraiga la atención del cliente en la búsqueda de cada uno de los servicios.

La integración del modelo de negocios genera nuevas oportunidades de crecimiento en el mercado, ya que es una empresa innovadora que cumple con ofrecer productos con calidad y excelencia a través de los recursos naturales sin tener efectos sobre el medio ambiente, donde su incorporación cuenta con un análisis del producto, del mercado, técnico y financiero en proveer cada una de las necesidades operativas en cuestión de crear un proyecto que favorezca el mercado y que responda de forma inmediata en la comercialización de muebles y mobiliarios para el hogar acorde a las necesidades actuales del mercado.

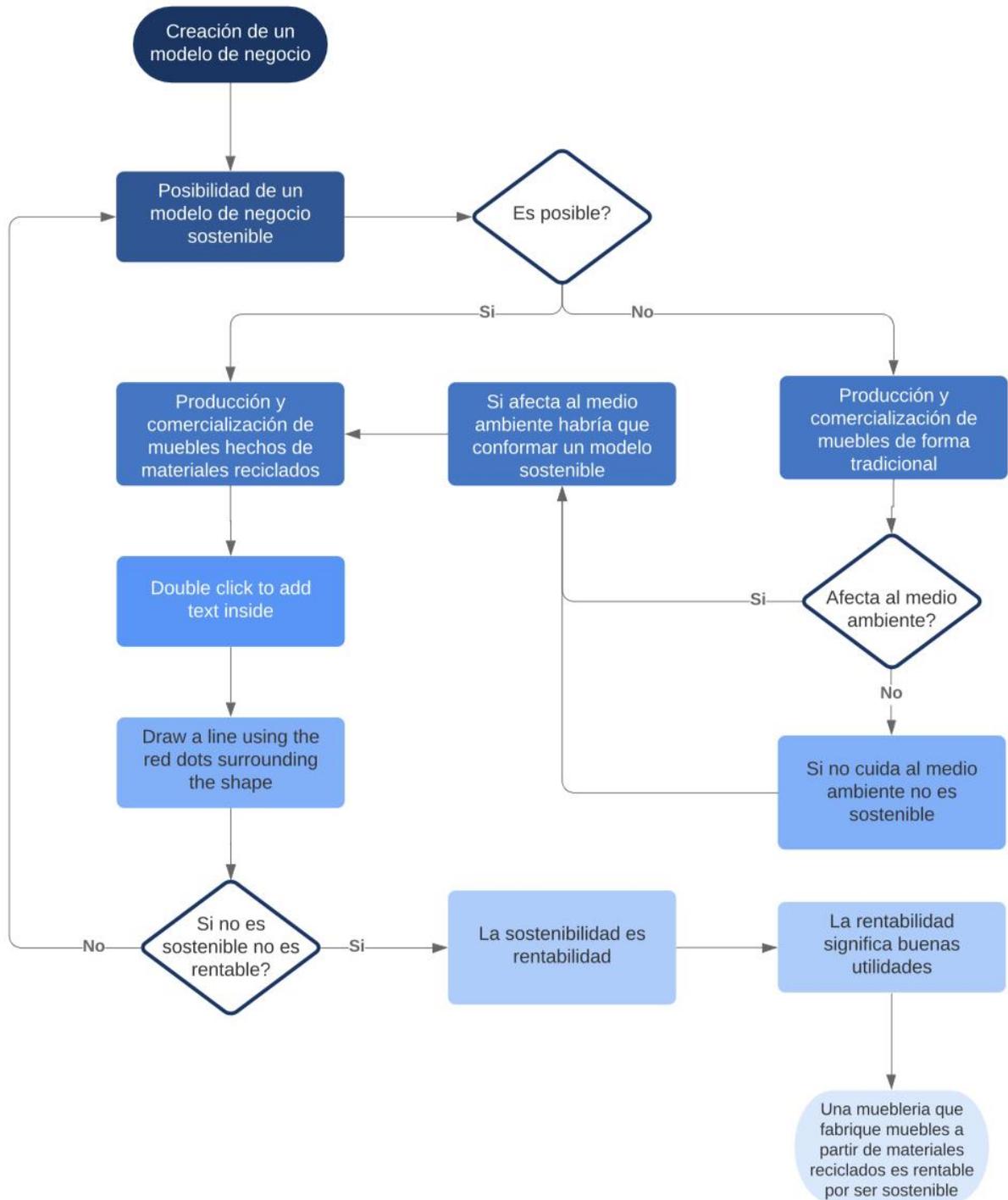


Figura No.1: Proceso operación de la organización da

Fuente: m<https://es.slideshare.net/maryzitha/flujoograma-14791102>

3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Diseñar un Modelo de Negocio con materiales renovables para muebles del Hogar, Santo Domingo, República Dominicana 2020

Objetivo específico

1. Diseñar las estrategias de marketing conforme a las exigencias del mercado
2. Evaluar la factibilidad financiera de la propuesta del proyecto
3. Determinar los factores técnicos y ambientales que intervienen para la creación de la empresa
4. Diseñar la estructura organizacional de la empresa
5. Diagnosticar la situación actual del mercado de muebles y mobiliarios ecológicos

4. Justificación de la investigación

Justificación teórica

En nuestro país las pequeñas y medianas empresas son un factor muy importante para el desarrollo de la economía de nuestro país, ya que estas aportan mucho a lo que es el producto interno bruto, porque genera nuevos puestos de empleos y nuevas oportunidades de trabajo en el mercado local. Hoy en día las pymes constituyen el 27% del PIB y genera el 57% de empleos.

El proceso administrativo mediante la integración de conceptos administrativos y el otorgamiento de teorías básicas para la conformación de las diversas áreas que integran una empresa forman una parte esencial para integrar las actividades que provee la empresa al mercado. Los aspectos que caracteriza la necesidad de muebles ecológicos para desarrollar sus actividades como microempresa.

Un plan de negocios es un documento importante para toda persona emprendedora, atendiendo a conformar o mejorar un negocio con la finalidad de establecer una sólida relación mercantil. El plan de negocio se enfoca en evaluar los proyectos desde distintas dimensiones para conocer y decidir la factibilidad de la inversión.

El plan de negocios cuenta con la información correspondiente acerca de la creación de una empresa, y sobre todo de todos los procesos que implica para la realización de los resultados en cada área, siendo una perspectiva clara sobre lo que proyecta el negocio. La organización determina los objetivos del plan, con la consecución de las ideas y el análisis que involucra el mismo.

Justificación Metodológica

El tipo de investigación será descriptiva y explica, ya que son aspectos que permiten obtener el número de información adecuada ante cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo de la incorporación de la organización en el mercado. Sin embargo, la utilización de los tipos de la investigación genera

la caracterización de información necesaria en cuanto a contar con cada uno de los datos en favor de obtener una interpretación sobre la recolección de la misma.

La utilización de la herramienta será basada en el apoyo de la encuesta y la entrevista, donde estos instrumentos genera la obtención de información necesaria para el desarrollo de la integración de la empresa sobre la obtención de los recursos renovables, de tal manera la encuesta se enfoca el uso de cuestionario en la cual la información es a través de obtener cada una de las informaciones necesarias para el control de los datos.

La entrevista es una conversación que se establece entre dos o más personas con el fin de obtener los datos necesarios para el desarrollo de indagar y conocer los elementos que intervienen en el proceso de creación de una empresa de recursos renovables, lo cual se elabora un numero de preguntas sobre la incidencia de la incorporación sobre la empresa de muebles ecológicos sobre el mercado dominicano.

Justificación Práctica

La creación de muebles y mobiliarios a través de los recursos renovables se enfoca en la venta y comercialización de productos para el hogar, lo cual permite efectuar un uso considerado sobre el medio ambiente en favor de contar con la maquinaria e instrumento necesarios para el desarrollo adecuado en contar con productos de diversos tamaños y colores, generando el cumplimiento sobre un

mejor manejo de las operaciones en construir un aumento de un 12% el nivel de rentabilidad sobre su uso.

La creación del modelo de negocios es un proceso que contiene una serie de etapas para tomar decisiones adecuadas en cada uno de los pasos que son considerativos sobre la evaluación y decisión de la idea del negocio, siendo un modelo de negocio que cumple con incorporar cada uno de los estudios sobre la investigación de los componentes en cuestión de obtener la información necesaria para su conformación en las áreas que son necesarias para su integración.

La incorporación de una empresa ecológica cuenta con favorecer el mercado dominicano sobre crear productos del hogar acorde a las nuevas tendencias, donde permite un incremento de un 60% sobre el rendimiento operativo. La organización permite elaborar muebles y mobiliarios ecológicos, lo cual genera incentivar el valor de preservar los recursos renovables, pero el modelo de negocios genera un aumento de la creatividad e innovación sobre la facilidad en el nivel de potencial en favorecer el mercado dominicano.

La composición del modelo de negocios genera obtener un mejor desarrollo sobre mejorar la situación actual del mercado en cuanto a los recursos renovables, siendo una organización que genera dedicarse a la elaboración de muebles permite una favorable utilización de los recursos, lo cual cuenta con un apoyo de la ley de No. 64 sobre el medio ambiente. Sin embargo, la existencia de variables

directas e indirectas permite evaluar cada una de los aspectos que inciden en la creación del modelo de negocios.

A través del modelo de negocios sobre la incorporación de la empresa de recursos renovables hacia la elaboración de muebles y mobiliarios sobre integrar una empresa que cuente con un uso considerado del medio ambiente, ya que permite oportunidades en asumir lineamientos y políticas en favorecer un alcance adecuado en las operaciones, siendo un eje en contribuir hacia adquirir una ventaja competitiva en componer una organización que cumpla con las necesidades del mercado.

El modelo de negocios genera el aumento de la rentabilidad y la competitividad en cada una de las áreas de estudios sobre la composición de la organización, ya que asume las acciones en hacer un funcionamiento adecuado sobre contar procesos que incrementen un 10% sobre la rentabilidad operativa de la organización en el mercado sobre procedimientos y acciones que mejoren la rentabilidad de la empresa.

5. Marco Referencial

5.1. Marco teórico

5.1.1. Pymes

El concepto de PYME se aplica a “cualquier unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica en actividades de cualquiera de los

sectores de la economía, cumpliendo con criterios de número de empleados y activos” (Industrial, 2017).

Se clasifican de la siguiente manera: Pequeña: entre 11 y 50 empleados, con activos entre 501 y 5000 *SMLV. Grande: Entre 51 y 200 empleados, con activos entre 5001 y 15000 *SMLV. (Ley 590 de 2000 – MIPYME) A nivel mundial las pymes han tomado importancia, su auge ha venido en aumento en la última década gracias a su carácter generador de empleo, su potencial para el desarrollo económico de los países y su capacidad de respaldar el crecimiento del producto interno bruto (Ortiz, 2010).

En Latinoamérica hay cerca de 861 mil PYMES, de las cuales 716 mil son pequeñas empresas y 145 mil son industrias medianas, éstas generan alrededor del 88% de los empleos en la región; por esta razón, se hace notable la importancia de dichas empresas para lograr el crecimiento de un país pues contribuyen al progreso no sólo económico sino también socio-cultural.

5.1.2. Plan de negocios

Un plan de negocios es un documento que describe actividades para generar ganancia, a través de la satisfacción de necesidades mediante el ofrecimiento de bienes o servicios. Un plan de negocio ayuda a planificar actividades del negocio, a tener un norte, definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo podemos lograrlos. Asimismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancias.

Según (Caneda, 2009) considera que “El plan de negocios ayuda a obtener financiamiento, pues es un documento que se presenta a inversionistas, organismos, asociaciones, entidades bancarias y otros organismos del sector financiero para lograr dicho financiamiento mostrándole en el documento la viabilidad del negocio”.

Un plan de negocios involucra una serie de planes internos de cada actividad de una organización, es decir contempla un plan de marketing, un plan de producción, un plan logístico, un plan financiero, un plan de recursos humanos entre las principales áreas. El plan de negocio puede ser simple o complejo y muchas veces se centra en la parte comercial, logística, económica y productiva (Delgado, 2015).

Un plan de negocio es la carta de presentación del empresario y describir la base para la gestión empresarial debido a que:

- Enfoca y encamina los objetivos del negocio
- Sirve como herramienta de venta para la búsqueda de posibles inversionistas o fuente de financiamiento
- Se puede anticipar puntos débiles dentro del proceso de planificación y ejecución
- Determina como organizar los recursos y como financiarlos

La preparación de un plan de negocios no garantiza el éxito del negocio, ni en la detención de inversiones y apoyos, pero su ausencia garantiza, casi seguridad, fracaso del negocio. Por esto, es de suma importancia organizar la información disponible, determinar la faltante y como conseguirla, además de establecer el objetivo final del plan. Un plan de negocio contiene todos los aspectos de un proyecto, para los cuales debe de contener:

- Resumen ejecutivo
- Plan de mercado
- Plan de operaciones
- Plan organizacional
- Análisis financiero
- Plan estratégico

5.1.3. Bases administrativas para la preparación del plan de negocio

Cada empresa busca que su proyecto se encamine en definir todas las áreas necesarias para construir de forma vital su plan, pues en ella reposa todos los análisis para alcanzar las metas que se han propuesto y lograr el propósito del proyecto. Estas áreas son:

5.1.3.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado busca es determinar la cantidad de bienes y servicios que existe en una zona o comunidad que está orientada en consumir a un precio

determinado y en base a las características de la población, donde se detalla los análisis de oferta, ventas, precios y competencia en función de los productos o servicios que va a ofrecer al mercado (Salazar, 2005).

El estudio de mercado permite una cercanía entre la oferta y la demanda que incide en la actuación sobre el desarrollo de la organización, que puede ser satisfecha mediante un aumento de los bienes ofrecidos. El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre el nivel de viabilidad que puede conllevar una actividad económica. Este estudio conlleva 3 grandes estudios como son:

- Análisis del consumidor
- Análisis de la competencia
- Estrategia

5.1.3.2. Estudio financiero

Todo empresa debe de llevar un proceso contable acerca de los ajustes y tamaños, por lo que en la toma de decisiones se hace énfasis en la posición financiera que lleva el ciclo contable y las razones financieras, que son las que se encargan de los puntos fuertes y débiles del negocio, y de las tendencias que se enfocan la atención a los aspectos que requiere el análisis financiero. También, es de suma importancia hacer hincapié en la aportación de los socios, como en la forma de pago de los proveedores (Vicuña, 2017).

5.1.3.3. Estudio técnico

De acuerdo con (Barrios, 2011) afirma “Este es un análisis que involucra a las personas, las máquinas y las materias primas en la elaboración de un producto o servicio, el mismo hace referencia al tamaño, localización, distribución del espacio y el control de las tareas que tendrá la empresa”. El manejo de los materiales de la empresa debe de ser un punto esencial para la conformación de todos los aspectos que intervienen en el estudio técnico, de tal forma, que posee la información adecuada para hacer detalle del personal requerido y de los materiales necesarios que componen la organización.

Cada una de las actividades que se llevan a cabo en el proceso de transformación del producto es por medio de un proceso de evolución que se realiza a través de medios tecnológicos por medio de la mano de obra. El proceso administrativo toma en cuenta las responsabilidades que tiene la organización frente al impacto ambiental y a las leyes que debe de guardar para su introducción al mercado.

5.1.4. La planificación estratégica

La planificación estratégica es un mecanismo que se utiliza en la administración para ordenar los cambios que ocurren en las empresas y que sirve como un plan de mejora para desarrollar acciones que están presentes al implementar nuevos sistemas, es una técnica que sirve para definir los objetivos de la empresa y establece estrategias que sirven para mejorar los procesos.

“La planificación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del quehacer actual y el camino en el que se deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No solo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograra así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno” (Figuroa, 2012).

“La dirección estratégica pretende identificar de forma precoz los cambios externos e internos para instrumentar respuestas rápidas, procurando que nivel de sorpresa de los impactos sea el menor posible. No puede definir con claridad todas las acciones que deben cometerse para lograr los objetivos, define las líneas maestras de actuación, sobre la base de un conocimiento de las relaciones entre la organización, sus acciones, el entorno y los resultados, aportándonos un marco o patrón para guiar la toma de decisiones de los diferentes niveles de la organización” (Perez, 2011).

5.1.5. La competitividad

La competitividad hace referencia al consumidor que opta por diversos productos en presencia del valor agregado que muestra cada producto. Cada una de las estrategias sirven para las condiciones necesarias para planificar acciones que sirvan de soporte y que fomentan una crecimiento de la organización sostenible.

Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64)

La ley establece las normas para la conservación, protección, mejoramiento y restauración del medio ambiente y los recursos naturales, asegurando su uso sostenible. Asimismo, establece un marco general sobre información y participación en asuntos ambientales, y la responsabilidad por daño ambiental en la República Dominicana.

La Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales cumple en establecer el Sistema Nacional de Información Ambiental y de Recursos Naturales; realizar, organizar y actualizar el inventario de la biodiversidad y de los recursos genéticos nacionales, así como diseñar y ejecutar la estrategia nacional de conservación de la biodiversidad.

La Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales ejerce un cierto conocimiento sobre los permisos y las licencias ambientales que otorgue, así como las personas naturales o jurídicas que sean sancionadas por vía administrativa o judicial.

La declaración de impacto ambiental (DIA), el estudio de impacto ambiental y el informe ambiental serán costeados por el interesado en desarrollar la actividad, obra o proyecto, y realizado por un equipo técnico, multidisciplinario si fuera necesario, pudiendo ser representado por uno de los mismos. Será un documento público, sujeto a discusión, y quienes lo elaboren deberán estar registrados para fines estadísticos y de información en la Secretaria de Estado de Medio Ambiente

y Recursos Naturales, quien establecerá el procedimiento de certificación para prestadores de servicios de declaración, informe, estudios, diagnósticos, evoluciones y auditorías ambientales (Cepal, 2019).

El proceso de permisos y licencias ambientales será administrado por la Secretaria de Estado de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en coordinación con las instituciones que corresponda, las cuales estarán obligadas a consultar los estudios de impacto ambiental con los organismos sectoriales competentes, así como con los ayuntamientos municipales, garantizando la participación ciudadana y la difusión correspondiente.

5.2. Marco Conceptual

- ❖ **Afabilidad:** se refiere a la capacidad que tiene una persona para llevarse bien con los demás (Luna, 2014).
- ❖ **Control:** es el proceso por el cual una persona, grupo u organización en forma consciente el desempeño y forma una acción correctivo (Matilla, 2011)
- ❖ **Competencia:** es un conglomerado interrelacionado de conocimiento, habilidades y capacidades que necesita una persona para ser efectivo (Campos, 2006)

- ❖ **Dirección:** implica lograr que otros realicen las tareas necesarias a lograr las metas de la organización (Delgado, 2015).

- ❖ **Empresa:** Es la organización de una actividad económica que reúne elementos de capital y trabajo con el fin de producir bienes o servicios para el mercado (Salame, 2013).

- ❖ **Estrategia:** Son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa (Freedman, 2016).

- ❖ **Gerente:** es la persona que lleva la función de administración de una empresa. Es quien determina todo lo que debe dirigir, delega los puestos necesarios para alcanzar los resultados deseados, establece los requisitos (Delgado, 2015).

- ❖ **Planeación:** implica determinar las metas y medios de la organización para alcanzarlos (Delgado, 2015).

1.3. Marco Espacial

La empresa seleccionada se encuentra en la Avenida Venezuela #120, Santo Domingo Este, República Dominicana.

1.4. Marco Temporal

La realización de la investigación sobre el Modelo de Negocio con materiales Renovables para Muebles del Hogar, Santo Domingo, República Dominicana será comprendida en el periodo Mayo-Agosto 2020.

6. Metodología de la investigación

6.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación seleccionado en el desarrollo del tema será descriptivo y explicativo, ya que son los más convenientes dentro de la recolección de información en cuestión de integrar cada uno de los aspectos que serán necesarios para la conformación de la organización enfocada en la elaboración y comercialización de muebles para el hogar, donde permita obtener una mejor manipulación sobre cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo del fenómeno sobre indicar cada uno de los aspectos que se relacionan en el mismo.

A través del tipo de investigación descriptiva contribuye sobre cada uno de los estudios o áreas en el cual se tendrá en cuenta para la evaluación y determinación de cada aspecto que es necesario en el tema, donde la conceptualización de las variables permite un uso adecuado de los métodos y recursos para dar respuesta a las posibles alternativas viables. Asimismo, el tipo de investigación descriptivo cuenta con enfocar sus lineamientos en contar con las acciones que mejoren la incidencia de cada área.

El tipo de investigación explicativa enfoca sus aspectos en ofrecer un estudio claro y preciso sobre cada área en el cual se desarrolla el fenómeno, donde el marco de estudios sobre el mercado, técnico y financiero permite la determinación de indagar sobre las necesidades en el cual se enfocan las variables en cuestión de dar explican al comportamiento sobre la integración de la organización en cuanto al cumplimiento sobre el desarrollo de la organización en cuanto obtener una correcta manipulación de cada una de las áreas en fin de obtener una buena rentabilidad operativa.

6.2. Métodos de la investigación

El uso de los métodos en la investigación genera la obtención adecuada de cada uno de los elementos propios sobre el desarrollo del fenómeno en el cual permita cumplir con los objetivos, donde se apoyara del método síntesis, análisis y deductivo.

El método de síntesis, permite determinar cada una de las situaciones actuales con la finalidad de obtener respuestas que sirvan para manipular cada uno de los eventos, donde ejerce una simplificación de los datos en el cual reúne cada una de las información en la búsqueda de contar con los puntos factibles para un desarrollo sobre la organización de la empresa en el mercado.

El método de análisis, genera determinar y efectuar un control directo sobre el desarrollo de la información en el cual permita contar con los elementos

esenciales para la obtención de datos concretos en fin de establecer razonamientos que sirvan para dar respuesta sobre la actuación del fenómeno en cuestión de contar con los aspectos que aumenten el rendimiento de la organización.

El método deductivo, permite controlar y contar con cada una de las información claras sobre obtener un mejor rendimiento en cada una de las áreas en el cual se ejerce una actuación del fenómeno.

6.3. Técnicas de investigación

A través de las técnicas usadas en las técnicas de investigación cuenta con **el uso** de la entrevista, la encuesta y la recopilación documental, ya que sirven como medio eficaz para la determinación de cada uno de los elementos que sirven para puntualizar informaciones concretas acerca de la organización y dirección sobre la composición de la organización en el mercado dominicano.

La recopilación documental, es un medio eficaz en el cual sirve para realizar un una profundización sobre cada uno de los elementos que ejercen una actuación en puntualizar en diversos autores y libros sobre posibles respuestas que otorguen un mejor manejo y control sobre la incorporación de una organización a través del uso adecuado de los recursos renovables. No obstante, los datos obtenidos generan un control adecuado sobre la actuación de cada una de las variables en la investigación.

La entrevista, es un medio eficaz que sirva para establecer una conversación que cumple con un esquema de objetivos, donde se realiza una persona o varias en específica con la finalidad de captar el mayor número de información acerca del fenómeno, donde se apoya por preguntas que son estructuradas para un mejor control sobre aquellos aspectos que se deben de tener en cuenta en la investigación.

La encuesta, es la incorporación de preguntas que son orientadas a un segmento de personas y que son destinadas para la obtención de información sobre el desarrollo del tema, lo cual permite establecer un marco de preguntas que cumpla con el objeto central de la investigación en relación de cumplir con cada uno de los aspectos que son necesarios para el desarrollo del tema y en función de obtener las posibles soluciones que darán respuesta a la tema central.

6.4. Procedimientos

Las fuentes primarias serán libros, revistas, tesis, monográficos, enciclopedias y publicaciones por parte de diversos autores o personas que redactan la información necesaria para conocer más sobre el tema e indagar sobre el modelo de negocios con materiales renovables para el uso del hogar

Las fuentes secundarias serán a través de todos los miembros de la organización para un análisis e interpretación de los datos de forma que se logre alcanzar los objetivos propuestos.

7. Índice preliminar para el trabajo de grado

Agradecimientos

Dedicatorias

Resumen Ejecutivo

Introducción

Capítulo 1: Fundamentos del Modelo de Negocios

- 1.1. Conceptualización del plan de negocio
- 1.2. Ventajas del plan de negocio
- 1.3. Fundamentos del plan de negocio
 - 1.3.1. Etapas del proceso de creación de empresa
- 1.4. Bases administrativas para la creación de empresa
 - 1.4.1. Estudio de mercado
 - 1.4.2. Estudio técnico
 - 1.4.3. Estudio financiero
- 1.5. Características Organizacionales
 - 1.5.1. Nombre de la empresa
 - 1.5.2. Organización de la empresa
 - 1.5.3. misión
 - 1.5.4. visión
 - 1.5.5. valores
 - 1.5.6. servicios a ofrecer
 - 1.5.7. organigrama general

Capítulo 2: Estudio de mercado

- 3.1. análisis actual del mercado
- 3.2. análisis de la investigación del mercado
- 3.3. segmento del mercado meta
 - 3.3.1. segmento demográfico
 - 3.3.2. segmento psicográfico
 - 3.3.3. segmento conductual

- 3.3.4. descripción de los consumidores
- 3.5. análisis de la competencia
 - 3.5.1. competencia directa e indirecta
 - 3.5.2. matriz de perfil competitivo
- 3.6. plan de marketing
- 3.7. análisis FODA
- 3.8. Análisis de encuestas
 - 3.8.1. Objetivos de la encuesta
 - 3.8.2. Métodos
 - 3.8.3. Población
 - 3.8.4. Muestra
 - 3.8.5. Técnicas y herramientas
 - 3.8.6. Encuestas
- 3.9. Proceso de recolección y análisis de datos Estudio técnico
 - 3.9.1. Análisis del proyecto en el estudio técnico
 - 3.9.2. Disponibilidad de los recursos financieros
 - 3.9.3. Localización del proyecto
 - 3.9.4. Capacidad del proyecto
 - 3.9.5. Descripción de la materia prima
 - 3.9.6. Perfil de la estructura organizacional
 - 3.9.7. Proceso de producción
 - 3.9.8. Descripción de los aspectos ambientales
 - 3.9.9. Composición de los aspectos legales

Capítulo 3: Estudio financiero

- 5.1. Descripción inicial
- 5.2. Análisis del presupuesto
 - 5.2.1. Presupuesto de los equipos y maquinarias
 - 5.2.2. Presupuesto de la materia prima
 - 5.2.3. Presupuesto de la mano de obra
 - 5.2.4. Costos operativos

- 5.2.5. Gastos administrativos
- 5.2.6. Legalización del proyecto
- 5.3. Descripción de puestos
- 5.4. Punto de equilibrio
- 5.5. Proyección de ventas
- 5.6. Balanza general
- 5.7. Balanza de resultados
- 5.8. VPN
- 5.9. Razón de beneficio
- 5.10. Tasa interna de retorno

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

Bibliografía

- Barrios, A. Z. (2011). Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión. Caracas: Editorial Texto, C.A. .
- Campos, E. B. (2006). Dirección Estratégica: Nuevas perspectivas teóricas .
- Caneda, M. C. (2009). Dirección Estratégica Innovadora . España : Netbiblio Editorial .
- Cepal. (2019). Ley General sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ley No. 64). Obtenido de <https://observatoriop10.cepal.org/es/instrumentos/ley-general-medio-ambiente-recursos-naturales-ley-no-64>
- Delgado, J. V. (2015). Planificamente Estratégicamente . California : Windmills internacional Editions .
- Figuroa, J. P. (2012). Metodología para la Planificación Estratégica . Estados Unidos .
- Freedman, L. (2016). Estrategia: Una historia. España : Ecoe Edición .
- Industrial, P. (2017). Desarrollo de PYME . Obtenido de <http://www.portalindustrial.net/index.php/desarrollo-empresarial/desarrollo-de-pyme>
- Luna, A. C. (2014). Administrativa Estratégica. Mexico: Grupo Editorial Patria .
- Matilla, K. (2011). Conceptos fundamentales en la Planificación del negocio . Barcelona: Editorial UOC.
- Ortiz, M. (2010). Pequeñas y Medianas Empresas en la República Dominicana . Obtenido de <http://opac.pucmm.edu.do/virtuales/bvds/situacionpymes.pdf>
- Perez, J. E. (2011). Gestión y promoción del desarrollo local . Valencia .
- Salame, H. A. (2013). La planeación y el desarrollo de productos .

Salazar, H. Z. (2005). Planeacion estrategica aplicada a cooperativas y demas formas asociativas. Colombia : Editorial Universidad Cooperativa de Colombia .

Vicuña, J. M. (2017). El plan estrategico en la practica . Madrid : ESIC Editorial .

ANEXO 2: ECOHOUSE MODELO DE ENCUESTA PARA LA INVESTIGACION DE MERCADO

1. ¿En qué te fijas cuando compras un mueble?
 - a) Precio
 - b) Diseño
 - c) Calidad
 - d) Impacto en el Medio Ambiente

2. ¿Donde, generalmente, compras muebles?
 - a) Multi-tiendas
 - b) Tiendas Específicas
 - c) Ferias
 - d) A pedido
 - e) Importado desde el extranjero

3. ¿Te interesas en el cuidado del medio ambiente?
 - a) Si
 - b) No

4. ¿Preferirías un mueble Ecológico antes de uno Tradicional?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez

Resultados

Tipo de encuesta: respuestas múltiples

Muestra: 30 personas

PÁGINA DE ANTIPLAGIO

THE PLAGIARISM CHECKER PREMIUM

To investigate possible plagiarism, click on any of the "possible plagiarism" links in the table below. You will be referred to the source material for you to make an informed decision about the content of your student's paper.

Congratulations. You are using the premium version which searches more than three times as many phrases, and ignores many types of citations.

Text being analyzed	Result
org/es/instrumentos/ley-general-medio-ambiente-recursos-naturales...	✔ OK
Capital de Inversionista RD\$4,000,000	✔ OK
Psicografica Cultura Personalidad	✔ OK
GASTOS ADMINISTRATIVO 1,800,000	✔ OK
do/explotar-el-potencial-de-la-industria-de-muebles/	✔ OK
TELEFONO,INTERNET Y CABLE RD\$3,000	✔ OK
Primero-Cuarto Bachillerato 2009-2013	✔ OK
Vice-Presidente 37,950	✔ OK
Obtenido de https://observatoriop10	✔ OK
Berry Dominicana, Keyer/Digitadora desde ago	✔ OK
do/edicion1239/DEPORTADA/tema	✔ OK
Película "Los Paracaidistas"/Panamericana Films	✔ OK
Características del producto	✔ OK
Variables Sub-variable Resultado	✔ OK
jorgeluislo@hotmail	✔ OK
Características Organizacionales 21	✔ OK
do/edicion1239/DEPORTADA/tema	✔ OK
GASTOS ADMINISTRATIVOS RDS\$150,000	✔ OK
Características Organizacionales	✔ OK

Results: Unknown - investigate with links above