



Plan de Negocios: La Repisa

Licenciatura en Mercadotecnia

Autores:

Br. Francis Raquel Rodríguez Ruiz / Carné 1211983

Br. Shirley Yahoska Berrios Ortiz / Carné 1210649

Br. Shirley Patricia Obregón Oviedo / Carné 1210851

Br. Gerardo José Saborío Carvajal / Carné 1212758

Br. Jeffry Eliezer Vanegas / Carné 1110187

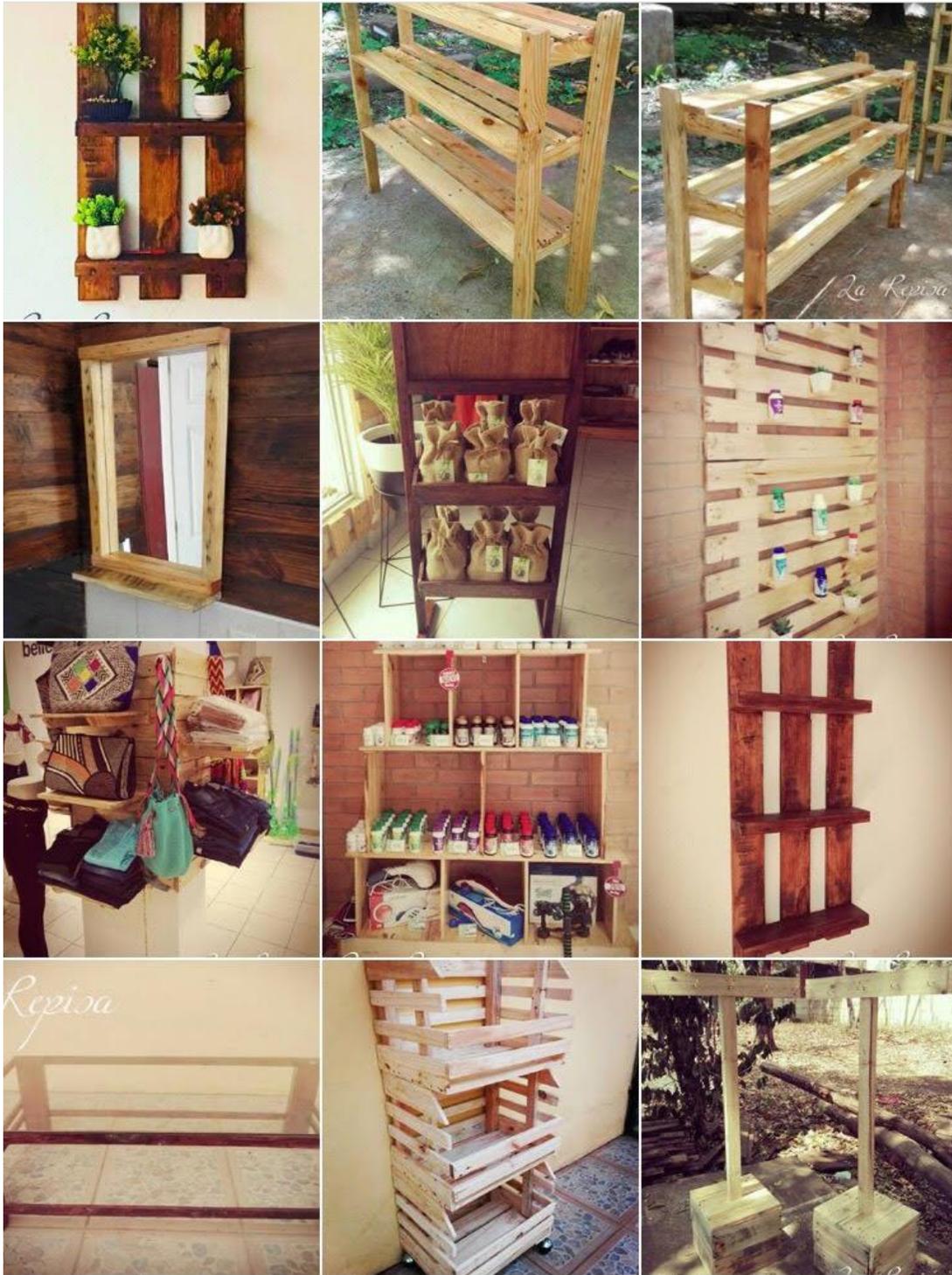
Docente:

Msc. María Mercedes Pérez

Fecha:

22 de junio del año 2017

La Repisa



Lista de Tablas

Tabla 1: Ambiente Económico.....	8
Tabla 2: Ambiente Socio Cultural.....	9
Tabla 3: Ambiente Político Legal.....	10
Tabla 4: Ambiente Tecnológico.....	10
Tabla 5: Análisis Ambiental.....	11
Tabla 6: Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter.....	12
Tabla 7: Demanda actual en unidades físicas.....	59
Tabla 8: Demanda actual en unidades monetarias.....	59
Tabla 9: Demanda potencial en unidades físicas.....	60
Tabla 10: Demanda potencial en unidades monetarias.....	60
Tabla 11: Participación de mercado en unidades físicas.....	62
Tabla 12: Acciones de Precio.....	63
Tabla 13: Acciones de Promoción.....	65
Tabla 14: Proyecciones de Ventas.....	63
Tabla 15: Curso grama del Servicio.....	66
Tabla 16: Flujo grama de Producción.....	66
Tabla 17: Activos Fijos (Maquinaria Eléctrica).....	67
Tabla 18: Activos Fijos (Equipo de Oficina).....	67
Tabla 19: Vida útil de los Activos Fijos.....	68
Tabla 20: Capacidad Planificada y Futura.....	68
Tabla 21: Materia Prima Directa.....	69
Tabla 22: Materia Prima Indirecta.....	69
Tabla 23: Mano de Obra Directa.....	70
Tabla 24: Mano de Obra Indirecta.....	70
Tabla 25: Gastos Generales de la Empresa.....	70
Tabla 26: Actividades Operativas.....	74
Tabla 27: Gastos Pre Operativos.....	74
Tabla 28: Presupuesto de Inversiones.....	75
Tabla 29: Estructura de Costos (Juego de Sala).....	78
Tabla 30: Estructura de Costos (Centro de Entretenimiento).....	78
Tabla 31: Estructura de Costos (Mesa de Noche).....	79
Tabla 32: Estructura de Costos (Repisa para Pared).....	80
Tabla 33: Estructura de Costos (Casa para Mascota).....	80
Tabla 34: Estructura de Costos (Jaula para Aves).....	81
Tabla 35: Estructura de Costos (Repisa de Pared para plantas).....	82
Tabla 36: Estructura de Costos (Mueble para Terraza).....	83
Tabla 37: Estructura de Costos (Proyecto para negocio, Góndola).....	84

Tabla 38: Estructura de Costos (Proyecto para negocio, Escritorio).	85
Tabla 39: Estructura de Costos (Proyecto para negocio, Paredes)..	85
Tabla 40: Presupuesto de Ventas o Ingresos.....	86
Tabla 41: Estado de Costo de Producción y Ventas Proyectado.....	86
Tabla 42: Estado de Resultado Proyectado.....	87
Tabla 43: Flujo de Efectivo Proyectado.....	88
Tabla 44: Balance General Proyectado.....	89
Tabla 45: Indicadores Financieros	90

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Amenaza de Nuevos Ingresos.....	13
Gráfico 2: Poder de Negociación de los Proveedores.....	14
Gráfico 3: Poder de Negociación de los Compradores.....	14
Gráfico 4: Productos Sustitutos.....	15
Gráfico 5: Rivalidad entre los Competidores Existentes.....	16
Gráfico 6: Matriz de Oportunidades y Amenazas.....	16
Gráfico 7: Vista Previa de Página en Facebook.....	25
Gráfico 8: Vista Previa de Página en Instagram.....	26
Gráfico 9: Menú Principal de Página Web.....	27
Gráfico 10: Portada de Página Web	28
Gráfico 11: Información Principal.....	28
Gráfico 12: Referencia a los Clientes.....	29
Gráfico 13: Contacto.....	39
Gráfico 14: Servicios (Catálogo de Productos)	30
Gráfico 15: Ubicación.....	30
Gráfico 16: Centro de Entretenimiento.....	31
Gráfico 17: Juego de Sala.....	32
Gráfico 18: Mesa rústica con vidrio reciclado.....	33
Gráfico 19: Mesa elaborada a base de caja de verduras.....	34
Gráfico 20: Repisa esquinera de pared de cuatro piezas.....	35
Gráfico 21: Repisa esquinera de pared de cinco piezas.....	36
Gráfico 22: Sillas para desayunador.....	37
Gráfico 23: Barra con revestimientos de pared.....	38
Gráfico 24: Casas para perros.....	39

Gráfico 25: Casas para aves.....	40
Gráfico 26: Repisa de Pared.....	41
Gráfico 27: Repisa de Pared.....	42
Gráfico 28: Repisa de yute.....	43
Gráfico 29: Juego de exteriores.....	44
Gráfico 30: Proyecto “Tienda Garage”.....	45
Gráfico 31: Proyecto “Tienda Zoe”.....	46
Gráfico 32: Proyecto “Show del Hogar”.....	47
Gráfico 33: Flor del Servicio.....	48
Gráfico 34: Hoja de Cotización.....	49
Gráfico 35: Hoja de Cotización.....	50
Gráfico 36: Niveles de Producto.....	51
Gráfico 37: Ciclo de Vida del Producto.....	52
Gráfico 38: Logotipo.....	53
Gráfico 39: Imagotipo (Competencia Directa).....	54
Gráfico 40: Competencia Indirecta (Curacao).....	56
Gráfico 41: Competencia Indirecta (El Gallo más Gallo).....	57
Gráfico 42: Acciones de Distribución.....	64
Gráfico 43: Organigrama.....	72

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto principalmente a Dios nuestro padre celestial porque sin él en nuestras vidas nada de lo que emprendamos lo terminaríamos con éxito; a nuestros padres quienes han sido el pilar fundamental en nuestras vidas, por darnos lo necesario hasta el día de hoy e inspirarnos a ser cada día mejores personas y sobretodo darnos el amor y el apoyo para que podamos seguir luchando por alcanzar nuestros sueños, así como también a todos aquellos seres queridos que ya no están con nosotros pero desde donde se encuentren sabemos que están orgullosos de este gran logro . A todas aquellas personas que estuvieron a nuestro lado motivándonos para poder lograr con éxito esta meta.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por permitirnos llegar a este momento tan importante en nuestras vidas, por darnos la sabiduría e inteligencia para poder culminar esta etapa con éxito y siempre estar a nuestro lado en todo.

A nuestras familias quienes nos han brindado su apoyo incondicional y han estado de nuestro lado en todo el proceso de nuestra formación, quienes con mucho amor y sacrificio nos han suplido nuestras necesidades y hoy junto con nosotros están viendo los frutos de eso.

Agradecemos a nuestra docente María Mercedes Calero por guiarnos en el proceso de culminación de estudios y a todos aquellos docentes que hemos tenido a lo largo de este ciclo de formación académica en nuestras vidas que nos han orientado y apoyado.

Agradecemos a Humberto Guillen quien es el propietario de La Repisa por el tiempo e información brindada en todo el proceso de la realización de nuestro Plan de Negocios, de quien nos sentimos muy contentos de haber compartido esta experiencia.

Índice de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	3
1. Objetivos	4
1.1 Objetivo general	4
1.2 Objetivos específicos	4
2. Aporte Del Proyecto A La Economía Local/ Nacional	5
3. Perfil Estratégico	6
3.1 Misión	6
3.2 Visión.....	6
3.3 Estrategia del negocio	6
4. Plan De Marketing	8
4.1 Análisis del entorno y sector.....	8
4.1.1 Análisis externo	8
4.1.2 Análisis del sector.....	12
4.2 Investigación de Mercados	17
4.2.1 Informe de Investigación	17
4.2.2 Metodología	19
4.3 Decisiones estratégicas de marketing.....	25
4.3.1 Descripción del Producto/Servicio.....	25
4.3.2 Análisis de la Competencia	53
4.3.3 Objetivos de Marketing	58
4.3.4 Descripción del Mercado Meta	58
4.3.5 Demanda y Participación del Mercado	58
4.3.6 Estrategias de Marketing	60
4.3.7 Plan de Acción.....	61
4.2.8 Proyecciones de Ventas	65
5. Plan de Producción	66
5.1 Curso grama del Servicio	66
5.2 Flujo grama de Producción.....	66
5.3 Activos fijos	67
5.4 Vida útil de los activos fijos	68
5.5 Capacidad planificada y futura	68
5.6 Materia prima necesaria y costo de la materia prima	69
5.7 Mano de obra directa e indirecta	69
5.8 Gastos generales de la empresa.....	70

6.	Plan de Organización	71
6.1	Forma de la empresa.....	71
6.2	Estructura organizacional	72
6.2.1	Actividades y gastos pre operativos	74
7.	Plan de Finanzas.....	75
7.1	Presupuesto de Inversiones	75
7.2	Estructura de Costos	78
7.3	Presupuesto de Ventas o Ingresos	85
7.4	Estado de Costo de Producción y Ventas Proyectado	86
7.5	Estado de Resultado Proyectado	87
7.6	Flujo de Efectivo Proyectado	88
7.7	Balance general proyectado.	89
7.8	Indicadores Financieros.....	90
7.9	Análisis de Sensibilidad	91
8.	Referencias Bibliográficas.....	92
9.	Anexos	92
10.	Glosario.....	108

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente documento de plan de negocio de muebles reciclados con diseños especializados y exclusivos, de aquí en adelante LA REPISA es constituida como forma de culminación de estudios por partes de sus autores con el fin de optar a nuestra titulación como Licenciados en Mercadotecnia otorgado por la Escuela de Administración, Comercio y Finanzas de la Universidad Politécnica de Nicaragua.

La elaboración de retomar esta empresa surge de una lluvia de ideas que los integrantes del plan de negocios realizamos, la misma se llega a concretar una vez discutidas las distintas ideas planteadas; finalmente la idea se concluye a retomar a la empresa LA REPISA debido a que se buscaba un proyecto innovador y que aportara beneficios a la población llegando a la conclusión que es una oportunidad de negocio debido a la demanda del mercado.

La repisa es una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles hechos a base de polines o pallets con diseños personalizados y originales específicamente para interiores, exteriores y proyectos o negocios.

Nuestra competencia es tanto directa como indirecta, ya que las casas comerciales presentan una competencia indirecta porque distribuyen muebles tradicionales y las indirectas todas aquellas empresas que diseñan muebles a base de materiales reciclados.

La Repisa no cuenta en la actualidad con una tienda en físico, la podemos encontrar en Facebook e Instagram sin embargo como plan de negocios estamos incorporando el diseño de una página web para poder llegar posicionarnos en la plataforma virtual.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de negocios para la empresa *La Repisa* analizando la demanda del mercado, el proceso de producción y organización, con la finalidad de alcanzar mejores niveles de productividad y rentabilidad.

1.2 Objetivos específicos

- Definir estrategias de negocios, a partir de la identificación de Oportunidades y Amenazas provenientes del análisis del entorno.
- Definir las estrategias y acciones de la mezcla de Marketing de La Repisa manteniendo las 3E's que nos caracterizan "Ecológico, económico y excelente calidad".
- Establecer el flujo de producción adecuado de La Repisa para mantener el tiempo de entrega estimado para cada uno de los productos.
- Establecer los aspectos legales a los cuales está regido La Repisa, de igual forma crear la estructura organizativa más conveniente para llevar un buen control de la comunicación dentro de la misma.
- Mantener los niveles de rentabilidad de La Repisa llevando un mejor control de los ingresos y los egresos, para el bien de los clientes, colaboradores y la compañía.

2. Aporte Del Proyecto A La Economía Local/ Nacional

La Repisa es un proyecto que tiene como fin, la innovación de muebles ecológicos a base de polines y/o cualquier material reutilizable. Con este proyecto se está ayudando al cuidado del medio ambiente en el país, por el uso que le damos a los materiales reciclados, ya que la madera si bien sabemos, es un recurso natural no renovable o recurso agotable por lo que debemos frenar la tala desmedida de árboles. A su vez, culturizando a la población nicaragüense a que adquiera este tipo de muebles con un concepto distinto al tradicional.

Parte del aporte económico que brinda al país es la generación de empleos ya que para poder producir más se necesita de la contratación de personal capacitado para el correcto funcionamiento del negocio.

Es fuente de generación de ingresos no solo para La Repisa sino también para nuestros proveedores ya que trabajan de la mano con cada uno de ellos.

3. Perfil Estratégico

3.1 Misión

Ofrecer productos ecológicos, económicos y de excelente calidad ajustados a las necesidades de nuestros clientes, logrando diseños únicos en nuestros muebles con materiales reutilizables.

3.2 Visión

Llegar a ser la empresa líder en fabricación y distribución de muebles ecológicos en Nicaragua.

3.3 Estrategia del negocio

En La Repisa se implementa una estrategia de diferenciación por medio de la cual ofrecen servicio de instalación, visita de campo y asesoramiento pre y post venta, además de establecer bases de negociación con el cliente acorde a sus necesidades, se caracterizan por brindar un servicio personalizado asegurando el precio más económico que puedan encontrar en el mercado.

Han dirigido el mobiliario a un sector económico en especial, donde se establece la marca por la calidad de su materia prima: polines, pallets o cualquier material que se pueda reutilizar o transformar, ya que es un producto totalmente ajustable, artesanal sin que pueda disminuir considerablemente la calidad del mismo; destacando las bondades de la madera dándole un toque exótico y rustico.

Se destinan esfuerzos principalmente económicos con la finalidad de hacer conocer el producto al público objetivo mediante distintos medios publicitarios, entre ellos contratación de vallas publicitarias, además haremos catálogos con los productos que ya hemos elaborado, así como también agregar fotos con las fases de elaboración, cuyo contenido sean visibles y llamativas.

La Repisa es especialista en diseñar un proyecto de decoración a tu medida para convertir tu casa en el lugar soñado.

Objetivos de empresa

- Consolidar la marca en el mercado con el desarrollo de muebles innovadores a través de nuestros canales de distribución como lo son la página web, redes sociales y publicidad boca en boca.
- Fortalecer la formación y capacitación del recurso humano especializado en el sector productivo de muebles y repisas.
- Implementar un modelo de encadenamiento productivo orientado a nichos de mercado de alta rentabilidad abarcando la mayor parte del mercado consumidor en productos a base de polines o pallets.
- Identificar la forma más eficiente de atraer a nuestro mercado objetivo brindando asesoría en el diseño de nuevos modelos de muebles otorgándole valor agregado a la marca y producto.
- Aumentar el capital de la empresa en comparación con el año anterior 2016 en un 50% en los siguientes meses del corriente año.

4. Plan De Marketing

4.1 Análisis del entorno y sector

A continuación se muestra el análisis de los diferentes entornos y del sector enfocados a nuestro Plan de Marketing, asignando valores del 1 al 10, siendo este último el de más relevancia (positiva).

4.1.1 Análisis externo

El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno de una empresa, que están más allá de su control y que podrían beneficiar o perjudicarla significativamente. A continuación se detallan las siguientes:

4.1.1.1 Ambiente Económico

VARIABLES	POSITIVO	NEGATIVO
Desempleo		5
Salario mínimo	4	
Inflación	8	
PIB	8	

Tabla 1. Ambiente económico
Fuente: Elaboración Propia

Como empresa se encuentran dentro del sector secundario (sector que transforma materias primas en productos terminados o semielaborados), de acuerdo a los tres grandes niveles de sectores que existen en nuestro país.

Actualmente, Nicaragua posee la tasa de ocupación más alta de Centroamérica, el informe titulado “Situación de la Formación Profesional de Centroamérica y República Dominicana: 1198-2013 indica que de los 3, 834,842 habitantes en edad de trabajar que posee Nicaragua, la población ocupada es de 2, 671,570, es decir una tasa de ocupación del 69.7%.

Actualmente en Nicaragua según datos estadísticos del año 2016, la tasa de desempleo en el país es del 6.6%, una tasa considerable para La Repisa por lo que genera al menos 3 puestos directos lo que contribuye a la reducción de esta estadística aportando a la economía, sin embargo esta es una variable negativa por lo que en nuestro país la población tiende a endeudarse.

El salario mínimo en Nicaragua dentro del sector secundario es de C\$4,873.29 según la actualización válida hasta el mes de agosto del año 2017, sin embargo establecerán un mutuo acuerdo con nuestros colaboradores para que en dependencia de la producción se les nivele su salario. Cabe mencionar que la industria manufacturera es uno de los principales generadores de empleo formal,

siendo un 21% del total del empleo formal y un 62% de los trabajadores del sector privado que cotizan 52 semanas al año, por lo tanto consideramos que esta variable es de manera positiva.

Según el último informe de inflación en Nicaragua el cual nos permite medir la evolución de los precios y servicios representativos del gasto del consumo hasta diciembre del 2016 es del 3.13 por ciento en comparación al año pasado (3.05 por ciento hasta diciembre del año 2015), esto nos dice que ha sufrido una reducción porcentual lo que nos permite reducir los costos en la materia prima las cuales son polines, vidrios reciclados, pinturas, entre otros; considerándolo relativamente ventajoso para la empresa, siendo este un valor positivo.

El crecimiento del PIB en Nicaragua según datos estadísticos del Banco Central en el cuarto trimestre del año 2016, la economía nicaragüense registro un crecimiento interanual de 4.2 por ciento y un crecimiento promedio anual de 4.7 por ciento. Este dato es crucial para la economía de cualquier país y significa un compromiso empresarial al tener que aportar al producto interno bruto según el porcentaje de ventas por la actividad económica que se genera al vender las cantidades pronosticadas.

Según datos estadísticos sobre el PIB enfocado en el sector secundario, el 14.85 por ciento es su contribución en cuanto a la industria manufacturera.

4.1.1.2 Ambiente Socio Cultural

VARIABLES	POSITIVO	NEGATIVO
Variables demográficas	9	
Estilos de vida	8	
Hábitos de consumo		6

Tabla 2. Ambiente socio cultural
Fuente: Elaboración Propia

La Repisa está dirigida a los diferentes estratos sociales ya sea alta, media o baja ya que nuestro producto será accesible para los diferentes niveles y posibilidades económicas de la sociedad nicaragüense, es por esta razón que las variables demográficas las consideramos como un valor positivo para nuestra empresa.

En Nicaragua la población tiene una cultura tradicional, es decir, están acostumbrados a adquirir muebles estándar, es por esto que la consideramos como una variable negativa, sin embargo, según encuestas realizadas un 92.2 por ciento estaría interesado a cambiar su estilo de vida tradicional a uno más amigable con el medio ambiente.

Los hábitos de consumo se consideran como una variable con valor negativo ya que la población nicaragüense no cuenta con la cultura de adquirir muebles ecológicos, es por esta razón que en el Plan de Marketing se implementara una estrategia de posicionamiento que les permita llegar a su mercado objetivo.

4.1.1.3 Ambiente Político- Legal

VARIABLES	POSITIVO	NEGATIVO
Regulaciones		4
Ética	9	
Acciones socialmente responsables	10	

Tabla 3. Ambiente político-legal
Fuente: Elaboración Propia

Al ser una empresa debidamente constituida ante la sociedad están expuestos a cambios en las regulaciones de las leyes que rigen el país, por lo tanto les afecta de manera negativa y directa ante cualquier variación en las normas y políticas. El ambiente político que regirá a la empresa está constituido por un marco legal (normas jurídicas que regulan la actividad económica de la empresa), constituyendo a La Repisa de tipo sociedad anónima, siendo los accionistas de la misma defendiendo a la empresa como privada.

La Repisa es una empresa comprometida con la sociedad, es por esto que aplican la ética de manera positiva, por lo tanto lo consideran como uno de sus principales pilares para fomentar la transparencia en cuanto al ámbito político y legal.

Por otra parte, en cuanto a las acciones socialmente responsables, mantienen como principal objetivo velar por el medio ambiente promoviendo muebles a base de materiales reciclados.

4.1.1.4 Ambiente Tecnológico

VARIABLES	POSITIVO	NEGATIVO
Redes sociales	10	
Maquinarias, equipos y accesorios	10	

Tabla 4. Ambiente tecnológico
Fuente: Elaboración Propia

El desarrollo de la tecnología en Nicaragua permitirá que La Repisa dé a conocer su marca de manera más eficiente, con ayuda de las redes sociales se optimizaran los costos de publicidad. En base a la encuesta realizada, gran parte del público captado prefiere obtener información a través de estas herramientas, es decir las redes sociales, siendo Facebook su principal plataforma donde captan la mayor parte del mercado meta contando con un plan para promocionar la página oficial pagando una mensualidad de C\$150.00 aproximadamente, cabe recalcar que dicho valor tendrá una variación en dependencia del público al que se quiera llegar.

Cuentan con maquinaria de alta tecnología para poder dar respuesta a la demanda del mercado, así como también equipos administrativos que le permitan a nuestro personal poder desarrollar sus funciones de la manera más eficaz y eficiente, lo situamos con un valor positivo, esto les facilitara un control de las entradas y salidas, estados financieros, presupuestos, bases de datos tanto de los clientes como proveedores, control de pedidos, entre otros.

4.1.1.5 Análisis Ambiental

VARIABLES	POSITIVO	NEGATIVO
Manejo de residuos	9	
Acceso a la materia prima	10	

Tabla 5. Análisis ambiental
Fuente: Elaboración Propia

Los pallets son hechos de madera de pino normalmente, esta madera no son de bosques protegidos, sino de bosques renovables, de grandes extensiones de bosques reforestados y al mismo tiempo despalados. Al comprar o hacer un mueble de madera de poli, se contribuye en varias maneras a tener un mundo ecológico, usar menos plástico en las casas, economía en mantenimiento de un mueble y al mismo tiempo tener calidad a un bajo precio.

La Repisa optimizara todos aquellos residuos que nosotros mismos generamos o incluso nuestros proveedores para poder convertirlos en un producto terminado, posicionándose este como un valor altamente positivo para la empresa.

Cuentan con proveedores que les proporcionan de forma directa la diferente materia prima que necesitan para poder elaborar sus productos, esto va desde polines siendo nuestros principales abastecedores Pricemart, Walmart, etc.; hasta vidrios reciclados facilitados por FEMSA.

4.1.2 Análisis del sector

La Repisa ofrece un producto y a la vez un servicio de forma innovadora enfocado en el tema de muebles ecológicos, siendo esta la principal característica que los diferencia de las demás empresas que ofrecen este producto similar.

FUERZA	INTENSIDAD
Amenaza de nuevos ingresos	Alta
Poder de negociación de los proveedores	Baja
Poder de negociación de los compradores	Media
Productos sustitutos	Media
Rivalidad entre los competidores existentes	Media

Tabla 6. Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.1 Amenaza de Nuevos Ingresos

Actualmente en Nicaragua se ha mejorado el entorno empresarial, existen más facilidades para constituir una empresa en el país, por lo tanto observamos que existe una facilidad de negociación para nuevos empresarios tanto extranjeros como nacionales

Michael Porter describe seis barreras de entrada dentro de ellas están: la economía de escala, diferenciación, requerimientos de capital, accesos a canales de distribución o ventaja de los costos independientes. El nuevo competidor es capaz de lidiar con las barreras establecidas, de esta manera podría entrar al mercado siempre y cuando cumplan con todas las normas y leyes que Nicaragua posee para la creación de una empresa y comercialización de un producto; es por esta razón que La Repisa implementa estrategias que les permiten fortalecer dichas barreras o hacer frente a los competidores que llegan a entrar.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

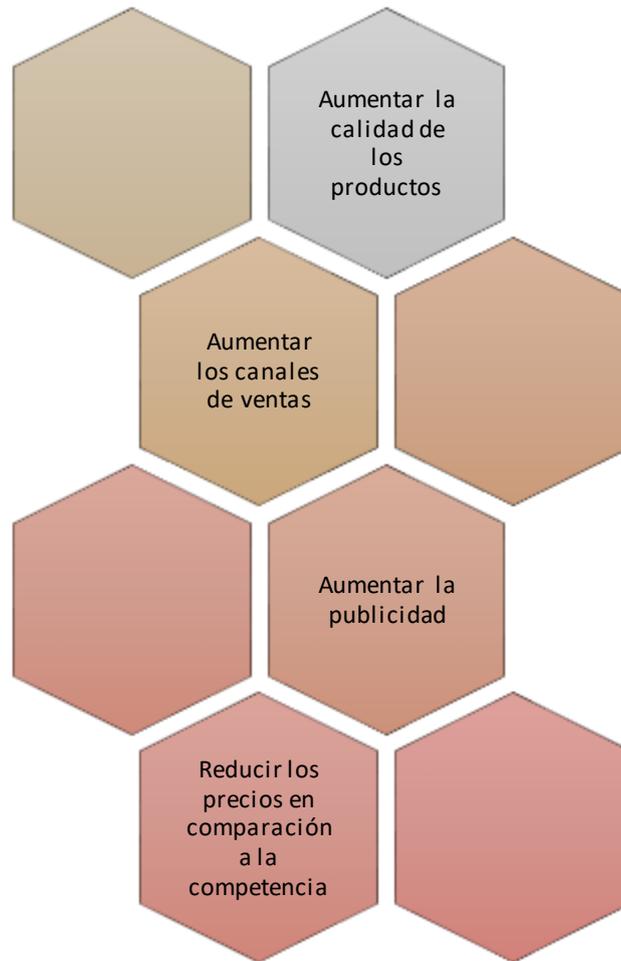


Grafico 1: Amenaza de Nuevos Ingresos
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores

La principal materia prima de La Repisa son los polines, siendo este un material que generalmente es desechado por las empresas, fácil de encontrar y de adquirir de manera abundante por lo que hoy en día no es común la reutilización de ellos. Nuestros principales proveedores de polines son Pricemart y Walmart, de igual manera todas aquellas empresas importadoras de productos varios. En cuanto al vidrio que utilizamos en los diferentes muebles es proporcionado por FEMSA (empresa multinacional que participa en la industria de bebidas).

Para poder tener un mayor poder de negociación con sus proveedores es necesario realizar alianzas estratégicas con los principales distribuidores que permitan, por ejemplo, reducir los costos de ambas partes, es por esta razón que debe existir una buena relación “comprador- vendedor”

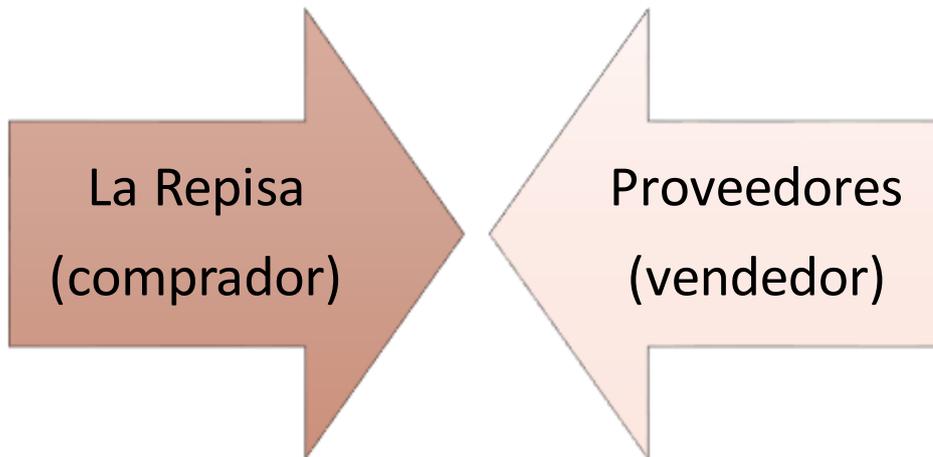


Gráfico 2: Poder de Negociación de los Proveedores
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.3 Poder de Negociación de los Compradores

Se considera el poder de negociación de los compradores como “media” ya que la población no tiene la cultura de adquirir muebles con un concepto ecológico, sin embargo se ofrece una opción de diferenciación como es la personalización de estos mismos dándonos un valor agregado como empresa.

Están comprometidos a satisfacer las exigencias de sus clientes por lo que tomaran muy en cuenta las últimas tendencias del mercado.

Siendo La Repisa una empresa nueva en el mercado implementaran diferentes estrategias para lograr un alto poder de negociación con los clientes, dentro de ellas están:



Gráfico 3: Poder de Negociación de los Compradores
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.4 Productos Sustitutos

La amenaza que representan los posibles productos sustitutos es “media”, ya que vendrían siendo aquellos bienes que cubren la misma necesidad pero no son elaborados bajo el mismo concepto ecológico ambiental que La Repisa ofrece, de igual forma los precios son relativamente bajos en comparación a otro producto sustituto o la llamada competencia indirecta.

Por esta razón pretenden realizar estrategias dirigidas a dar a conocer el producto e incentivar el consumo del mismo implementando además del taller (espacio físico donde se elaboran los muebles), una tienda en físico donde se puedan apreciar mejor los productos que fabrican y a la vez comercializan, logrando captar la atención de los posibles compradores. Dentro de las estrategias utilizadas están:

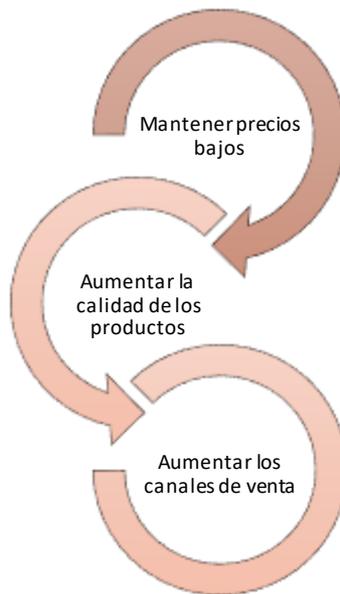


Grafico 4: Productos Sustitutos
Fuente: Elaboración Propia

4.1.2.5 Rivalidad entre los Competidores Existentes

La rivalidad competitiva se mide directamente de la competencia, es por esta razón que es considerada media ya que en su caso cuentan con competidores tanto directos como indirectos, llámese directo a todas aquellas empresas que tienen el mismo giro de negocio como lo es la utilización de materiales amigables con el medio ambiente para la creación de algún producto y la competencia indirecta comprende todas aquellas empresas que suplen la misma necesidad pero con un concepto tradicional como lo son las casas comerciales. Dentro de las estrategias a utilizar tenemos:

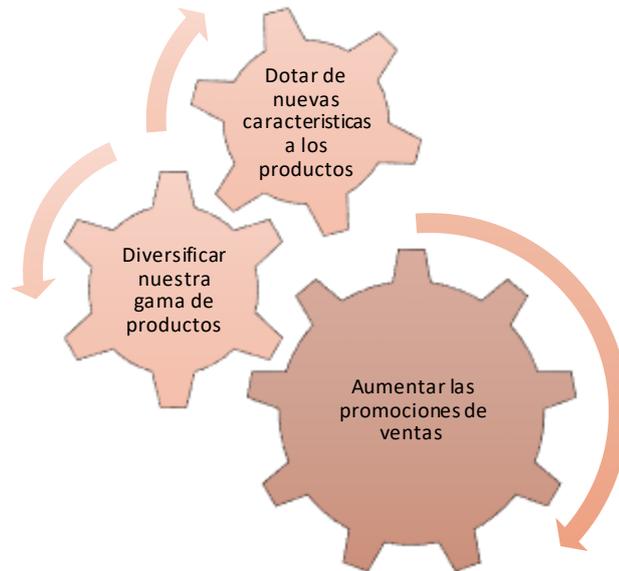


Grafico 5: Rivalidad entre los Competidores Existentes
Fuente: Elaboración Propia

Matriz de Oportunidades y Amenazas

Como empresa que está abriendo sus puertas al mercado nacional, se enfrentan a una serie, tanto de oportunidades como amenazas, es por esta razón que a continuación se detallan todos aquellos factores relevantes que se han valorado para poder estudiar a la empresa como tal, mismos que nos servirán como retroalimentación para futuros cambios que se nos presenten y principalmente para la toma de decisiones dentro de la empresa:

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Productos novedosos. • Diseños personalizados. • Alianzas estrategicas con otras empresas. • Actualizacion de productos. • Expansion a nivel nacional. • Apoyo de diferentes instituciones del estado (Magfor, MARENA, INTA) y organizaciones ambientalistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos competidores. • Habitros de compra arraigados por muebles tradicionales. • Incremento del costo de la materia prima. • Escasez de proveedores.

Grafico 6: Matriz de Oportunidades y Amenazas
Fuente: Elaboración Propia

4.2 Investigación de Mercados

4.2.1 Informe de Investigación

4.2.1.1 Antecedentes y Definición del Problema

Antecedentes:

El reciclaje está de moda y lo mejor de todo es que es amigable tanto para el medio ambiente como para nuestra economía y sobre todo nuestra salud; es por esto que hoy les traemos una nueva propuesta como lo es LA REPISA, negocio ya existente que fabrica y comercializa muebles con un concepto diferente el cual está abriendo paso en el mundo empresarial.

Reciclar en LA REPISA es no solo parte del giro del negocio sino también es hacer conciencia de que cuidemos nuestro medio ambiente y que mejor manera de hacerlo con todo tipo de muebles ya existentes y muebles que se pueden personalizar por lo tanto una de las principales motivaciones es implementar la sustitución de muebles hechos 100% a base de madera por muebles pre-fabricados con materiales reciclables a como mencionábamos anteriormente como lo son los polines o pallets. Al momento de fabricar LA REPISA toma en cuenta tres principios fundamentales como lo son el diseño, el confort y la ecología.

El negocio de los muebles ecológicos fue creado por una familia de artesanos que buscaron la manera de cómo recuperar los viejos muebles tirados por otras personas a la basura. Esta idea fue pasando de mano en mano hasta desarrollarse mundialmente, donde se ha creado una línea conocida como "ECO o bien sello verde". Los muebles ecológicos son elaborados a base de cartón y/o madera, los cuales le dan un estilo original, estético, ecológico y muy ornamental al área donde estos se colocan. Es por ello que su fabricación sigue las normas de las tres R, que significa reciclar, reducir y reutilizar. A través de la creación de esta nueva línea de muebles se quiere dar a conocer a todas las personas que en el hogar existen diferentes cosas que al modificarlas o reestructurarlas pueden convertirse en toda una obra de arte, la cual se podrá utilizar para otros fines.

Definición del problema:

La deforestación es un proceso que generalmente está causado por la acción humana, en la que se destruye la superficie forestal principalmente debido a las talas realizadas por la industria de madera; consecuencia de estas actividades son las alteraciones climáticas que estamos viviendo hoy en día. En la actualidad existen muchas empresas productoras de muebles de madera, las cuales están afectando enormemente el medio ambiente y directamente los bosques en Nicaragua. A pesar de que en la repisa se utiliza madera para fabricar los muebles, estos se elaboran con materiales de reciclaje como lo son los polines o pallets. Lo que se desea con este proyecto es hacer conciencia en las familias nicaragüenses y lograr que practiquen la cultura de reducir, rehusar y reciclar

teniendo como principal objetivo la sustitución de los muebles convencionales por muebles ecológicos en pro del medio ambiente.

4.2.1.2 Justificación del Problema

Como profesionales decidimos realizar esta investigación al ver la necesidad que existe en nuestro país de realizar más productos innovadores, ya que hoy en día estamos acostumbrados a adquirir muebles estándar con un concepto tradicional. Sin embargo la propuesta que traemos favorece tanto al mercado como a la economía del país, al trabajar con materiales reciclados también aportamos a la mejora del medio ambiente y le brindamos al nicaragüense un producto innovador.

Al realizar esta investigación podremos estudiar el mercado meta al que vamos dirigidos y de esa manera comenzar a explotarlo para obtener mejores resultados de investigación, esto se aplicaría por medio de encuestas.

Esta investigación contribuiría a nuestros conocimientos como profesionales, en el manejo de una empresa como tal desde su constitución hasta su funcionamiento con el fin de prepararnos para poder formar la propia.

4.2.1.3 Necesidades de la Información

A continuación se muestran las diferentes variables necesarias a estudiar en nuestro trabajo investigativo:

- Frecuencia de compra por parte de nuestros posibles clientes.
- Competencia directa e indirecta de La Repisa.
- Satisfacción del consumidor por medio de la innovación que caracteriza nuestros productos.
- Demanda de nuestros productos en dependencia de nuestros precios.
- Valorar la posibilidad de una tienda física en el lugar de mayor demanda del consumidor.

4.2.1.4 Objetivos de la Investigación

Objetivo General:

- Caracterizar la oferta y demanda de los muebles reciclables a base de polines o pallets.

Objetivos Específicos:

- Cuantificar la frecuencia de compra por parte de los posibles clientes.

- Identificar los gustos y preferencias de los posibles clientes en cuanto a distintos muebles comercializados por La Repisa.
- Atraer nuevos cliente por medio de la implementación de nuevas plataformas de ventas.

4.2.2 Metodología

4.2.2.1 Tipo de Investigación

Como propósito principal del presente estudio es conocer las preferencias del mercado objetivo por lo que en primera instancia se utiliza la investigación exploratoria que es tomada a través de fuentes secundarias; de igual forma se aplica la investigación concluyente o bien cuantitativa ya que se aplicaron encuestas, las cuales nos arrojaron datos de tipo primario.

Es importante reconocer que un estudio como este constituye un pilar fundamental en una fase inicial debido a que nuestro Plan de Negocios consiste en fabricar y comercializar un producto que es poco común para el mercado consumidor de muebles varios.

Además es una investigación descriptiva ya que lograremos identificar diferentes variables de gran importancia como lo son la frecuencia de compra, poder adquisitivo, gustos y preferencias, entre otros.

4.2.2.2 Fuentes de Datos

Para la obtención de información se utilizaron dos tipos de fuentes de datos:

- Investigación descriptiva concluyente: esta se realizara a través del uso de fuentes primarias, en este caso se aplicaron encuestas en línea por medio de la red social de Facebook.
- Investigación exploratoria: esta se realizara a través del uso de fuentes secundarias, dentro de estas están el internet, material didáctico que complementan la base teórica y/o entrevistas con el propietario de La Repisa.

4.2.2.3 Población y Muestra

La población de interés se encuentra compuesta por personas de todo tipo de clase social, como lo son alta, media y baja, quienes aproximadamente su rango de edad están entre 18 a 40 años siendo estos jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. A como mencionamos anteriormente en nuestro universo de estudio las personas que vamos a encuestar serán en línea.

El tamaño de nuestra muestra serán 100 personas encuestadas de las cuales determinaremos las variables claves que tomaremos en cuenta en nuestro trabajo investigativo como lo son el precio, poder adquisitivo, gustos y preferencias, edades, ocupaciones, sexo, entre otros.

4.2.2.4 Instrumentos de Recolección de Datos

A continuación se presenta el principal instrumento de recolección de datos como lo son las encuestas. Al elaborarlas decidimos hacerlo en línea ya que el mayor mercado de La Repisa es captado a través de las diferentes redes sociales.

En las encuestas se detallan un breve perfil integral del encuestado, de igual forma la demanda y competencia y por último pero no menos importante la demanda potencial ya que es de gran interés conocer los gustos y preferencias así como la capacidad y frecuencia de compra por un producto reciclado en la repisa.

La Repisa

Nuestro objetivo principal es caracterizar los gustos y preferencias de los clientes en cuanto a muebles amigables con el medio ambiente.

I. Perfil del Cliente

1. Sexo *

Hombre

Mujer

2. Edad *

20 a 30 años

31 a 40 años

41 a más

3. Ubicación *

Elegir: _____

4. Ocupación *

Trabaja

Estudia

Trabaja y estudia

En este momento no trabaja ni estudia

Jubilado

5. ¿Ha comprado muebles ecológicos? Si su respuesta es No pase a la sección de Demanda Potencial *

Si

No

6. ¿Qué tipo de muebles? *

Comedor

Juego de sala

Centro de entretenimiento

Chinero

Casas para perros

Respaldar para camas

Mesas der noche

Zapateras

Repisas para baño

Sillas para desayunador

7. ¿Con que frecuencia compra muebles? *

6 meses

1 año

2 años a más

8. ¿Dónde los ha adquirido? *

Negocios similares

Ventas de patio

Páginas en internet

9. ¿Cuál es el precio que ha pagado por ellos? *

C\$500.00 a C\$1,000.00

C\$1,001.00 a C\$2,000.00

C\$2,001.00 a más

10. ¿Cuáles han sido sus razones para adquirir estos productos? *

Comodidad

Precios accesibles

Estilos personalizados

11. ¿De qué materiales están elaborados estos productos? *

Polines/ pallets

Llantas

Plásticos reciclados

Vidrios reciclados

III. Demanda Potencial

12. ¿Alguna vez ha escuchado La Repisa? *

Sí

No

13. ¿Estaría interesado en comprar muebles ecológicos en este establecimiento? *

Sí

No

14. ¿Cuáles son sus muebles de preferencia? *

Interiores

Exteriores

Ambas

15. ¿Cómo preferiría sus muebles? *

Estilos estándar

Estilos personalizados

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mueble ecológico? *

C\$550.00 a C\$1,400.00

C\$1,401.00 a C\$2,400.00

C\$2,401.00 a más

17. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información u ofertas? *

Redes sociales

Medios de comunicación (TV, radio)

Medios escritos (volantes, banners, mantas, etc.)

18. ¿Le gustaría que contáramos con un catálogo de productos? *

Sí

No

19. ¿Cómo preferiría este catálogo?

Impreso

Digital

20. ¿Por qué medio le gustaría hacer sus compras? *

Tienda física

Tienda en línea

21. Si contáramos con una tienda física ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada?

Centros comerciales

Plazas

Carretera sur

Carretera a Masaya

20. Ingresos mensuales *

C\$1,000.00 a C\$5,000.00

C\$5,001.00 a C\$10,000.00

C\$10,001.00 a más.

4.2.2.5 Trabajo de Campo

Como trabajo de campo se implementaron las encuestas, elaborándolas en línea a través de la aplicación llamada Formularios Google, realizando sus debidas correcciones para su posterior aplicación a través de la plataforma de Facebook, poniéndose a disposición a partir del día miércoles 10 de mayo del corriente año, finalizando el día lunes 15 de mayo, periodo en el cual se encuestaron a un total de 102 personas entre hombres y mujeres concurrentes en esta red social.

4.2.2.6 Análisis de los Resultados

Gracias a las encuestas realizadas por medio de la plataforma virtual de Facebook se logró obtener información necesaria para la realización de nuestro Plan de Negocios.

Dentro de los resultados más relevantes obtenidos por medio de nuestro trabajo de campo tenemos que un 90% de nuestros encuestados nunca han realizado la compra de muebles ecológicos, y un 10% si han realizado dicha compra, de igual forma un 75% de la población encuestada obtiene muebles con una frecuencia de dos años a más.

Uno de los datos con mayor relevancia es que un 77.5% tienen conocimiento de La Repisa como tal, en tanto que un 22.5% no tiene conocimiento de ésta; sin embargo nuestro principal objetivo es informar y persuadir a esta pequeña parte de la población encuestada para que adquieran nuestros productos. Cabe recalcar que un 92.2% se encuentra interesado en adquirir productos en nuestro establecimiento.

Por otra parte un 76.5% aducen que prefieren muebles con un estilo personalizado, dándole esto un valor agregado a La Repisa; por lo tanto una pequeña parte de la población 23.5% optan por estilos estándares.

La Repisa realiza sus operaciones por medio de la plataforma virtual de Facebook, sin embargo un 76.5% ve como positivo la realización de una tienda física donde puedan ofertar sus diferentes muebles, la cual un 62% prefiere que dicha tienda se encuentre situada en los diferentes centros comerciales.

4.3 Decisiones estratégicas de marketing

4.3.1 Descripción del Producto/Servicio

La repisa es un taller que se dedica a la elaboración de muebles de polines o pallets con un concepto ecológico, práctico y funcional. Restauran y personalizan espacios completamente antiguos dándoles un toque rustico y elegante; todo esto lo hacen ajustado a las necesidades del cliente, ya sea en precios, medidas, estilos y diseños. No manejan inventarios de productos pero si elaboran los muebles en poco tiempo. Realizan visita de campo, se toman medidas y se asesora al cliente de la mejor forma, además de aclarar dudas del proyecto que el cliente quiere emprender, cabe destacar que cada diseño es único.

Cuenta con distintas plataformas virtuales para mantener un contacto directo con sus clientes, dentro de ellas la principal es una página interactiva en Facebook donde anuncian todo tipo de información relevante en cuanto a sus productos:

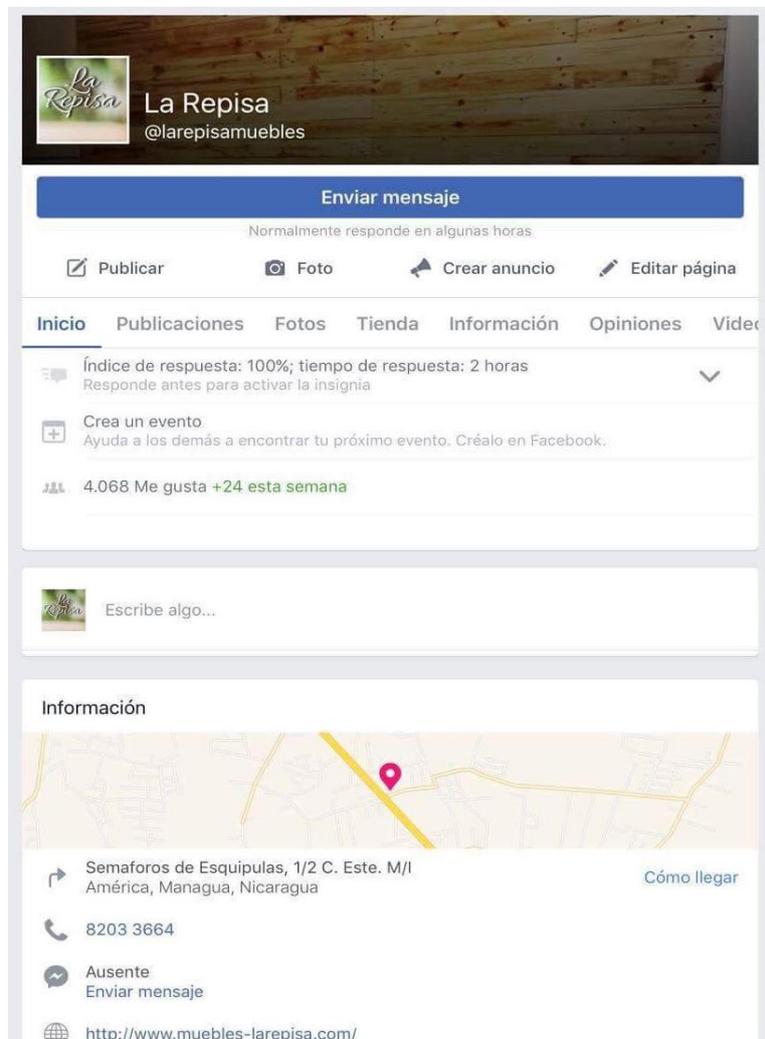


Gráfico 7: Vista previa de página en Facebook

Fuente: La Repisa

Instagram es otra herramienta virtual para mantener el acercamiento con el cliente, esta red social es exclusiva para el manejo de fotografías, sin embargo, contiene información relevante como la dirección del taller y el número de contacto:



Grafico 8: Vista previa de página en Instagram
Fuente: La Repisa

Como propuesta de Plan de Negocios, uno de los proyectos que se tienen para el posicionamiento de la marca es la implementación de una página web por medio de la cual podrán desarrollar lo que es el comercio electrónico de una manera más amplia y amigable, contando con un carrito de compras para aquellos clientes que optan por alguno de nuestros productos ya elaborados, mismos que contendrán sus precios, medidas y distintas especificaciones; cabe destacar que si el cliente necesita un mueble con distintas dimensiones y acabados del que actualmente le ofrece La Repisa, podrá solicitarlo a través de una nota incorporada dentro del pie de cada foto plasmando lo requerido para que se proceda a la realización de la cotización y el envío de información a quien corresponda, de igual forma contendrá información detallada acerca de la empresa como tal y un catálogo completo de los productos elaborados en cuanto a sus tres líneas de negocios. A continuación se muestra una vista previa de los diferentes escenarios de dicha página web:



Gráfico 9: Menú Principal de Pagina Web
Fuente: Página Web “La Repisa”

TRABAJANDO PARA CONSEGUIR UN PLANETA MÁS VERDE

SOBRE NOSOTROS

CLIENTES

CONTACTO



La Repisa

Gráfico 10: Portada de Página Web
Fuente: Página Web “La Repisa”

¿QUIENES SOMOS?

Somos una empresa dedicada a la creación de muebles ecológicos, ajustándonos a las necesidades del cliente, ya sea en precios, medidas, estilos y diseños.

SERVICIOS

La Repisa, ofrece diferentes mueblaría de manera ecológica e innovadora, dedicada fuertemente a la elaboración en base a pilones o pallets.

IMPRESSUM

Todos los modelos, diseños, imágenes o cualquier otra producción, idea que se publiquen en la página oficial es propiedad de “La Repisa”.

NUESTRA FILOSOFÍA

La Repisa es un taller que se dedica a la elaboración de muebles de pilones o pallets. Todo lo hacemos ajustado a las necesidades del cliente, ya sea en precios, medidas, estilos y diseños. No manejamos inventario de productos pero sí hacemos los muebles en poco tiempo. Hacemos visita de campo, tomamos medidas y asesoramos al cliente lo mejor, además de aclarar dudas del proyecto que el cliente quiere emprender. Cada diseño es [único](#).

Búsquenos en:



Dirección: Taller en Esquipulas. Oficinas en los Robles. D1: Plaza El Sol, 2 C Sur, 1 C Este (Arriba), 10 Ws Sur. Casa No. 9.

Transporte Público: Tomar Carretera Managua- Masaya hasta el Km. 11.5 (Pricemart) Girar a la Izquierda en los Semáforos, Entrar a Esquipulas, en la Sta Casa Mano Izquierda, contiguo a venta de películas.
email:

[Inicio legal](#) | [Política de privacidad](#) | [Mapa del sitio](#)

Esta página web ha sido creada con Jimbo, ¡regístrate ahora gratis en <https://us.jimbo.com/>!

[Inicio sesión](#)

Gráfico 11: Información Principal
Fuente: Página Web “La Repisa”

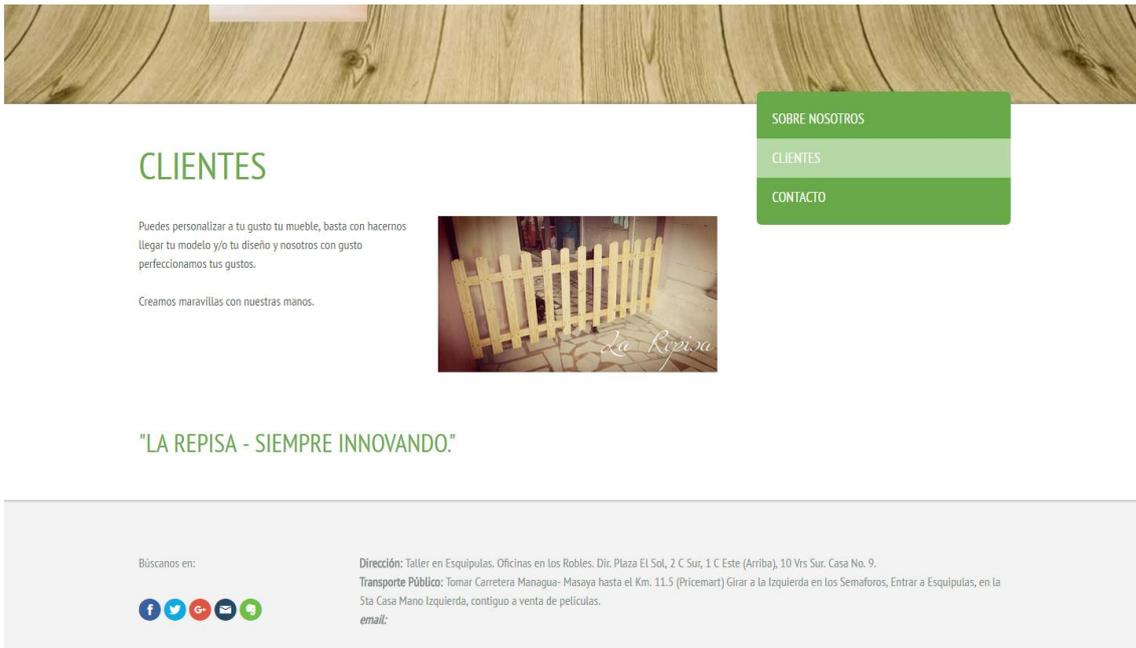


Gráfico 12: Referencia a los Clientes
Fuente: Página Web “La Repisa”

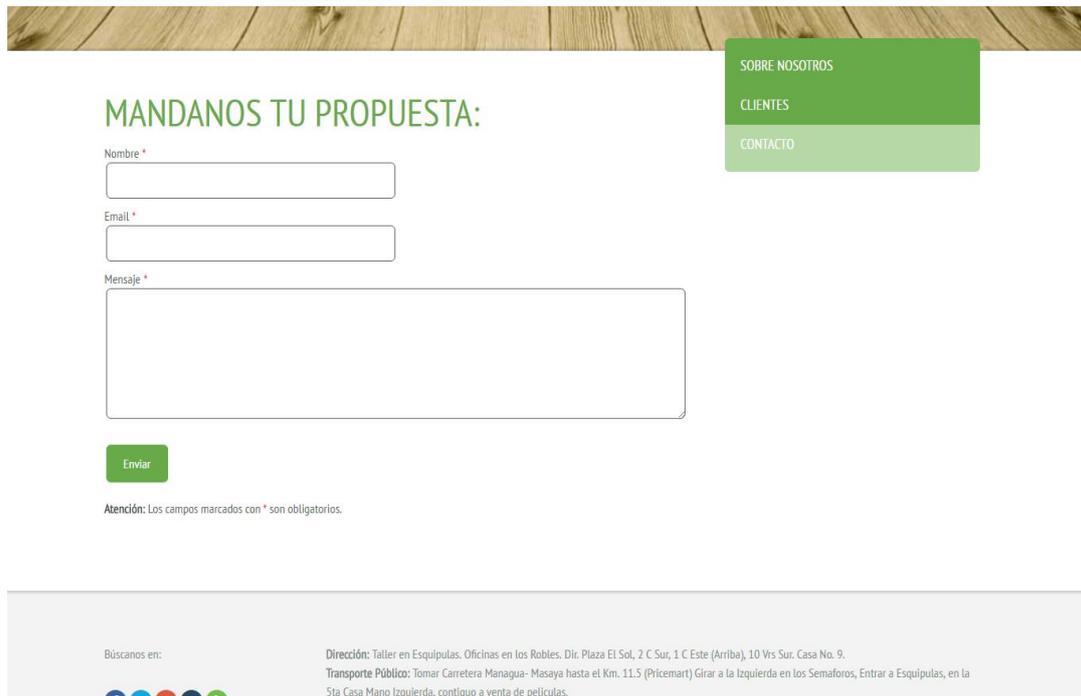


Gráfico 13: Contacto
Fuente: Página Web “La Repisa”



Gráfico 14: Servicios (catálogos de productos)
Fuente: Página Web “La Repisa”

CONTACTANOS

Para nosotros, será un placer atenderle.
Solo basta con enviarnos un correo, un mensaje, una llamada y te estaremos llamando.

Email: repisapalets@gmail.com
Pagina Web: www.muebles-larepisa.com
Telephone: 2258 - 5654



Gráfico 15: Ubicación
Fuente: Página Web “La Repisa”

La Repisa ofrece diferentes líneas de negocios para el hogar dentro de estas encontramos las siguientes:

- Interiores: comprende juegos de sala, centros de entretenimiento, mesas de noche, repisas para pared, etc.,



Gráfico 16: Centro de Entretenimiento
Fuente: La Repisa



Gráfico 17: Juego de Sala
Fuente: La Repisa



Gráfico 18: Mesa rustica con vidrio ecológico
Fuente: La Repisa



Gráfico 19: Mesa elaborada a base de caja de verduras
Fuente: La Repisa



Gráfico 20: Repisa esquinera de Pared de cuatro piezas
Fuente: La Repisa



Gráfico 21: Repisa esquinera de cinco piezas
Fuente: La Repisa



Gráfico 22: Sillas para Desayunador
Fuente: La Repisa

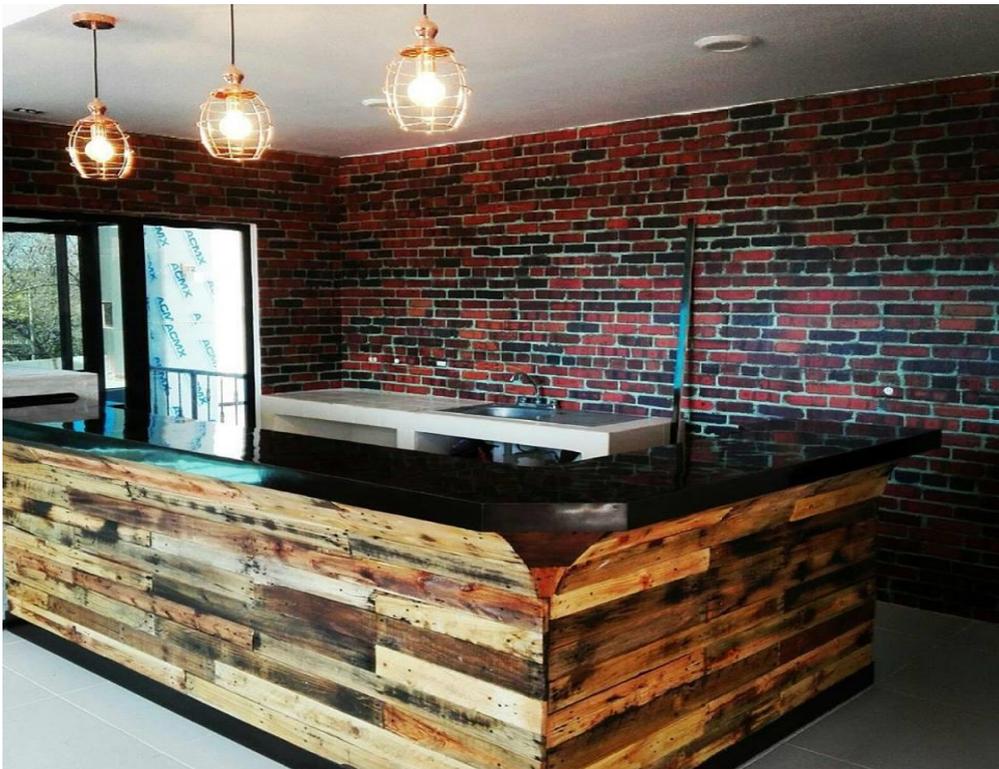


Gráfico 23: Barra con revestimiento de paredes
Fuente: La Repisa

- Exteriores: comprende casitas para mascotas, jaulas para aves, repisas para plantitas, muebles para terrazas, etc.,



Gráfico 24: Casa para perros
Fuente: La Repisa



Gráfico 25: Casa para aves
Fuente: La Repisa



Gráfico 26: Repisa de Pared
Fuente: La Repisa



Gráfico 27: Repisa de Pared
Fuente: La Repisa



Gráfico 28: Repisa de Yute
Fuente: La Repisa



Gráfico 29: Juego de exterior
Fuente: La Repisa

- O bien diseñamos espacios completos ideales para negocios, personalizando góndolas, escritorios, paredes, etc.



Gráfico 30: Tienda GARAGE ubicada en colonia Centroamérica
Fuente: La Repisa



Gráfico 31: Porta pulseras y collares para tienda Nicaragüense Zoe
Fuente: La Repisa



Gráfico 32: Mueble de exhibición elaborado para Show del Hogar
Fuente: La Repisa

4.3.1.1 Flor del Servicio

El principal giro del negocio de La Repisa es la fabricación y venta de muebles a base de productos amigables con el medio ambiente, de igual forma brindan un servicio de asesoría de manera personalizada a cada uno de los clientes. La flor del servicio que detallamos a continuación es una técnica efectiva que permitirá la diferenciación ante la competencia:

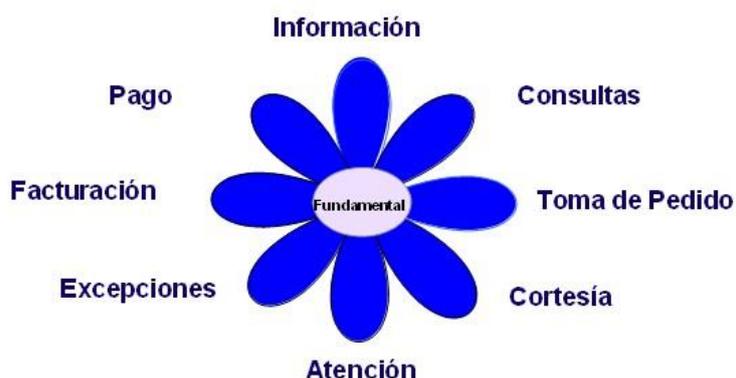


Gráfico 33: Flor del Servicio
Fuente: Internet

INFORMACION: la información suministrada por La Repisa será a través de las redes sociales, ya sea Facebook o Instagram, siendo la primera la principal plataforma utilizada para transmitir información veraz referente a cada uno de los productos que elaboran, de igual forma se encuentra detallada la dirección exacta del taller donde se fabrican los muebles, cabe destacar que no cuentan con una tienda física. En Instagram únicamente se dan a conocer fotos de los productos que ya han sido elaborados.

CONSULTA: las diferentes consultas se realizan a través de la página oficial de Facebook, por medio de la mensajería que ofrece dicha plataforma, atendándose de manera inmediata. De igual forma hay personas que visitan directamente el taller para un mejor contacto.

TOMA DE PEDIDO: generalmente los pedidos son realizados a través de Facebook, se realizan visitas para asesorar al cliente y para la toma de medidas cuando realmente lo amerita. Si es un cliente frecuente o referido puede hacer un contacto directo a través de llamadas, Whatsapp o directamente al taller. En este punto deben ser lo más ágil posible para optimizar el tiempo tanto del cliente como de la empresa. Cabe destacar que cuentan con una página virtual en la cual realizamos las cotizaciones correspondientes para cada interesado en los productos.

La Repisa

COTIZACION

0011804890020V

La Repisa
Nicaragua

BILL TO
Fatima Serrano
Fatima Serrano

Estimate Number: 0034

Estimate Date: June 16, 2017

Expires On: July 1, 2017

Grand Total (NIO): C\$1,800.00

Items	Quantity	Price	Amount
Baranda Elaboracion de Baranda de 2,48 Metros de Largo x 1 Metro de Alto, con una puerta con bisagras al centro de la baranda y pasador, pintado en barniz natural marino. Las puntas seran como media luna.	1	C\$1,800.00	C\$1,800.00
Total:			C\$1,800.00
Grand Total (NIO):			C\$1,800.00

Notes

Todo el trabajo es con madera de polines, curada y tratada para un acabado agradable.

El cliente debe de confirmar que esta de acuerdo con esta cotización ya sea en fisico o electrónica para proceder con el trabajo.

El cliente puede encargar la baranda con el 50% del total de la cotizacion cuando este de acuerdo con el precio y detalles del trabajo. Puede depositar a la cuenta Lafise Bancentro Cordobas 109052084 Humberto Guillen como adelanto baranda o bien puede entregarlos en persona. El restante contraentrega.

El tiempo de elaboración e instalación es de 10 días.

Cualquier consulta o cita puede hacerla al whatsapp de la repisa 82033664.

El cliente debe de confirmar que esta de acuerdo con esta cotización ya sea en fisico o electrónica para proceder con el trabajo.

Somos Cuota Fija

Gráfico 34: Hoja de Cotización
Fuente: La Repisa

Cotizacion #0034 SAVED Send this estimate

Edit Convert to Invoice Customer view Send More

La Repisa

COTIZACION

0011804890020V
La Repisa
Nicaragua

BILL TO
Fatima Serrano
Fatima Serrano

Estimate Number: 0034
Estimate Date: June 16, 2017
Expires On: July 1, 2017
Grand Total (NIO): C\$1,800.00

Items	Quantity	Price	Amount
-------	----------	-------	--------

Gráfico 35: Hoja de Cotización
Fuente: La Repisa

CORTESIA: su principio fundamental es y serán los clientes en todo momento. Se caracterizan por el trato amable y respetuoso que le brindan a cada uno de ellos.

ATENCION: a cada uno de los clientes se le brinda una atención de manera personalizada.

EXEPCIONES: al momento que un cliente realiza la solicitud de un producto que no tienen disponible con las características que requiere, procederán a realizar una cotización con todo lo que solicita, haciéndole llegar dicha cotización a través de un numero de contacto o correo suministrado por el cliente.

FACTURACION: las facturas serán entregadas en físico, cabe recalcar que los pagos pueden ser a través de cheques, depósitos, transferencias en los bancos BDF, BAC, Ficohsa, Lafise y Banpro.

PAGO: el pago es únicamente de contado, entregándose un adelanto del 50% al momento de solicitar el producto y la cancelación del otro 50% se realiza al momento de la entrega.

4.3.1.2 Niveles de Producto



Gráfico 36: Niveles de Producto
Fuente: Internet

En el tercer nivel, el marketing establece un Producto Aumentado, es decir, aquel que sobrepasa las expectativas de los consumidores; son los beneficios no esperados por los clientes; en este nivel se encuentra ubicada ya que una de las principales características de LA REPISA es brindar un valor agregado a su producto por medio de asistencias técnicas, instalación, asesoramiento y servicio post venta poniéndose en contacto con sus clientes para garantizar si el producto cuenta con la calidad que ellos exigen. Cabe recalcar que la mayoría de los muebles que fabrican son diseños personalizados ajustados a la capacidad económica de cada uno de sus clientes, variando el tipo de pintura o bien el acabado final de cada mueble.

4.3.1.3 Ciclo de Vida del Producto

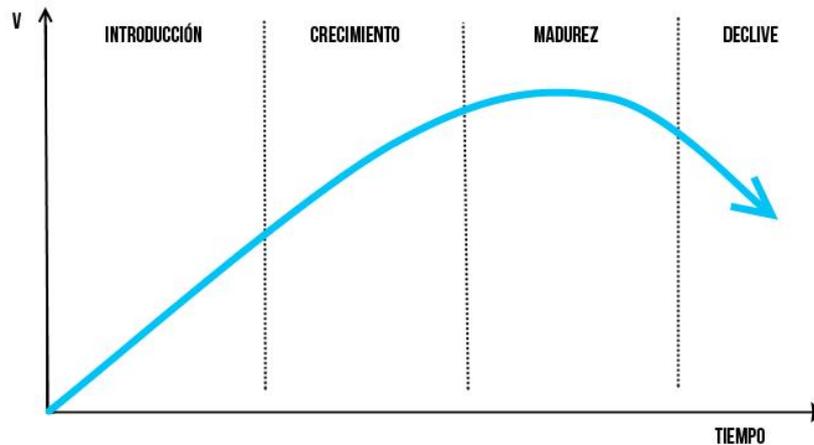


Gráfico 37: Ciclo de Vida del Producto
Fuente: Internet

La característica principal de La Repisa es la elaboración de muebles con un concepto amigable con el medio ambiente, es sinónimo de adquirir muebles con un concepto fuera de lo tradicional; de esta forma se apoya tanto a los productos nacionales como a la economía del país.

Actualmente LA REPISA se encuentra en un punto donde la sociedad nicaragüense está mostrando mayor interés por conocer sus productos y por apoyar el concepto ecológico que como empresa promueven, esto se puede ver a través de las ventas que en comparación a los meses anteriores han aumentado y contamos con mayor reconocimiento de la marca por parte de nuestro público objetivo. Hoy en día realizan proyectos completos a negocios, desde el acabado físico de una tienda hasta la realización de muebles para la exhibición de productos varios. Es por estas razones que se encuentran ubicados en la **etapa de crecimiento** del ciclo de vida del producto.

4.3.1.4 Marca



Gráfico 38: Logotipo
Fuente: La Repisa

Una marca es una identificación comercial ya sea por medio de una imagen, una frase, o ambos fusionados para identificar un producto o un servicio. Es importante destacar que representa una imagen o un ideal en la mente del consumidor. Contamos con un logotipo ya que solamente se identifica a través de un texto. Cabe destacar que dicho logotipo cuenta con colores sobrios, siendo estos:

- El color blanco implica pureza, significa igualdad y unidad, representa lo positivo y lo negativo de cada uno de ellos.
- El color verde, el cual predomina más que se encuentra dentro de los colores fríos, generalmente es relacionado con la naturaleza, cuidado del medio ambiente y la ecología

4.3.2 Análisis de la Competencia

Se consideran como sus mayores competidores indirectos ya sea por su trayectoria y su gran conocimiento en el mercado a las mueblerías ya posicionadas o bien a las diferentes casas comerciales que ofrecen productos que suplen la misma necesidad pero con un concepto tradicionalista, de igual forma parte de su competencia directa negocios que fabrican muebles con el mismo concepto y los artesanos de los diferentes pueblos de Catarina, ya que estos también están optando por utilizar materiales reutilizables.

A continuación se detalla parte de la competencia con la que cuenta La Repisa:

4.3.2.1 Competencia Directa

Diseños Pallet

Consta con una página en Facebook que tiene 2.843 me gusta y una página web. La mayor parte de sus ventas están enfocadas en su plataforma virtual de

Facebook, cabe destacar que no cuentan con un local en si al igual que La Repisa y sus precios son relativamente altos en comparación a ellos.

Diseños pallet están ubicados en las colinas, de los talleres Magfor 1c al norte 200 metros al este. Cuentan únicamente con dos líneas de negocios, interiores y exteriores. Cuentan con un Imagotipo a diferencia de La Repisa que cuenta con un logotipo.



Gráfico 39: Imagotipo (Competencia Directa)
Fuente: Internet

Deco Pallets

Decopallets es una empresa con el mismo giro del negocio que La Repisa, creación de muebles de madera reciclada. Consta con una página en Facebook que tiene 1.982 me gusta, la cual a simple vista se puede apreciar que tiene poca interacción con el público seguidor. Hasta el día de hoy no cuentan con una marca, es decir, no tienen un logotipo que los identifique, de igual forma no muestran información específica acerca de cómo contactarlos.

4.3.2.2 Competencia Indirecta

La Curacao

Son distribuidores de centros de entretenimientos, roperos y muebles de cocinas de diferentes marcas como:

Commodity es una marca que hace roperos y centros de entretenimientos hechos a base de aserrín comprimido y melamina, ellos cuentan con una año de garantía por desperfecto de fábrica o ensamblaje, la casa comercial como tal, ofrece la extra garantía extendida si el cliente está de acuerdo en adquirirla esta brinda los servicios de mantenimientos anuales por 5 años, cubre por polilla, estas garantías no aplican cuando es daño provocado.

La marca Dida de igual manera fabrica muebles como roperos y centros de entretenimientos solo que a diferencia de la otra marca estos están hechos a base de OMDF y PINO de igual manera la garantía es de un año por parte del

fabricante y por parte de la casa comercial se ofrecen los 5 años de garantía extendida siempre y cuando el cliente opte por llevarla.

La marca Sinaí ofrece juegos de recamara centros de entretenimientos estos son hechos a base de PINO y RECINA ambos cuentan con un año de garantía por parte del fabricante y la casa comercial de igual manera ofrece los 5 años de garantía extendida siempre y cuando el cliente desee llevarla.

La marca Alberti ofrece muebles de cocina hechos a base de madera procesada con un año de garantía de por desperfecto de fábrica o bien el cliente puede llevar la garantía extendida por cinco años que le cubre mantenimientos por 5 años y por polilla.

En la curacao incluye el envío, la armada y la instalación completamente gratis, sin ningún costo adicional, de igual manera con la garantía adicional que ofrece en toda la gama de sus productos el técnico llega hasta sus casas sin ningún costo adicional a realizar los chequeos de los artículos completamente gratis, de un día para otro.





Gráfico 40: Competencia Indirecta
Fuente: Curacao

Gallo más Gallo

La marca Famesa fabrica roperos y muebles de cocina estos son a base de madera procesada, con un año de garantía por desperfecto de fábrica, de igual manera esta ofrecen la garantía adicional hasta por 5 años.

A diferencia de la curacao el gallo más gallo no realiza el envío de los artículos gratis, el cliente tiene que buscar los medios para llevarse sus artículos y el que lleguen los técnicos a sus casas es un proceso de 1 a 2 meses.





Gráfico 41: Competencia Indirecta
Fuente: El Gallo más Gallo

El Verdugo

La marca Famesa fabrica roperos y muebles de cocina estos son a base de madera procesada, con un año de garantía por desperfecto de fábrica, de igual manera esta ofrecen la garantía adicional hasta por 5 años.

A diferencia del a curacao el gallo más gallo no realiza el envío de los artículos gratis, el cliente tiene que buscar los medios para llevarse sus artículos y el que lleguen los técnicos a sus casa es un proceso de 1 a 2 meses.

Almacenes Tropigas

Commodity es una marca que hace roperos y centros de entretenimientos hechos a base de aserrín comprimido y melanina, ellos cuentan con una año de garantía por desperfecto de fábrica o ensamblaje, la casa comercial como tal, ofrece la extra garantía extendida si el cliente está de acuerdo en adquirirla esta brinda los servicios de mantenimientos anuales por 5 años, cubre por polilla, estas garantías no aplican cuando es daño provocado.

La marca Dida de igual manera fabrica muebles como roperos y centros de entretenimientos solo que a diferencia de la otra marca estos están hechos a base de OMDF y PINO de igual manera la garantía es de un año por parte del fabricante y por parte de la casa comercial se ofrecen los 5 años de garantía extendida siempre y cuando el cliente opte por llevarla.

4.3.3 Objetivos de Marketing

Objetivo General:

- Diseñar estrategias de marketing efectivas para el posicionamiento de La Repisa dentro del mercado consumidor de muebles a nivel nacional.

Objetivos específicos:

- Implementar una nueva plataforma virtual como es la página web junto con catálogos en línea para mayor alcance de clientes.
- Posicionar la marca en la mente de los consumidores como pioneros en la fabricación de muebles ecológicos.

4.3.4 Descripción del Mercado Meta

En base a los resultados obtenidos por parte del trabajo de campo realizado, el mayor segmento al cual están dirigidos son mujeres relativamente jóvenes, entre las edades de 20 a 30 años aproximadamente las cuales cuentan con un trabajo fijo, ideales para poder adquirir sus productos que van dirigidos a todo tipo de clase social con ingresos mensuales entre C\$10,001.00 a más incluyendo a las familias que tiene la ideología de apoyar al medio ambiente.

4.3.5 Demanda y Participación del Mercado

Introducción

La Repisa cuenta con tres líneas de negocios, la cual produce, promueve y comercializa, dichas líneas son de interiores, exteriores y proyectos.

- Interiores: dichos muebles son fabricados especialmente para ser utilizados en el interior del hogar, negocios, entre otros.
- Exteriores: la fabricación de estos muebles llevan una característica especial, tal característica a como el nombre lo indica son resistentes a la intemperie, agua, lluvia y sol.
- Proyectos: dentro de estos se caracterizan todos aquellos trabajos elaborados específicamente a empresas u organizaciones, varían según su complicación, su tiempo, muchas veces son elaborados en el punto que el cliente lo especifique.

4.3.5.1 Demanda actual

La demanda actual tiene un crecimiento del 15% anual en todas sus líneas de negocio. La línea de negocios más vendidas son los muebles de interiores que son productos que tienen un menor precio y son más cotizados por los clientes, y los que son menos vendidos son proyectos por lo que son clientes más exclusivos.

LINEA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERIORES	110	127	145	167	192
EXTERIORES	20	23	26	30	35
PROYECTOS	10	12	13	15	17
TOTAL	140	162	184	212	244

Tabla 7: Demanda actual en unidades físicas

Fuente: Elaboración Propia

Los mayores ingresos de La Repisa se deben a los clientes por proyectos ya que si bien decíamos son los menos cotizados, por lo que tienen un saldo superior a los muebles que son más vendidos. Teniendo un aproximado de ambos extremos de casi 4 mil dólares de marcada diferencia. El crecimiento anual está ligado al mismo crecimiento de la demanda actual en unidades físicas que es expresado en un 15%.

LINEA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERIORES	\$2,750.00	\$3,175.00	\$3,625.00	\$4,175.00	\$4,800.00
EXTERIORES	\$4,666.67	\$5,366.67	\$6,066.67	\$7,000.00	\$8,166.67
PROYECTO	\$6,666.67	\$8,000.00	\$8,666.67	\$10,000.00	\$11,333.33
TOTAL	\$14,083.33	\$16,541.67	\$18,358.33	\$21,175.00	\$24,300.00

Tabla 8: Demanda actual en unidades monetarias

Fuente: Elaboración propia

4.3.5.2 Demanda Potencial

La Repisa es un taller en la actualidad, sin embargo con la ejecución de una tienda en físico y una página web, el crecimiento estimado será entre un 30 a un 35% aproximadamente en comparación con la demanda actual.

LINEA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERIORES	180	207	238	274	315
EXTERIORES	50	58	66	76	87
PROYECTOS	20	23	26	30	35
TOTAL	250	288	331	380	437

Tabla 9: Demanda potencial en unidades físicas

Fuente: Elaboración Propia

Generalmente los precios que ofrece la Repisa en sus distintas líneas de negocios son: C\$750.00 (\$25.00) para muebles de interiores, C\$7,000 (\$233.33) para muebles de exteriores, y de proyectos, siendo esta la más costosa C\$20,000 (\$666.67), esto va en dependencia de las exigencias de cada uno de nuestros clientes. Estas cifras promedio monetarias siempre están en base a las cantidades de unidades vendidas.

LINEA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERIORES	\$4,500.00	\$5,175.00	\$5,950.00	\$6,850.00	\$7,875.00
EXTERIORES	\$11,666.67	\$13,533.33	\$15,400.00	\$17,733.33	\$20,300.00
PROYECTO	\$13,333.33	\$15,333.33	\$17,333.33	\$20,000.00	\$23,333.33
TOTAL	\$29,500.00	\$34,041.67	\$38,683.33	\$44,583.33	\$51,508.33

Tabla 10: Demanda potencial en unidades monetarias
Fuente: Elaboración Propia

La participación del mercado en unidades físicas sobre el total de ventas anuales está valorado que por cada cliente están colocados de tres a cuatro productos promedio, siendo estos en su mayoría clientes naturales, que están divididos en clientes nuevos y clientes concurrentes.

LINEA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	250	288	331	380	437

Tabla 11: Participación de mercado en unidades físicas
Fuente: Elaboración Propia

4.3.6 Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing son consideradas como uno de los principales aspectos a trabajar dentro del Plan de Marketing, dichas estrategias definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa trabajando de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix.

4.3.6.1 Estrategia de Posicionamiento

La Repisa adoptara una estrategia de diferenciación en el mercado ya que es un factor importante dentro del posicionamiento, lograremos dicha estrategia a través de los bienes innovadores que La Repisa produce. Para ello contarán con:

- Producción de estilos personalizados según los gustos y preferencias de cada uno de nuestros clientes.

- Asesoramiento e instalación gratuita (en los casos que lo amerite), de cada uno de los muebles fabricados por La Repisa, dándole esto un valor agregado ante las posibles competencias.
- Entregas a domicilio sin ningún costo adicional con el fin de garantizar la comodidad y seguridad a sus clientes.

A medida que vayamos creciendo a nivel empresarial se realizarán diferentes adaptaciones según las exigencias que día a día el mercado vaya demandando.

4.3.6.2 Estrategia de Segmentación del Mercado

El segmento de mercado de La Repisa aplicará la estrategia indiferenciada ya que a pesar de haber identificado diferentes segmentos con diferentes necesidades, opta por dirigirse a ellos con la misma oferta para intentar conseguir el número máximo de posibles clientes, es decir ofertan muebles capaces de adaptarse al poder adquisitivo de cada uno de nuestros clientes.

4.3.7 Plan de Acción

4.3.7.1 Acciones de Producto

La Repisa cuenta con productos innovadores para la vista del consumidor ya que estos están diseñados a base de polines, madera que se recicla y muy pocos sacan provecho de ella; principalmente velamos por el bienestar del medioambiente y economía del nicaragüense. Están eximidos a cambios en el mercado ya que nuestro producto tiene lo necesario para su adaptación además de ser productos personalizados puesto que los clientes nos pueden solicitar muebles completamente fuera de lo habitual, así como también muebles ya elaborados.

Se diferencian de los demás por la originalidad estética y personalización que le damos a cada producto.

Sus productos forman parte de una nueva tendencia y son completamente llamativos, según las personas que se encuestaron, tienen bastante aceptación por parte del mercado nicaragüense y esto nos motiva a ser la empresa que brinde este tipo de muebles de la mejor calidad.

4.2.7.2 Acciones de Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio.

La estrategia de precio que utilizan es el de penetración ya que es ideal para una empresa que es nueva en un mercado competitivo. Hoy en día en la repisa se encontramos ofreciendo precios relativamente bajos, cabe destacar, que poco a

poco mientras la repisa aumente su demanda de sus productos, se aumentaran también el de sus precios esperando captar el mismo nivel de demanda del cliente que con el precio bajo anterior así mismo conseguir clientes nuevos y mantener los actuales.

Este método fue elegido con el fin de fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costos de producción, lo que permite a la repisa poder bajar más aun sus precios.

Descripción del producto	Precio Actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jaula para Aves	\$10.25	\$ 11.28	\$ 12.40	\$ 13.64	\$ 15.01	\$ 16.51
Casitas para Mascota	\$17.50	\$ 19.25	\$ 21.18	\$ 23.29	\$ 25.62	\$ 28.18
Repisa para Pared	\$6.70	\$ 7.37	\$ 8.11	\$ 8.92	\$ 9.81	\$ 10.79
Escritorios	\$27.50	\$ 30.25	\$ 33.28	\$ 36.60	\$ 40.26	\$ 44.29
Gondolas	\$44.00	\$ 48.40	\$ 53.24	\$ 58.56	\$ 64.42	\$ 70.86
Muebles para Terraza	\$14.75	\$ 16.23	\$ 17.85	\$ 19.63	\$ 21.60	\$ 23.76
Mesa de noche	\$9.10	\$ 10.01	\$ 11.01	\$ 12.11	\$ 13.32	\$ 14.66
Centro de entretenimiento	\$12.20	\$ 13.42	\$ 14.76	\$ 16.24	\$ 17.86	\$ 19.65
Juego de sala	\$19.50	\$ 21.45	\$ 23.60	\$ 25.95	\$ 28.55	\$ 31.40
Paredes	\$11.00	\$ 12.10	\$ 13.31	\$ 14.64	\$ 16.11	\$ 17.72
Mesas con Vidrio Reciclado	\$50.00	\$ 55.00	\$ 60.50	\$ 66.55	\$ 73.21	\$ 80.53
Sillones	\$170.00	\$ 187.00	\$ 205.70	\$ 226.27	\$ 248.90	\$ 273.79
Sillas	\$20.00	\$ 22.00	\$ 24.20	\$ 26.62	\$ 29.28	\$ 32.21
Sillas Personalizadas	\$100.00	\$ 110.00	\$ 121.00	\$ 133.10	\$ 146.41	\$ 161.05
Repisa	\$200.00	\$ 220.00	\$ 242.00	\$ 266.20	\$ 292.82	\$ 322.10
Zapateras	\$20.00	\$ 22.00	\$ 24.20	\$ 26.62	\$ 29.28	\$ 32.21
Camas para Mascota	\$25.00	\$ 27.50	\$ 30.25	\$ 33.28	\$ 36.60	\$ 40.26

Total	\$757.50	\$833.25	\$916.58	\$1,008.23	\$1,109.06	\$1,219.96
--------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------	-------------------	-------------------

Tabla 12: Acciones de Precio
Fuente: Elaboración Propia

4.2.7.3 Acciones de Promoción

La estrategia de promoción que utilizaran es dirigida directamente hasta el consumidor final tomando en cuenta la publicidad como parte importante de nuestra atracción de clientes, así como también las promociones que realizaremos a lo largo del tiempo. Es importante mencionar que al ser una empresa de muebles ecológicos, parte de nuestra responsabilidad con el medio ambiente es utilizar canales alternos para evitar la publicidad escrita tales como volantes, mantas, banners, entre otros.

Luego de tomar en cuenta los aspectos anteriores consideramos lo siguiente:

- El Mercado meta según lo investigado en su mayoría son mujeres.
- La selección de los medios adecuados para dar a conocer nuestro producto son las Redes sociales y pagina web.
- Haciendo retroalimentación de la información.

Acción	Objetivo	Actividades	Responsable	Duración/ Frecuencia
Anuncios en redes sociales	Dar a conocer el producto	Publicar los muebles que realiza la repisa	Gerardo Saborío	Indeterminado
		Responder todas las objeciones del cliente		
		Realizar dinámicas del día		
Descuentos por Volumen y pago.	Captar la atención del cliente y fidelizarlo	Realizar cotizaciones	Todo el personal.	5 años.
		Establecer lugares		

		donde se ubicará.		
		Realizar pago de Cuota fija		

Tabla 13: Acciones de Promoción
Fuente: Elaboración Propia

4.2.7.4 Acciones de Distribución

En la repisa se utiliza un canal de distribución directo, ya que se realiza la fabricación de muebles y se tiene un contacto directo con el consumidor desde el primer momento que establecen una comunicación hasta el momento de la entrega del mismo.



Gráfico 42: Acciones de Distribución
Fuente: Elaboración Propia

Otro canal de distribución que implementara La Repisa es el contacto con sus clientes por medio de una página web, lugar donde encontrarán la variedad de productos que ofrece y tendrá la opción de agregarlos a un carrito de compras donde instantáneamente tendrán que realizar el pago por medio de diferentes transacciones que ya están estipuladas. Una vez realizado esto, un representante de La Repisa se contacta con el cliente para verificar datos exactos del comprador y especificaciones del producto que está solicitando, así como también se acordaran la duración de la entrega, el precio, envíos, entre otros.

4.2.8 Proyecciones de Ventas

Las proyecciones que a continuación se detallan contienen un crecimiento anual del 15% a lo largo de 5 años, a como se puede observar, La Repisa mantiene un crecimiento constante. Para la realización de un estimado en las Proyecciones de venta se multiplico las unidades proyectadas por el precio unitario de cada línea de negocios.

Concepto	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	UND	P. Unitario	Total	UND	P. Unitario	Total	UND	P. Unitario	Total	UND	P. Unitario	Total	UND	P. Unitario	Total
Interiores	56	USD 83.33	USD 4,666	64	USD 95.83	USD 6,171.42	74	USD 110.20	USD 8,161.70	85	USD 126.73	USD 10,793.85	98	USD 145.74	USD 14,274.87
Exteriores	27	USD 125.00	USD 3,375	31	USD 143.75	USD 4,463.44	36	USD 165.31	USD 5,902.90	41	USD 190.11	USD 7,806.58	47	USD 218.63	USD 10,324.20
Proyectos	17	USD 400.00	USD 6,800	20	USD 460.00	USD 8,993.00	22	USD 529.00	USD 11,893.24	26	USD 608.35	USD 15,728.81	30	USD 699.60	USD 20,801.36
Total	100		USD 14,841	115		USD 19,627.86	132		USD 25,957.84	152		USD 34,329.25	175		USD 45,400.43

Tabla 14: Proyecciones de Ventas

Fuente: Elaboración Propia

5 Plan de Producción

5.1 Curso grama del Servicio

Dentro del curso grama se explica el proceso del servicio que brinda La Repisa a cada uno de sus clientes desde el primer momento que realizan el contacto a través de cualquier plataforma virtual.

Paso	Actividad	Herramienta	Tiempo en minutos	Operación	Inspeccion	Traslado	Almacenamiento
1	Contacto con el cliente (Redes sociales, referidos, visitas directas)	PC, celular	15 min				
2	Reunión con el cliente (tipo de mueble, instalación, forma de pago, tiempo)	Bloc de notas	30 min				
3	Visita de campo (toma de medidas, si lo amerita)	Varias	30 min				
4	Realizacion de cotizacion acorde al trabajo proximo a realizar.	PC	10 min				
5	Envio de cotizacion a traves de distintos medios de comunicación.	PC, celular	5 min				
6	Adelanto del 50% del producto.	Efectivo/ transacciones	5 min				
7	Contacto con el cliente para enviar avances del trabajo.	Celular	5 min				
8	Entrega del mueble.	Vehículo	15 min				
9	Cancelacion del 50% pendiente.	Efectivo/ transacciones	5 min				
10	Instalacion del mueble (si lo amerita).	Varias	20 min				
11	Mantenimiento post venta (si lo amerita)	Varias	30 min				
El tiempo estimado para brindar el servicio es de 170 minutos, es decir, 2 horas y 50 minutos							

Tabla 15: Curso grama del Servicio
Fuente: Elaboración Propia

5.2 Flujo grama de Producción

Dentro del flujo grama se detalla el proceso de elaboración para cada uno de los productos realizados en La Repisa.

Paso	Actividad	Herramienta	Tiempo en minutos	Operación	Inspeccion	Traslado	Almacenamiento
1	Compra de polines en empresa importadora (selección según trabajo a realizar)	Efectivo	60 min				
2	Traslado de polines hacia el taller	Vehiculo	20 min				
3	Desarme de reglas	Varias	30 min				
4	Selección de tacos y de piezas de cuartones	-	15 min				
5	Limpieza de clavos en toda la madera (saneamiento)	Varias	30 min				
6	Cepillado de madera y de reglas	Cepillo	45 min				
7	Lijado y pulido de reglas	Lija/ pulidora	45 min				
8	Medicion y corte según el modelo de la regla	Cinta/ cortadora	60 min				
9	Armado de piezas del mueble	Varias	120 min				
10	Union de reglas con pega y tornillos, no se utilizan clavos	Varias	60 min				
11	Se aplica dos manos selladoras	Brocha/ sellador	120 min				
12	Se pule con lija #100, 150, 200	Lija	90 min				
13	Se aplica pintura con acabado final	Brocha/ pintura	240 min				
14	Almacenamiento del producto terminado	-	1,440 min				
El tiempo estimado para la produccion de un muebles es de 2,375 min, es decir, 39 horas y 58 minutos							

Tabla 16: Flujo grama de Producción
Fuente: Elaboración Propia

5.3 Activos fijos
Equipo y Maquinaria

Maquinaria Eléctrica de Producción:

N°	Descripción de los materiales y equipos	Cantidad	Costo Unitario U\$	Costo Total U\$
1	Cortadora eléctrica Truper	1	250.00	250.00
2	Pulidora de 4" ½ Truper	1	150.00	150.00
3	Pulidora de 7" Dewalt	1	100.00	100.00
4	Lijadora rectangular Bosh	1	120.00	120.00
5	Router	1	110.00	110.00
6	Compresor de 125lb	1	280.00	280.00
7	Manguera de presión	1	25.00	25.00
8	Pistola profesional de gravedad Truper	1	90.00	90.00
9	Extensiones de diez metros	20	2.00	40.00
10	Caladora Truper	1	180.00	180.00
11	Taladro martillo o roto martillo	1	120.00	120.00
	TOTAL	30	1,427.00	1,465.00

Tabla 17: Activos fijos (Maquinaria Eléctrica)
Fuente: Elaboración Propia

Equipo de oficina:

N°	Descripción de los materiales y equipos	Cantidad	Costo Unitario U\$	Costo Total U\$
1	Computadora	1	400.00	400.00
2	Escritorio	1	45.00	45.00
3	Teléfono celular	1	200.00	200.00
	TOTAL	3	645.00	645.00

Tabla 18: Activos Fijos (Equipo de Oficina)
Fuente: Elaboración Propia

5.4 Vida útil de los activos fijos

Los cálculos de depreciación de los activos fijos de La Repisa se efectuarán por medio del método lineal, basados en el Artículo 34 del reglamento de la Ley 822, Ley de Concertación Tributaria y Equidad Fiscal de Nicaragua.

A continuación se muestran los resultados a lo largo de cinco años:

Vida Útil de los Activo Fijos										
Columna1	Maquinaria Eléctrica	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5			
1	Cortadora eléctrica Truper	USD 250.00	USD 200.00	USD 160.00	USD 128.00	USD 102.40	USD 81.92			
2	Pulidora de 4" ½ Truper	USD 150.00	USD 120.00	USD 96.00	USD 76.80	USD 61.44	USD 49.15			
3	Pulidora de 7" Dewalt	USD 100.00	USD 80.00	USD 64.00	USD 51.20	USD 40.96	USD 32.77			
4	Lijadora rectangular Bosh	USD 120.00	USD 96.00	USD 76.80	USD 61.44	USD 49.15	USD 39.32			
5	Router	USD 110.00	USD 88.00	USD 70.40	USD 56.32	USD 45.06	USD 36.04			
6	Compresor de 125lb	USD 280.00	USD 224.00	USD 179.20	USD 143.36	USD 114.69	USD 91.75			
7	Manguera de presión	USD 25.00	USD 20.00	USD 16.00	USD 12.80	USD 10.24	USD 8.19			
8	Pistola profesional de gravedad Truper	USD 90.00	USD 72.00	USD 57.60	USD 46.08	USD 36.86	USD 29.49			
9	Extensiones de diez metros	USD 2.00	USD 1.60	USD 1.28	USD 1.02	USD 0.82	USD 0.66			
10	Extensiones de 20 metros	USD 2.00	USD 1.60	USD 1.28	USD 1.02	USD 0.82	USD 0.66			
11	Caladora Truper	USD 180.00	USD 144.00	USD 115.20	USD 92.16	USD 73.73	USD 58.98			
12	Taladro martillo o roto martillo	USD 120.00	USD 96.00	USD 76.80	USD 61.44	USD 49.15	USD 39.32			
	TOTAL	USD 1,429.00	USD 1,143.20	USD 914.56	USD 731.65	USD 585.32	USD 468.25			

Tabla 19: Vida Útil de los Activos Fijos

Fuente: Elaboración Propia

5.5 Capacidad planificada y futura

En la siguiente tabla se muestra la capacidad que tiene en cuanto a la elaboración de productos, cada una de las máquinas y sus horas de Ocio o bien las horas que permanecen sin uso la maquinaria por falta de demanda de nuestros productos.

Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7
Capacidad Planificada y Futura						
<i>Capacidad Planificada</i>						
COD_MAQ	MAQUINARIA	Horas Mensuales	Pntos de Produccion	Hrs De Ocio		
1000	Cortadora eléctrica Truper	100	→	5	!	-100
1001	Pulidora de 4" ½ Truper	80	→	4	!	-120
1002	Pulidora de 7" Dewalt	50	↓	3	×	-150
1003	Lijadora rectangular Bosh	120	→	6	!	-80
1004	Router	20	↓	1	×	-180
1005	Compresor de 125lb	70	→	4	×	-130
1006	Manguera de presión	70	→	4	×	-130
1007	Pistola profesional de gravedad Truper	70	→	4	×	-130
1008	Extensiones de diez metros	200	↑	10	✓	0
1009	Extensiones de 20 metros	200	↑	10	✓	0
1010	Caladora Truper	30	↓	1.5	×	-170
1011	Taladro martillo o roto martillo	180	↑	8	✓	-20
Total de Produccion Instalada		1190		60.5		-1210

Tabla 20: Capacidad Planificada y Futura

Fuente: Elaboración Propia

5.6 Materia prima necesaria y costo de la materia prima

En las siguientes tablas se muestra los costos de la materia prima directa e indirecta, cabe destacar que la principal materia prima directa son los polines ya que sin ellos no se pueda proceder a la elaboración de ningún producto. Es importante mencionar que se estará realizando un aumento del 10% de manera anual, dicho porcentaje comprende: 5% debido a la inflación y 5% por el deslizamiento de la moneda.

Materia prima directa:

Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7	
Materia prima necesaria y costo de Materia Prima							
	Directa	Proyección					
Materiales	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Pallets/Polines	\$	5.00	\$ 5.50	\$ 6.05	\$ 6.66	\$ 7.32	\$ 8.05
TOTAL	\$	5.00	\$ 5.50	\$ 6.05	\$ 6.66	\$ 7.32	\$ 8.05

Tabla 21: Materia Prima Directa
Fuente: Elaboración Propia

Materia prima indirecta:

Columna1	Indirecta	Proyección	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	
Materiales	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Pinturas	\$	6.67	\$ 7.33	\$ 8.07	\$ 8.87	\$ 9.76	\$ 10.74
Pega	\$	4.00	\$ 4.40	\$ 4.84	\$ 5.32	\$ 5.86	\$ 6.44
Tornillos	\$	0.67	\$ 0.73	\$ 0.81	\$ 0.89	\$ 0.98	\$ 1.07
Lija	\$	2.00	\$ 2.20	\$ 2.42	\$ 2.66	\$ 2.93	\$ 3.22
Vidrio	\$	4.00	\$ 4.40	\$ 4.84	\$ 5.32	\$ 5.86	\$ 6.44
TOTAL	\$	17.33	\$ 19.07	\$ 20.97	\$ 23.07	\$ 25.38	\$ 27.92

Tabla 22: Materia Prima Indirecta
Fuente: Elaboración Propia

5.7 Mano de obra directa e indirecta

La Repisa por el momento cuenta con dos trabajadores en el área de producción y uno en el área de administración y ventas, el personal es reducido por lo que la empresa está surgiendo en el mercado nacional. A continuación se detallan los salarios a pagar por un transcurso de 5 años:

Mano de Obra Directa:

Columna1	Columna2	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6	Columna7	Columna8
Mano de Obra Directa e Indirecta							
	Mano de obra directa		Proyección				
Descripción	Cantidades	Salario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Auxiliar Ebanista		2 \$ 160.00	\$ 176.00	\$ 193.60	\$ 212.96	\$ 234.26	\$ 257.68
Oficial de Producción		1 \$ 200.00	\$ 220.00	\$ 242.00	\$ 266.20	\$ 292.82	\$ 322.10
TOTAL		3 \$ 360.00	\$ 396.00	\$ 435.60	\$ 479.16	\$ 527.08	\$ 579.78

Tabla 23: Mano de Obra Directa
Fuente: Elaboración Propia

Mano de Obra Indirecta:

Mano de obra indirecta	Columna1	Columna2	Proyección	Columna3	Columna4	Columna5	Columna6
Colaborador	Cantidades	Salario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administración y venta		1 \$ 200.00	\$ 220.00	\$ 242.00	\$ 266.20	\$ 292.82	\$ 322.10
TOTAL		\$ 1.00 \$ 200.00	\$ 220.00	\$ 242.00	\$ 266.20	\$ 292.82	\$ 322.10

Tabla 24: Mano de Obra Indirecta
Fuente: Elaboración Propia

5.8 Gastos generales de la empresa

En la siguiente tabla se muestran los gastos generales de los materiales de reposición, de igual forma el pago de los servicios básicos mensuales:

Gastos Generales de la Em	Columna1	Columna2	Columna3	Columna4
N°	Descripción de los materiales y equipos	Cantidad	Costo Unitario U\$D	Costo Total U\$D
1	Martillos	4	\$ 4.00	\$ 16.00
2	Alicates	3	\$ 2.00	\$ 6.00
3	Pinzas	2	\$ 2.00	\$ 4.00
4	Llave Allen	1	\$ 5.00	\$ 5.00
5	Llave Crecen	2	\$ 3.00	\$ 6.00
6	Llave inglesa	1	\$ 15.00	\$ 15.00
7	Marco de sierra	1	\$ 2.00	\$ 2.00
8	Presa	2	\$ 5.00	\$ 10.00
9	Sargento	1	\$ 25.00	\$ 25.00
10	Destornilladores	6	\$ 4.00	\$ 24.00
11	Cinta	2	\$ 4.00	\$ 8.00
12	Escuadra	1	\$ 3.00	\$ 3.00
13	Guantes	3	\$ 2.00	\$ 6.00
14	Gafas especiales Truper	4	\$ 2.00	\$ 8.00
15	Luz	1	\$ 66.67	\$ 66.67
16	Agua	1	\$ 3.33	\$ 3.33
17	Local	1	\$ 50.00	\$ 50.00
18	Telefonía e Internet	1	\$ 20.00	\$ 20.00
	TOTAL	37	\$ 218.00	\$ 278.00

Tabla 25: Gastos Generales de la Empresa
Fuente: Elaboración Propia

6. Plan de Organización

6.1 Forma de la empresa

La Repisa será constituida legalmente como persona Jurídica con régimen de persona natural de acuerdo a las normativas y leyes existentes en nuestro país que rigen esta materia, en virtud de establecerse como una cuota fija, mismas normas que prevalecerán para la formación de la empresa así como también las cláusulas que regirán dicho acuerdo, con ánimo de trabajar de manera conjunta sumando esfuerzos tanto para nuestro bienestar, como la del resto de miembros y trabajadores que la conforman.

Este régimen es de estimación administrativa y comprende el pago de IR e IVA, mediante una cuota fija mensual. Acuerdo Ministerial 022-2002 y 17-2006. Están sujetos las personas naturales cuyos ingresos brutos anuales por venta de bienes y/o prestación de servicios no superen los c\$480.000.00, o bien posean inventario al costo de la mercadería propia o en consignación menor o igual a C\$200,000.00.

Obligaciones de los sujetos al régimen

- Presentar solicitud de inscripción como sujeto al régimen.
- Efectuar mensualmente el pago de la cuota fija.
- Exigir facturas a sus proveedores o prestatarios de servicios.
- Mantener archivada la documentación, para ser presentada cuando lo requiera la DGI.
- Llevar cuaderno de anotaciones de compras y ventas diarias.
- Extender Facturas cuando el cliente lo solicite sin desglosar impuesto alguno que grave sus operaciones excepto que el cliente lo exija.
- Exhibir en lugar visible donde se desarrolla su actividad el original del certificado de inscripción en el RUC de cuota fija.
- Informar a la DGI sobre los siguientes cambios del negocio:
 - Cambio de domicilio.
 - Cambio de dueño.
 - Cambio de actividad económica.
 - Cierre temporal o definitivo.

La cuota de cada mes deberá pagarse dentro de los primeros quince días del mes siguiente. Para el pago en el municipio de Managua se utilizan cupones, que por el período fiscal, la D.G.I. entrega al contribuyente de Cuota Fija.

Ventajas de ser cuota fija:

- Productos sin IVA.
- Precios accesibles.
- Facilidad de trabajo.
- No lleva contabilidad.
- Cuota baja.

Desventajas:

- Retención del 2% y 1%alcaldía.
- Menos accesos a ser proveedor de grandes empresas.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos anuales por concepto de ventas de bienes y/o prestación de servicios no excedan el monto de C\$1, 200,000.00 (Un Millón Doscientos mil córdobas) y en cualquier momento del año posea un inventario al costo de la mercadería propia, en consignación o al crédito menor o igual a C\$500,000.00 (Quinientos mil córdobas netos) Artículo 251 de la Ley No. 822 Ley de Concertación Tributaria.

Ya que LA REPISA aún no cuenta con una tienda en físico, no cuentan con un permiso de la alcaldía como lo es la matricula, sin embargo parte del objetivo principal a mediano plazo es poder contar con una tienda de exhibición o taller en físico donde sus clientes puedan visitarlos y poder apreciar los muebles que fabricamos.

Los requisitos para poder tramitar la matricula son:

- Cedula de Registro único de Contribuyente (RUC)
- Cedula identidad Representante legal (Dueño de la empresa)
- Llenar Formulario de cuota fija

6.2 Estructura organizacional

La comunicación que se establece dentro de La Repisa es de manera vertical, es decir, de trabajadores a superiores y viceversa. Lo positivo de esta comunicación es que se pasa información importante la cual sabemos que está ocurriendo en los diferentes niveles de la organización.

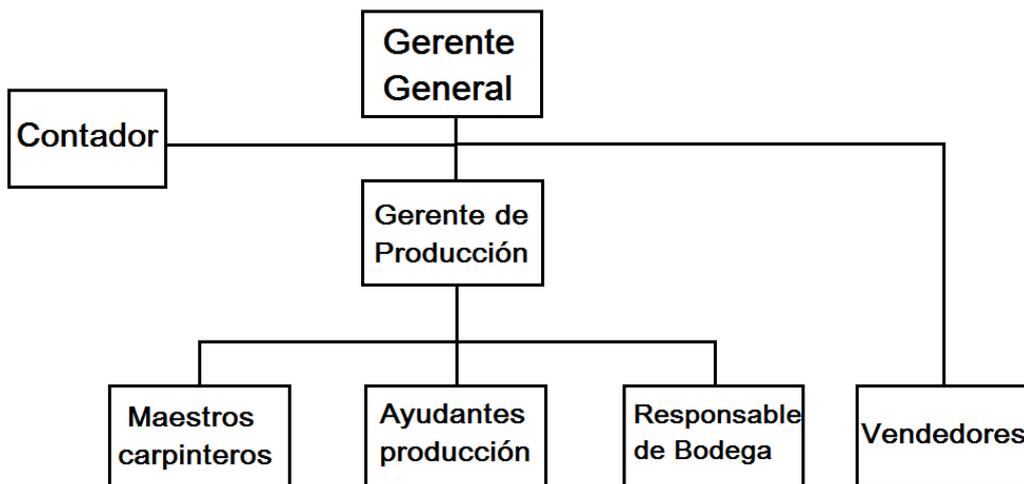


Gráfico 43: Organigrama
Fuente: Elaboración Propia

Funciones Generales y específicas de la empresa

Gerente General: se encargara de definir la estrategia y objetivos de la empresa en conjunto con las áreas de dirección y puestos de jerarquía. El gerente será el último responsable de las decisiones que se adopten en cualquier campo de la empresa, excepto en lo que tenga que ver con la producción, innovación, tecnología y calidad, donde las decisiones serán tomadas de forma consensuada con el director de producción y su personal a cargo. Otras funciones con las que cuenta son:

- Desarrollar el plan de marketing de la empresa y comunicarlo a todos los puestos de dirección.

Contador: se encarga del registro contable y financiero de la empresa. Las funciones son las siguientes:

- Informe de caja y bancos (diario).
- Registro de los egresos e ingresos.
- Liquidación de los contratos de empleados retirados.
- Elaboración de planilla.
- Elaboración de conciliación bancaria mensual.
- Pago de las obligaciones con nuestros proveedores y gastos del mes.

Gerente de Producción: se encarga de las operaciones productivas de la empresa, tiene bajo su cargo a ayudantes de carpintería. Las funciones son las siguientes:

- Control de calidad de los productos terminados.
- Seguridad y protección de los empleados del departamento.
- Manejo adecuado de materiales y equipos.
- Evitar pérdida de materia prima y mal uso de la maquinaria.

Maestros carpinteros: serán los encargados de la fabricación y montaje del producto en el taller. Las funciones principales son:

- Cortar, moldear, montar, construir o reparar diversas clases de estructura.
- Realizar visitas de campo previo a la elaboración del producto.
- Instalación y mantenimiento del mismo.

Ayudantes de producción: tendrán como tarea principal la de asistir a los carpinteros en los trabajos del taller y en la instalación para que de esta forma se familiaricen con el uso de materiales y sus herramientas. Sus principales funciones son:

- Mantenimiento y control de bodega.
- Control de inventario de herramientas.

Responsable de bodega: tendrá las siguientes funciones:

- Llevar un control preciso de las entradas y salidas de los productos.
- Debe velar que el local cumpla y reúna las condiciones óptimas de almacenamiento.
- Realizar un control de inventarios diarios para enterarse de cuales productos están agotados y cuales tienen en mayor cantidad.

Vendedores: se encarga del contacto directo con el cliente. Sus funciones son las siguientes:

- Presentar reporte de visitas y perfiles de posibles clientes al Gerente de Ventas.
- Ejecutar acciones estratégicas del plan de Marketing.
- Reportar cambios del mercado y la competencia.

6.2.1 Actividades y gastos pre operativos

Actividades Pre Operativas

En la siguiente tabla se muestran las actividades pre-operativas de LA REPISA que se realizaran antes de iniciar las operaciones de la empresa:

Actividad	Duración
Elaboración del plan de negocio	16 Semanas
Registro de la empresa, gestiones legales	3 Semanas
Compra activos fijos	3 Semanas
Contacto con los proveedores/Compra Activos Fijos & M.P	1 Semanas
Reclutamiento de personal	2 Semanas
Capacitación del personal de producción	1 Semana

Tabla 26: Actividades Operativas
Fuente: Elaboración Propia

Gastos Pre Operativos

Actividad	Costo
Elaboración del plan de negocio	\$ 300.00
Registro de la empresa, gestiones legales	\$ 150.00
Compra e instalación de activos fijos	\$ 40.00
Reclutamiento de personal	\$ 30.00
Capacitación del personal de producción	\$ 200.00
Total	\$ 720.00

Tabla 27: Gastos Pre Operativos
Fuente: Elaboración Propia

7. Plan de Finanzas

7.1 Presupuesto de Inversiones

En el plan de inversión se elabora todo lo que es el el costo de nuestro inventario así como todo lo que utilizamos dentro de la repisa para que esté funcionando, podemos observar los costos de cada material que tiene la empresa para poder producir y así sacar el costo total de cada producto. Por medio del plan de inversión determinamos tanto en cifras como en cantidades unitarias el inventario de la repisa

La repisa

Presupuesto de inversión			
En u\$ dólares			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Maquinaria eléctrica:			
· Cortadora eléctrica o sierra circular marca truper.	1	250.00	250.00
· Pulidora de cuatro pulgadas y media marca truper.	1	150.00	150.00
· Pulidora de siete pulgadas marca dewalt.	1	100.00	100.00
· Lijadora rectangular marca bosh.	1	120.00	120.00
· router	1	110.00	110.00
· Compresor de 125 libras.	1	280.00	280.00
· manguera de presión	1	25.00	25.00
· Pistola profesional de gravedad marca truper.	1	90.00	90.00
· Extensiones de diez (numeración de cable) de veinte metros.	20	2.00	40.00
· Caladora marca truper.	1	180.00	180.00
· taladro martillo o taladro roto martillo.	1	120.00	120.00

Total maquinaria			1,465.00
Maquinaria no eléctrica:	Cantidad	Costo unitario	Costo total
· martillos (cantidad 2)	2	3.00	6.00
· alicates (cantidad 2)	2	2.00	4.00
· pinzas (cantidad 2)	2	1.50	3.00
· llave Allen (cantidad 2)	2	1.50	3.00
· llave crecen (cantidad 2)	2	3.00	6.00
· llave inglesa (cantidad 2)	2	3.50	7.00
· sierra manual (cantidad 4)	4	1.50	6.00
· prensa (cantidad 2)	2	3.00	6.00
· sargento (cantidad 1)	1	2.50	2.50
· destornilladores (cantidad 1)	1	2.00	2.00
· llave diez, once, doce, trece y catorce (una de cada una)	5	2.50	12.50
· lápiz	4	0.30	1.20
· cinta	1	0.30	0.30
· escuadra	1	3.00	3.00
· escuadra falsa	3	3.00	9.00
· guantes	2	1.50	3.00
· Gafas especiales para trabajar en madera.	2	5.00	10.00

· computadora	1	600.00	600.00
· escritorio	1	250.00	250.00
· teléfono	1	50.00	50.00
Total maquinaria no eléctrica			984.50
Capital de trabajo			
Pallets	400	2.00	800.00
Pintura	110	10.00	1,100.00
Total capital de trabajo			1,900.00
Resumen			
Total maquinaria eléctrica			1,465.00
Total maquinaria no eléctrica			984.50
Total capital de trabajo			1,900.00
Total inversión	Monto en dólares		4,349.50
	Monto en córdobas	T/c 30.00	130,485.00

Tabla 28: Presupuesto de Inversiones
Fuente: Elaboración Propia

7.2 Estructura de Costos

En esta tabla podemos mostrar el precio unitario así como las cantidades a procesar y su costo total es importante mencionar que esta tabla es parte del plan de inversión pero esta vez a nivel detallado del producto en mención. Se multiplica el costo total de los \$19.50 dólares por la cantidad de 30 juegos de sala y eso nos da el resultado de \$585.00 dólares mensuales que recibimos de los juegos de sala.

Interiores

Producto	Juego de sala				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	4	2	8.00	30	240.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	30	150.00
Otros (clavo, lija=			1.00	30	30.00
Sub total			14.00	30	420.00
					-
B: mano de obra					-
Se establece que por unidad de producción u\$5.00			5.00	30	150.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$5.00 x 10%					
			0.50	30	15.00
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			19.50	30	585.00

Tabla 29: Estructura de Costos (Juego de Sala)
Fuente: Elaboración Propia

En el centro de entretenimiento siempre haciendo mención de que es parte del plan de inversión del costo total de \$12.20 dólares por 20 unidades al mes nos da un total de ganancias por centros de entretenimiento de \$244.00 mensuales

Interiores

Producto	Centro de entretenimiento				
Hoja de costo					
En us dólares					

A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	2	2	4.00	20	80.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	20	100.00
Otros (clavo, lija=			1.00	20	20.00
Sub total			10.00	20	200.00
					-
B: mano de obra					
					-
Se establece que por unidad de producción u\$2.00			2.00	20	40.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					
					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$2.00 x 10%			0.20	20	4.00
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			12.20	20	244.00

Tabla 30: Estructura de Costos (Centro de Entretenimiento)
Fuente: Elaboración Propia

En las mesas de noches, con el mismo procedimiento sacamos los \$9.10 de su costo por las unidades producidas de 15 nos da un total de ingresos de \$136.50

Interiores

Producto	Mesa de noche				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	1	2	2.00	15	30.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	15	75.00
Otros (clavo, lija=			1.00	15	15.00
Sub total			8.00	15	120.00
					-
B: mano de obra					
					-
Se establece que por unidad de producción u\$1.00			1.00	15	15.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					
					-

Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base			-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$1.00 x 10%	0.10	15	1.50
			-
Costo total unitario: a,b,c igual	9.10	15	136.50

Tabla 31: Estructura de Costos (Mesa de Noche)
Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a repisas los ingresos que percibimos mensualmente por producir 20 repisas a un valor de \$6.60 nos da de ingresos mensuales de \$132.00 dólares.

Interiores

Producto	Repisa par pared				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	1	2	2.00	20	40.00
Pintura	1 cuarto	2.5	2.50	20	50.00
Otros (clavo, lija=			1.00	20	20.00
Sub total			5.50	20	
					-
B: mano de obra					-
Se establece que por unidad de producción u\$1.00			1.00	20	20.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$1.00 x 10%			0.10	20	2.00
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			6.60	20	132.00

Tabla 32: Estructura de Costos (Repisa para Pared)
Fuente: Elaboración Propia

Aunque las casas para mascotas son un poco baja la demanda por ser un producto muy bien elaborado por producir al menos 5, recibimos un ingreso mensual de \$87.50 dólares mensuales

Exteriores

Producto	Casita para mascota				
Hoja de costo					

En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	3	2	6.00	5	30.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	5	25.00
Otros (clavo, lija=			1.00	5	5.00
Sub total			12.00	5	60.00
					-
B: mano de obra					
Se establece que por unidad de producción u\$5.00			5.00	5	25.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$5.00 x 10%					
			0.50	5	2.50
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			17.50	5	87.50

Tabla 33: Estructura de Costos (Casa para Mascotas)
Fuente: Elaboración propia

Al igual que las casitas para mascotas, las jaulas para aves tienen un costo total de 10.25 dólares esto por 5 unidades vendidas al mes nos dan un ingreso de \$51.25 dólares mensuales para la repisa.

Exteriores

Producto	Jaula para aves				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	2	2	4.00	5	20.00
Pintura	1 cuarto	2.5	2.50	5	12.50
Otros (clavo, lija=			1.00	5	5.00
Sub total			7.50	5	37.50
					-
B: mano de obra					
Se establece que por unidad de producción u\$2.50			2.50	5	12.50
					-
C: costo indirecto de fabricación					
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					
					-

En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$2.50 x 10%	0.25	5	1.25
			-
Costo total unitario: a,b,c igual	10.25	5	51.25

Tabla 34: Estructura de Costos (Jaula para Aves)
Fuente: Elaboración propia

Este producto tiene un precio total de \$10.75 el cual lo determinamos que para su elaboración ocupamos desde un polín completo hasta una tabla de polín nada más, este precio ya incluye la pintura así como también otros gastos de mano de obra indirecta como lo es los clavos ligas entre otros, por una cantidad de 5 mensuales tenemos unos ingresos de \$53.75 dólares mensuales.

Exteriores

Producto	Repisa para plantita				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	1	2	2.00	5	10.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	5	25.00
Otros (clavo, lija=			1.00	5	5.00
Sub total			8.00	5	40.00
					-
B: mano de obra					-
Se establece que por unidad de producción u\$2.50			2.50	5	12.50
					-
C: costo indirecto de fabricación					-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$2.50 x 10%			0.25	5	1.25
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			10.75	5	53.75

Tabla 35: Estructura de Costos (Repisa de pared)
Fuente: Elaboración propia

Los muebles para terraza de vender 5 unidades a 14.75 dólares mensuales tenemos unos ingresos mensuales de 73.75 dólares
Las unidades las determinamos de los volúmenes de ventas según las proyecciones.

Exteriores

Producto	Muebles para terraza				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	3	2	6.00	5	30.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	5	25.00
Otros (clavo, lija=			1.00	5	5.00
Sub total			12.00	5	60.00
					-
B: mano de obra					-
Se establece que por unidad de producción u\$2.50			2.50	5	12.50
					-
C: costo indirecto de fabricación					-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$2.50 x 10%			0.25	5	1.25
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			14.75	5	73.75

Tabla 36: Estructura de Costos (Mueble para Terraza)
Fuente: Elaboración propia

Las góndolas son un producto exclusivo de la repisa estas tienen un costo total de \$44.00 dólares, de estas se están produciendo alrededor de unas 3 por mes, siendo su ganancia mensual de \$132.00 dólares mensuales.

Diseño espacio completo para negocio

Producto	Góndola				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	10	2	20.00	3	60.00
Pintura	1 galón	10	10.00	3	30.00
Otros (clavo, lija=			3.00	3	9.00
Sub total			33.00	3	99.00
					-
B: mano de obra					-

Se establece que por unidad de producción u\$10.00	10.00	3	30.00
			-
C: costo indirecto de fabricación			-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base			-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$10.00 x 10%	1.00	3	3.00
			-
Costo total unitario: a,b,c igual	44.00	3	132.00

Tabla 37: Estructura de Costos (Proyecto para Negocio, Góndola)
Fuente: Elaboración propia

Los muebles de escritorio tienen un costo de 27.50 llegando a su ganancia mensual de 137.50 dólares mensuales resultado de vender 5 unidades por mes.

Diseño espacio completo para negocio

Producto	Escritorio				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	5	2	10.00	5	50.00
Pintura	1 galón	10	10.00	5	50.00
Otros (clavo, lija=			2.00	5	10.00
Sub total			22.00	5	
					-
B: mano de obra					-
Se establece por unidad de producción u\$5.00			5.00	5	25.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$5.00 x 10%			0.50	5	2.50
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			27.50	5	137.50

Tabla 38: Estructura de Costos (Proyecto para Negocio, Escritorio)
Fuente: Elaboración propia

Este producto su hoja de costo se determina por metro de conformidad con el área que el cliente determine a razón de u\$11.00 el mts²

Diseño espacio completo para negocio

Producto	Paredes				
Hoja de costo					
En us dólares					
A: materia prima					
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cant. Procesar	Costo total
Pallets	1	2	2.00	100	200.00
Pintura	1 cuarto	5	5.00	100	500.00
Otros (clavo, lija=			2.00	100	200.00
Sub total			9.00	100	
					-
B: mano de obra					-
Se establece por unidad de producción u\$1.00			1.00	100	100.00
					-
C: costo indirecto de fabricación					-
Se aplicaran los cif a cada orden de trabajo con base					-
En el 10% de la mano de obra directa. Así: us\$5100 x 10%			1.00	100	100.00
					-
Costo total unitario: a,b,c igual			11.00	100	1,100.00

Tabla 39: Estructura de Costos (Proyecto para Negocio, Paredes)
Fuente: Elaboración propia

7.3 Presupuesto de Ventas o Ingresos

En las ventas podemos observar el precio unitario de cada uno de los productos que la repisa produce y comercializa así como también las cantidades producidas por mes llegando a una ganancia mensual de \$5464.50 dólares

La repisa

Ventas proyectada			
A: interiores			
Productos	Precio unitario u\$	Volumen de venta	Valor de venta u\$
Juego de sala	39.00	30	1,170.00
Centro de entretenimiento	24.40	20	488.00
Mesa de noche	18.20	15	273.00

Repisa para pared	13.40	20	268.00
Total interiores			2,199.00
B: exteriores			
Casita para mascota	35.00	5	175.00
Jaula pata aves	20.50	5	102.50
Repisa para plantita	203.00	5	101.50
Muebles para terraza	29.50	5	147.50
Total exteriores			526.50
C: diseño espacio completo para negocio			
Góndola	88.00	3	264.00
Escritorio	55.00	5	275.00
Paredes	22.00	100	2,200.00
Sub total			2,739.00
Total general			5,464.50

Tabla 40: Presupuesto de Ventas o Ingresos

Fuente: Elaboración propia

7.4 Estado de Costo de Producción y Ventas Proyectado

En el estado de costos podemos observar detalladamente lo que se invierte en el mes por productos en cuanto a gastos directos e indirectos. A como podemos observar en cuanto a juegos de salas se invierten alrededor de \$240.00 en la compra de pallets \$150 dólares en pintura \$30 en productos como clavos ligas etc., así como también en mano de obra directa \$150 y gastos indirectos \$15 dólares haciendo un total mensual de \$585.00 dólares y así sucesivamente con los otros productos. Siendo el total de \$2733.25 dólares.

La repisa

Estado de costo de producción						
Estado de costo de producción	Pallet	Pinturas	Otros	Mano de obra	Gtos indirecto	Total
Producto						
Juego de salas	240.00	150.00	30.00	150.00	15.00	585.00
Centro de entretenimiento	80.00	100.00	20.00	40.00	4.00	244.00
Mesa de noche	30.00	75.00	15.00	15.00	1.50	136.50

Repisa	40.0 0	50.00	20.0 0	20.00	2.00	132.0 0
Casita para mascota	30.0 0	25.00	5.00	25.00	2.50	87.50
Jaula para aves	20.0 0	12.50	5.00	12.50	1.25	51.25
Repisa para plantas	10.0 0	25.00	5.00	12.50	1.25	53.75
Muebles para terraza	30.0 0	25.00	5.00	12.50	1.25	73.75
Góndolas	60.0 0	30.00	9.00	30.00	3.00	132.0 0
Escritorios	50.0 0	50.00	10.0 0	25.00	2.50	137.5 0
Paredes	200. 00	500.0 0	200. 00	100.00	100.00	1,100 .00
Total costo de producción	790. 00	1,042 .50	324. 00	442.50	134.25	2,733 .25

Tabla 41: Estado de Costo de Producción y Ventas Proyectado
Fuente: Elaboración Propia

7.5 Estado de Resultado Proyectado

Mi margen de utilidad es de 1013.45 este es nuestro estado de pérdidas y ganancias el objetivo de este es para ver cuánto se ganara con la inversión que se está realizando. Este mismo está proyectado a 5 años donde hacemos un incremento del 10% anual.

La repisa

En u\$ dólares									
Estado de perdida y ganancias proyectado									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5
Ventas netas	5,4 64. 50		6,0 10. 95		6,6 12. 05		7,2 73. 25		8,0 00. 57
Menos: costo de venta	2,7 35. 25		3,0 08. 78		3,3 09. 65		3,6 40. 62		4,0 04. 68
Utilidad bruta		2,7 29. 25	-	3,0 02. 18	-	3,3 02. 39	-	3,6 32. 63	3,9 95. 89
			-		-		-		-

Gasto de operación			-		-		-		-
Gasto de venta	984.50		1,082.95		1,191.25		1,310.37		1,441.41
Gasto de administración	731.30		804.43		884.87		973.36		1,070.70
Gastos operacionales		1,715.80		1,887.38		2,076.12		2,283.73	2,512.10
Utilidad antes de impuesto		1,013.45		1,114.80		1,226.27		1,348.90	1,483.79
Gastos de admón.									
Depreciación	122.00								
Dgi 1%	54.65								
Alcaldía 1%	54.65								
Servicios básicos (agua, luz, telef., internet)	500.00								
	731.30								

Tabla 42: Estado de Resultado Proyectado
Fuente: Elaboración Propia

7.6 Flujo de Efectivo Proyectado

Es importante mencionar que el flujo de efectivo los \$5464.50 se obtuvieron de la venta del mes más los egresos a cómo podemos observar se realizó un flujo de efectivo proyectado a 5 años donde podemos observar que nuestro flujo neto va aumentando en un 10% de manera anual.

La repisa

Flujo de efectivo					
En u\$ dólares					
	Año i	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Interiores	2,199.00	2,418.90	2,660.79	2,926.87	3,219.56

Exteriores	526.50	579.15	637.07	700.77	770.85
Diseño para negocios	2,739.00	3,012.90	3,314.19	3,645.61	4,010.17
Total ingresos	5,464.50	6,010.95	6,612.05	7,273.25	8,000.57
		-	-	-	-
Egresos		-	-	-	-
Compra de materia prima	141.00	155.10	170.61	187.67	206.44
Mano de obra	37.50	41.25	45.38	49.91	54.90
Costo indirecto de fabricación	3.66	4.03	4.43	4.87	5.36
Gasto de venta	264.11	290.52	319.57	351.53	386.68
Gasto de administración	2,112.30	2,323.53	2,555.88	2,811.47	3,092.62
Pago de impuesto 2%	109.29	120.22	132.24	145.46	160.01
Alcaldía 1%	54.64	60.10	66.11	72.73	80.00
Servicios públicos (agua,luz,telefono)	500.00	550.00	605.00	665.50	732.05
Total egresos	3,222.50	3,544.75	3,899.23	4,289.15	4,718.06
		-	-	-	-
Flujo neto	2,242.30	2,466.53	2,713.18	2,984.50	3,282.95

Tabla 43: Flujo de Efectivo Proyectado
Fuente: Elaboración Propia

7.7 Balance general proyectado.

A continuación mostramos un balance general proyectado para 5 años de la repisa donde se puede observar que caja son las ventas de nuestros productos, los impuestos por pagar estan la dgi y alcaldía, cuentas por pagar son todas aquellas cuentas como la luz, agua, teléfono e internet y por ultimo tenemos los documentos por pagar que son aquellos productos u materiales que por falta de fondos no se pagan en el momento. El incremento se utilizó siempre con el 10% proyectado a un periodo de 5 años.

LA REPISA

BALANCE GENERAL PROYECTADO PARA 5 ANOS										
	Periodo 1		periodo 2		periodo 3		periodo 4		periodo 5	
Activos circulantes										
Caja	3,99	4,39	4,83	5,32	5,85	9,50	9,45	9,40	3,33	5,67
Inventario	1,46	1,61	1,77	1,94	2,14	5,00	1,50	2,65	9,92	4,91
Total Activo	5,46	6,01	6,61	7,27	8,00	4,50	-	0,95	-	3,25

			-		-		-		-	
			-		-		-		-	
Pasivos Circulantes			-		-		-		-	
Impuestos x pagar	928.98		1,021.88		1,124.07		1,236.47		1,360.12	
Cuentas x pagar	500.00		550.00		605.00		665.50		732.05	
Documentos x pagar	1,122.07		1,234.28		1,357.70		1,493.48		1,642.82	
Total Pasivos		2,551.05	-	2,806.16	-	3,086.77	-	3,395.45	-	3,734.99
Capital			-		-		-		-	
Capital	1,900.00		2,090.00		2,299.00		2,528.90		2,781.79	
Utilidad neta	1,013.45		1,114.80		1,226.27		1,348.90		1,483.79	
		2,913.45		3,204.80		3,525.27		3,877.80		4,265.58
total pasivos más capital		5,464.50		6,010.95		6,612.05		7,273.25		8,000.57

Tabla 44: Balance General proyectado
Fuente: Elaboración Propia

7.8 Indicadores Financieros

En nuestro indicador financiero podemos observar que para poder poner una tienda en físico requerimos del financiamiento por parte de una institución financiera como lo es el banco.

Esto debido a las proyecciones de ventas que a como mencionábamos anteriormente se debe a nuestra demanda potencial.

La repisa

Indicadores financieros					
Plan de inversión	2,852.00				
Ingresos proyectados	5,464.50				

Condiciones del financiamiento

	Monto	Plazo años	Tasa int	Periodo gracia	Forma pago
	2,852.00	3	12%	1	Anual

Estructura costo de producción	182.1 6				
Gasto personal administrativo	2,112. 93				
Gasto de venta	264.1 1				
Las proyección de venta se determinaron en función de la demanda potencial					
35% interiores, 40% exteriores, 40% para proyectos.					

Tabla 45: Indicadores Financieros
Fuente: Elaboración Propia

7.9 Análisis de Sensibilidad

Los índices de rentabilidad financiera obtenido revelan que el proyecto sin financiamiento no sería viable, ya que el plan de inversión asciende a; u\$2,852.00, razón por la cual recomendamos obtener la fuente de financiamiento en los términos y condiciones que se determinaron anteriormente.

Al ser una empresa nueva, sabemos que necesitamos con un préstamo para poder poner una tienda en físico y es importante mencionar que anteriormente los polines se ocupaban como leña, y nosotros estamos entrando al mercado con un producto completamente distinto e innovador y es por esto que debemos de solidificarnos para poder optar posteriormente a un préstamo.

8. Referencias Bibliográficas

- Banco Central de Nicaragua: <http://www.bcn.gob.ni/>
- Dirección General de Ingresos: <http://www.dgi.gob.ni/>
- Tramites Nicaragua: <http://www.tramitesnicaragua.gob.ni/>
- Ministerio de Fomento, Industria y Comercio: <http://vui.mific.gob.ni/>
- Folleto suministrado en “Plan de Negocios”
- Libro de “Plan de Negocios en PDF”
- Libro “Ser Competitivo” de Michael Porter

9. Anexos

Anexo 1: Instrumento de Recolección de Datos

La Repisa

Nuestro objetivo principal es caracterizar los gustos y preferencias de los clientes en cuanto a muebles amigables con el medio ambiente.

I. Perfil del Cliente

1. Sexo *

Hombre

Mujer

2. Edad *

20 a 30 años

31 a 40 años

41 a más

3. Ubicación *

Elegir: _____

4. Ocupación *

Trabaja

Estudia

Trabaja y estudia

En este momento no trabaja ni estudia

Jubilado

II. Demanda y Competencia

5. ¿Ha comprado muebles ecológicos? Si su respuesta es No pase a la sección de Demanda Potencial *

Si

No

6. ¿Qué tipo de muebles? *

Comedor

Juego de sala

Centro de entretenimiento

Chinero

Casas para perros

Respaldar para camas

Mesas der noche

Zapateras

Repisas para baño

Sillas para desayunador

7. ¿Con que frecuencia compra muebles? *

6 meses

1 año

2 años a más

8. ¿Dónde los ha adquirido? *

Negocios similares

Ventas de patio

Páginas en internet

9. ¿Cuál es el precio que ha pagado por ellos? *

C\$500.00 a C\$1,000.00

C\$1,001.00 a C\$2,000.00

C\$2,001.00 a más

10. ¿Cuáles han sido sus razones para adquirir estos productos? *

Comodidad

Precios accesibles

Estilos personalizados

11. ¿De qué materiales están elaborados estos productos? *

Polines/ pallets

Llantas

Plásticos reciclados

Vidrios reciclados

III. Demanda Potencial

12. ¿Alguna vez ha escuchado La Repisa? *

Sí

No

13. ¿Estaría interesado en comprar muebles ecológicos en este establecimiento? *

Sí

No

14. ¿Cuáles son sus muebles de preferencia? *

Interiores

Exteriores

Ambas

15. ¿Cómo preferiría sus muebles? *

Estilos estándar

Estilos personalizados

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un mueble ecológico? *

C\$550.00 a C\$1,400.00

C\$1,401.00 a C\$2,400.00

C\$2,401.00 a más

17. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información u ofertas? *

Redes sociales

Medios de comunicación (TV, radio)

Medios escritos (volantes, banners, mantas, etc.)

18. ¿Le gustaría que contáramos con un catálogo de productos? *

Sí

No

19. ¿Cómo preferiría este catálogo?

Impreso

Digital

20. ¿Por qué medio le gustaría hacer sus compras? *

Tienda física

Tienda en línea

21. Si contáramos con una tienda física ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada?

Centros comerciales

Plazas

Carretera sur

Carretera a Masaya

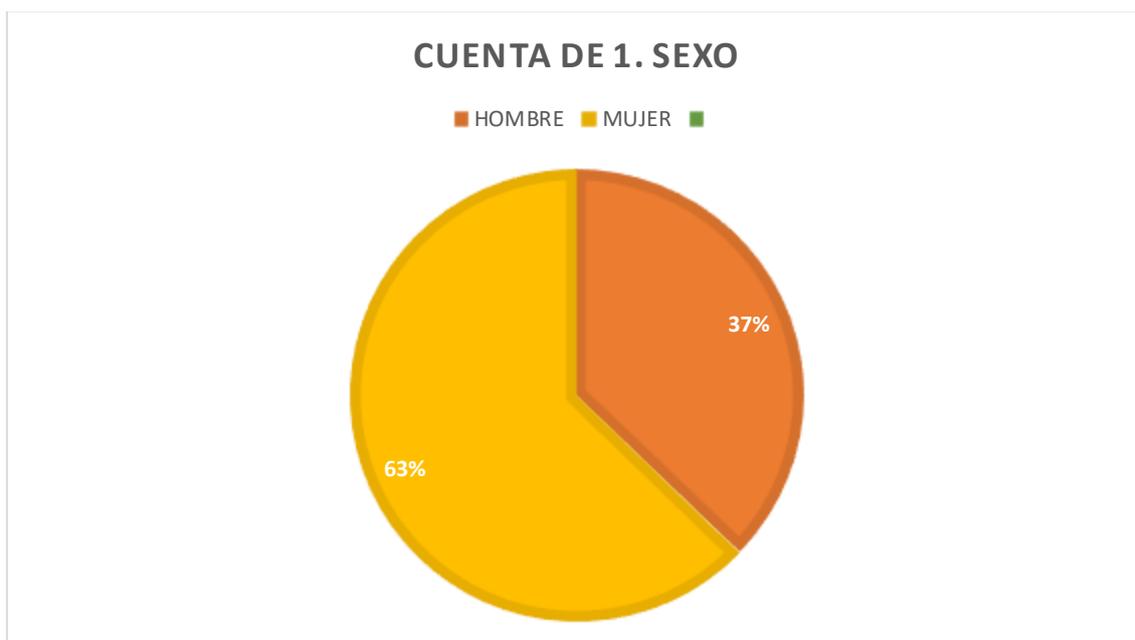
20. Ingresos mensuales *

C\$1,000.00 a C\$5,000.00

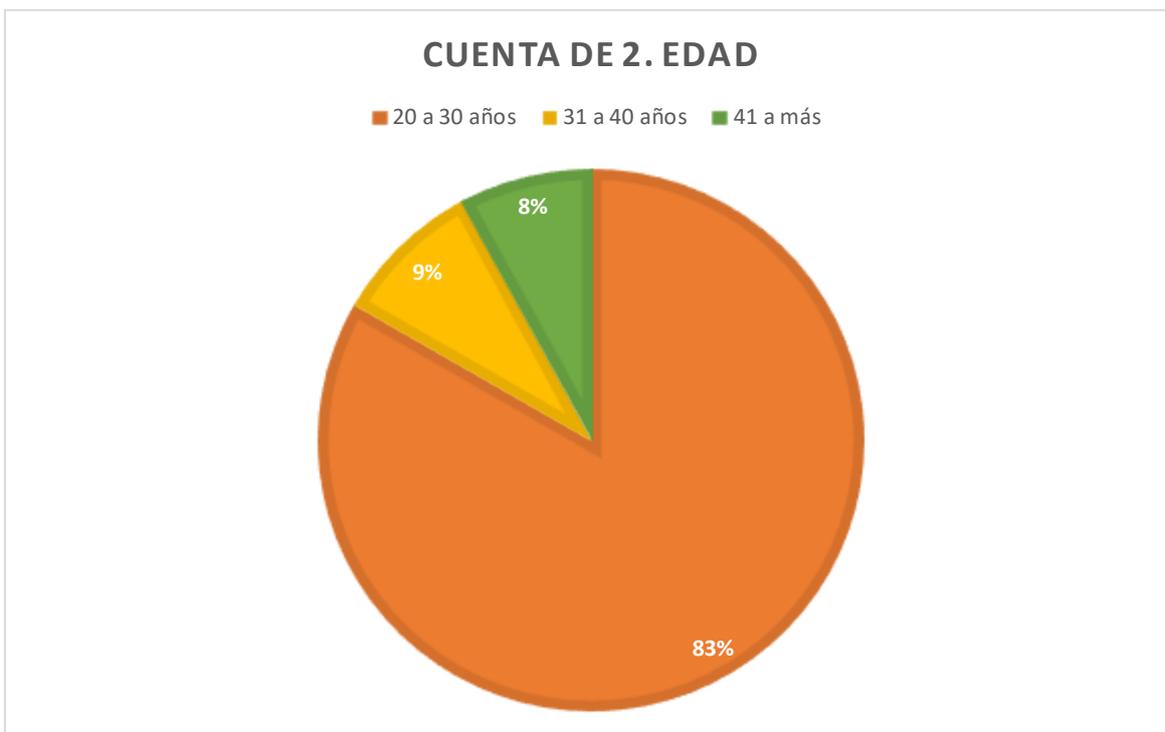
C\$5,001.00 a C\$10,000.00

C\$10,001.00 a más.

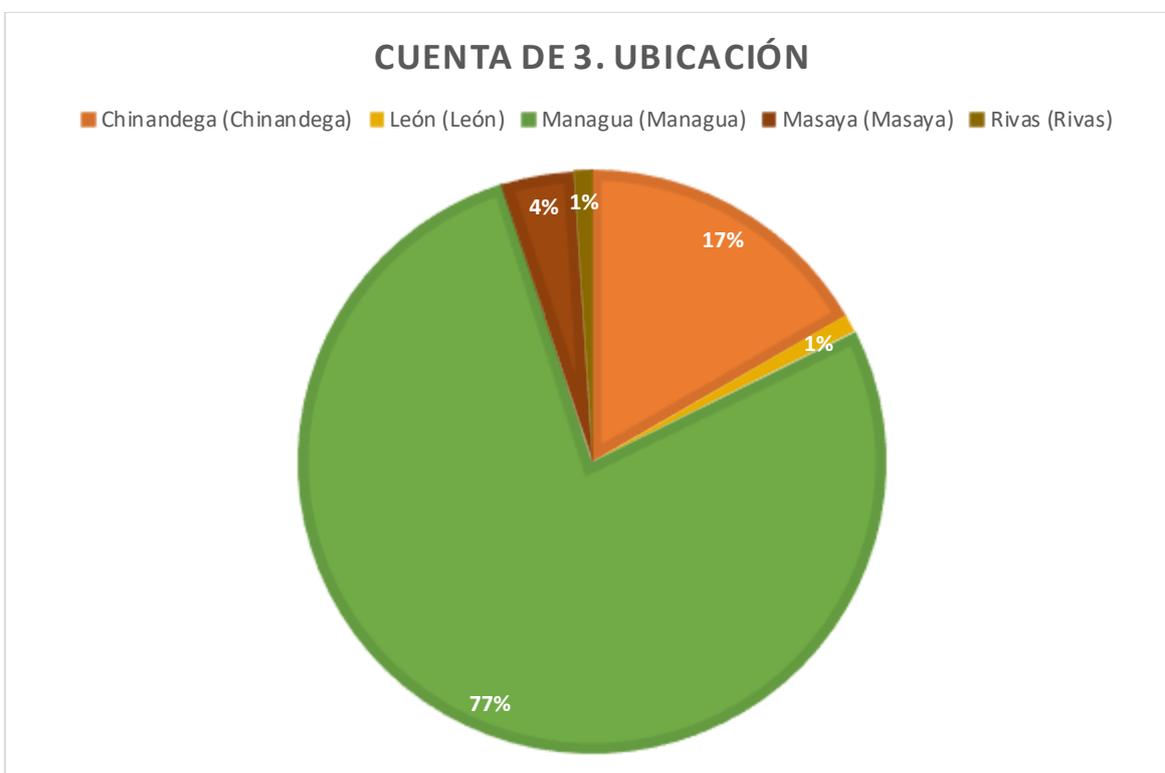
Anexo 2:



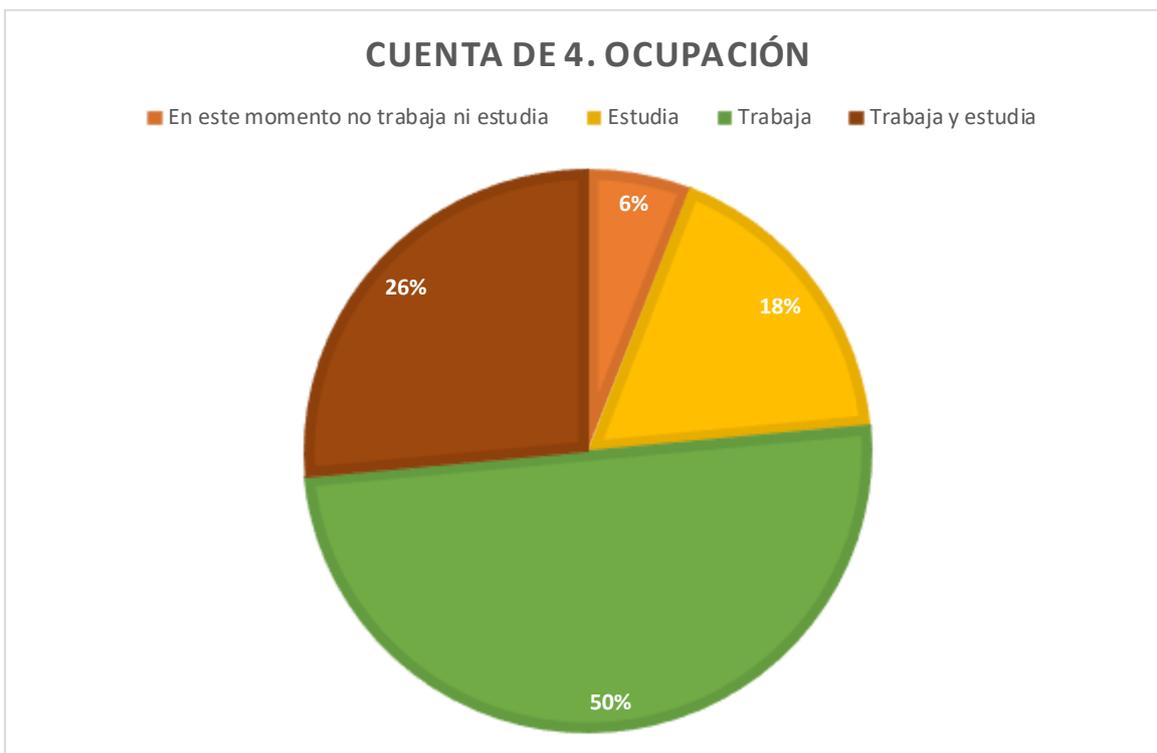
Anexo 3:



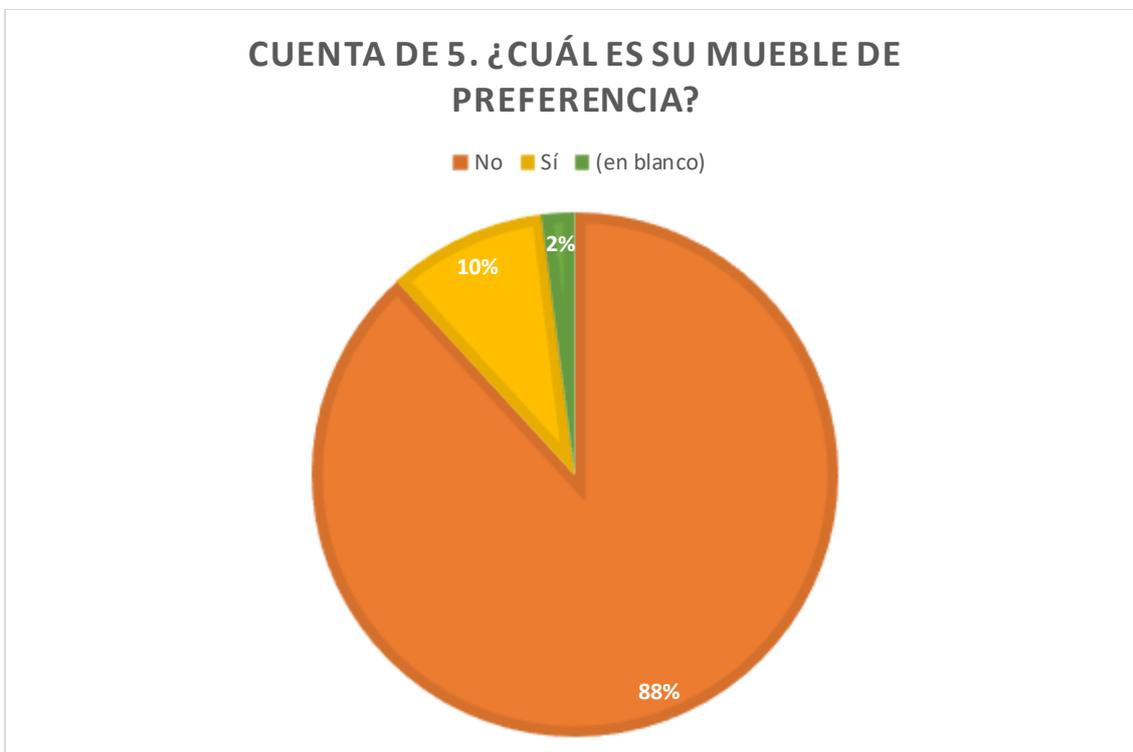
Anexo 4:



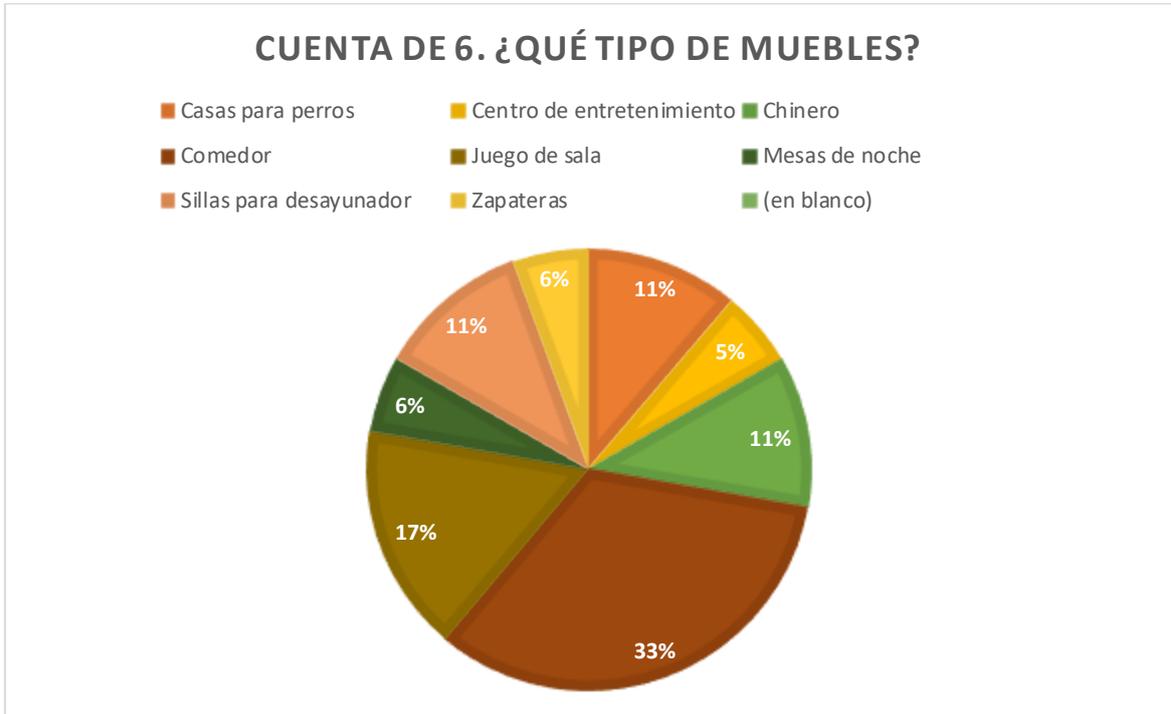
Anexo 5:



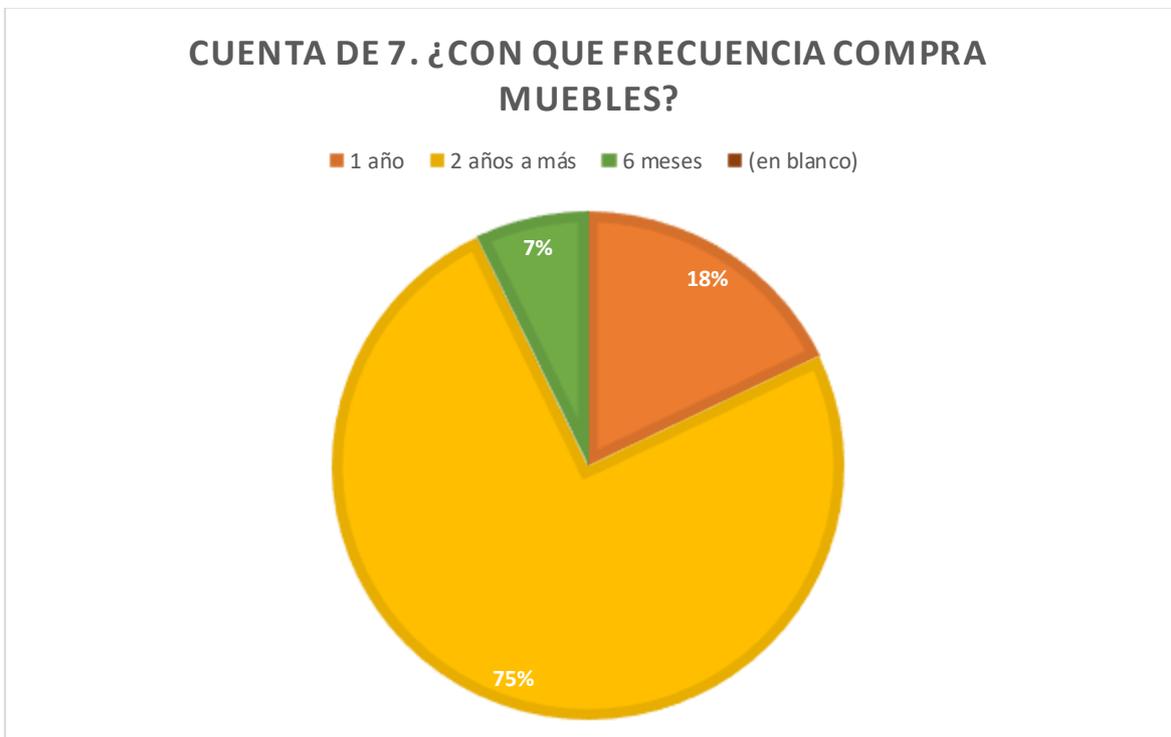
Anexo 6:



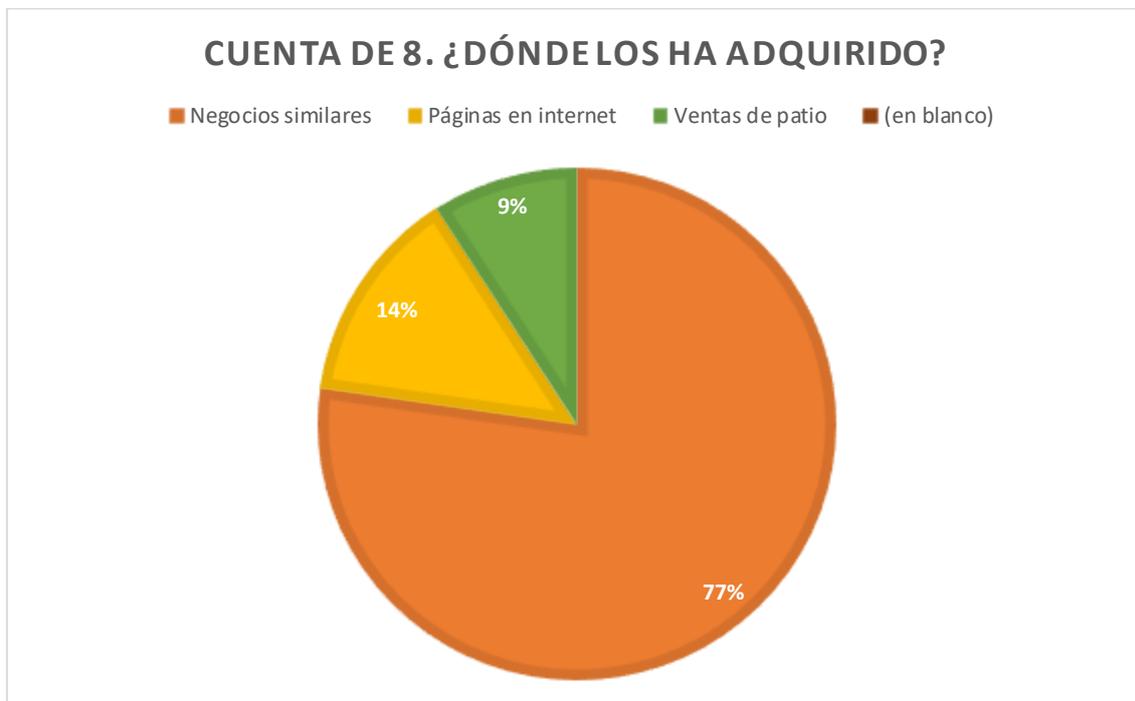
Anexo 7:



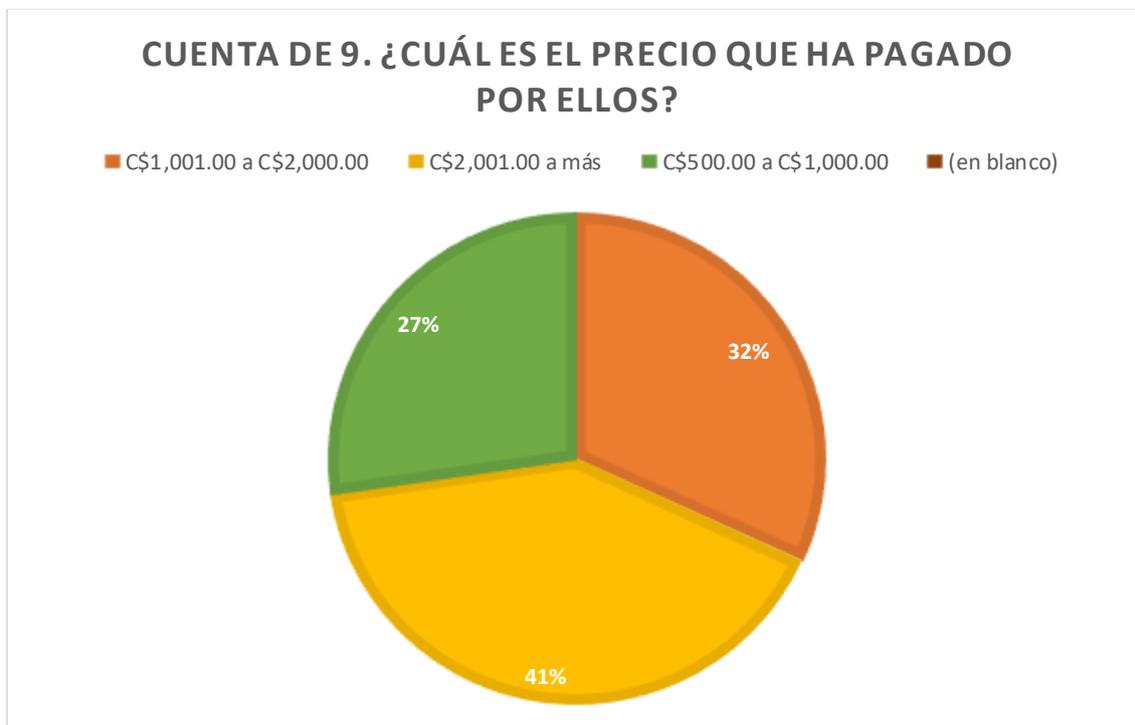
Anexo 8:



Anexo 9:



Anexo 10:



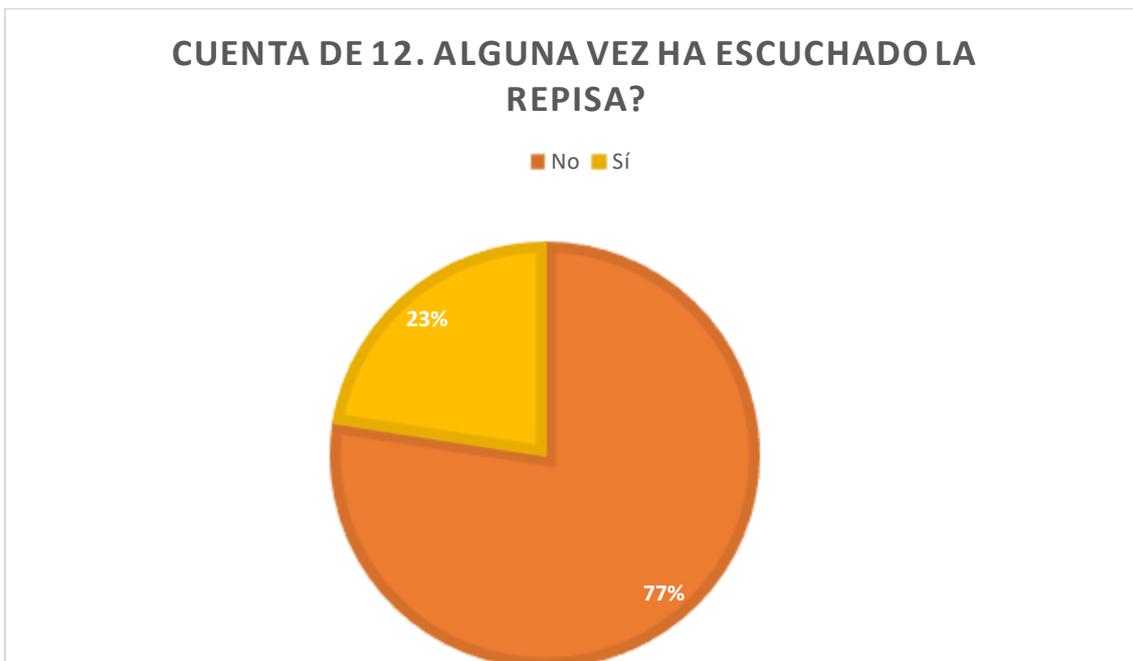
Anexo 11:



Anexo 12:



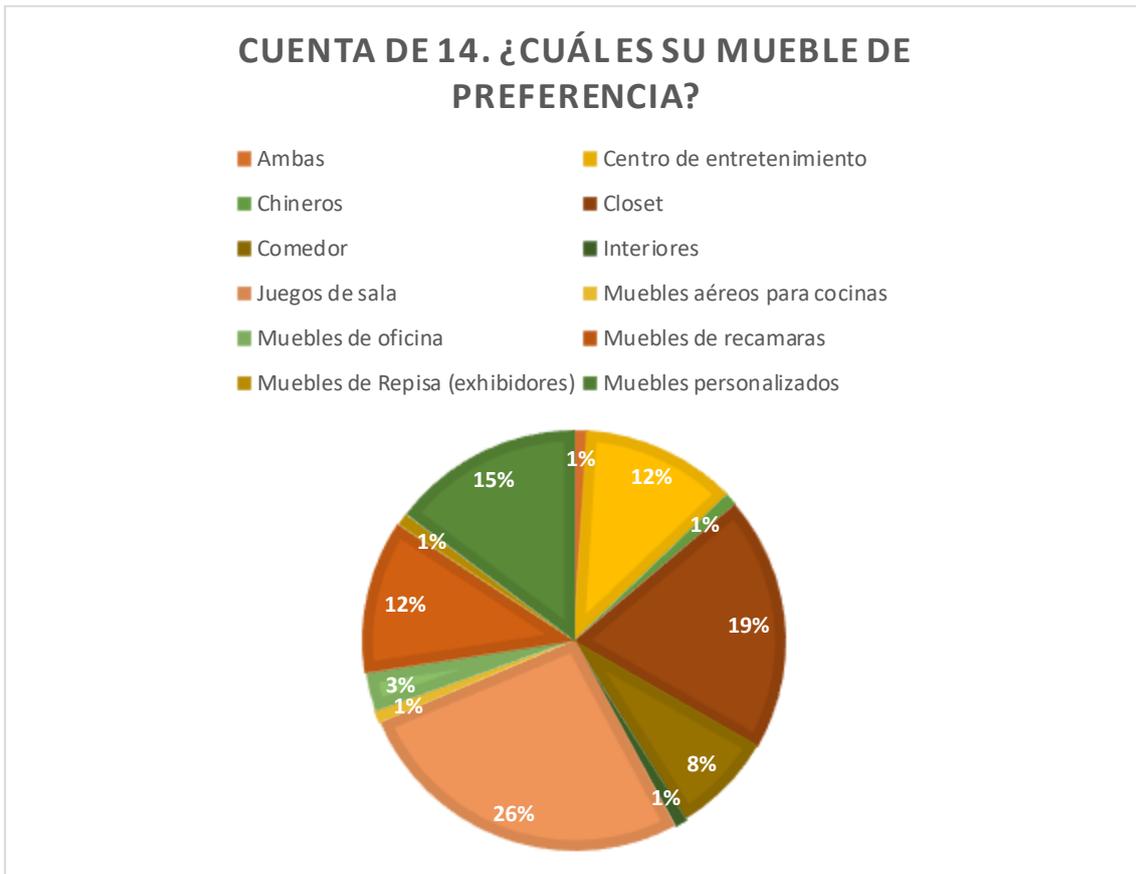
Anexo 13:



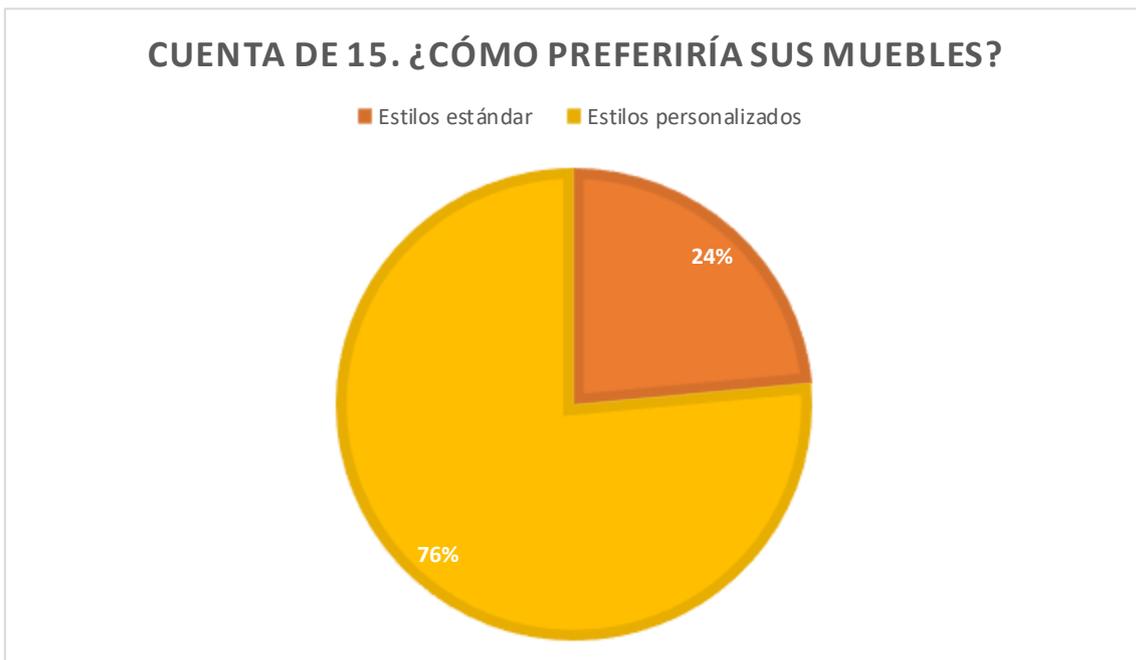
Anexo 14:



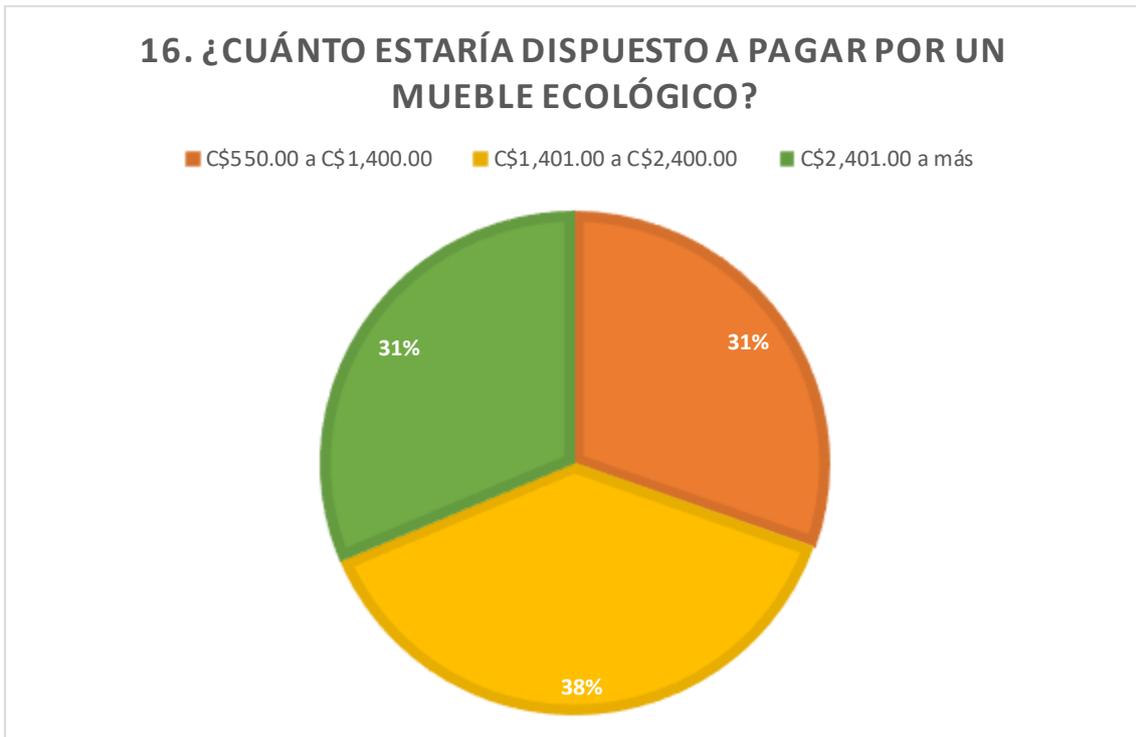
Anexo 15:



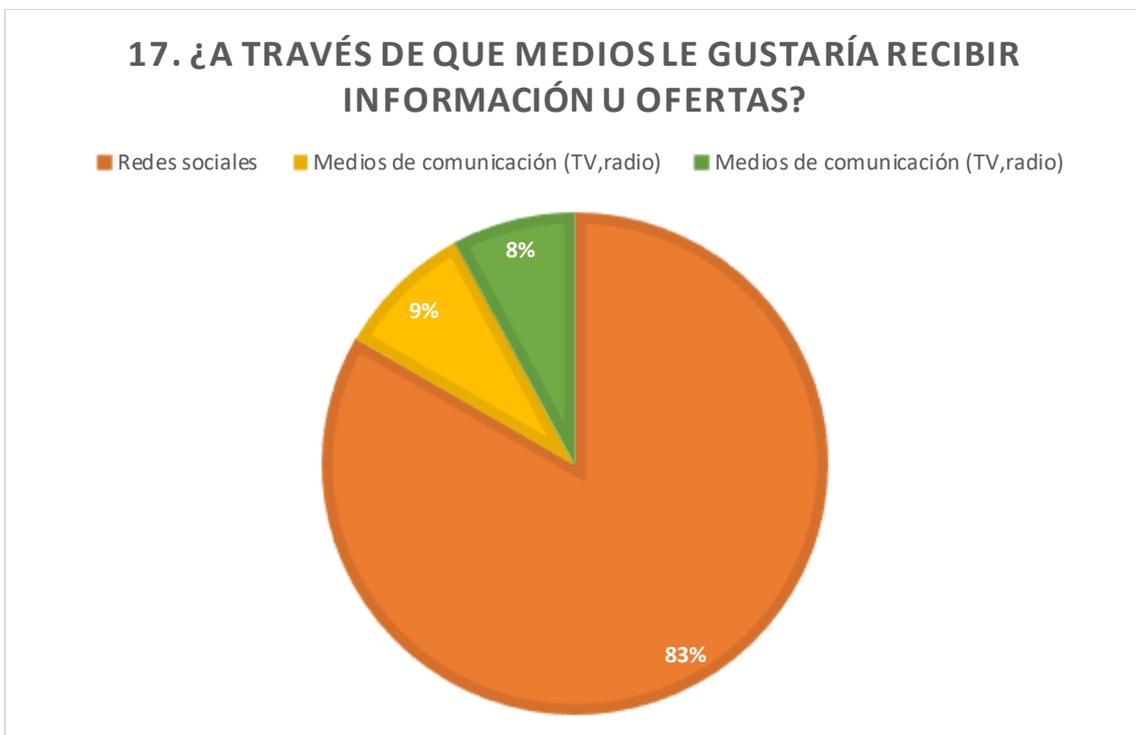
Anexo 16:



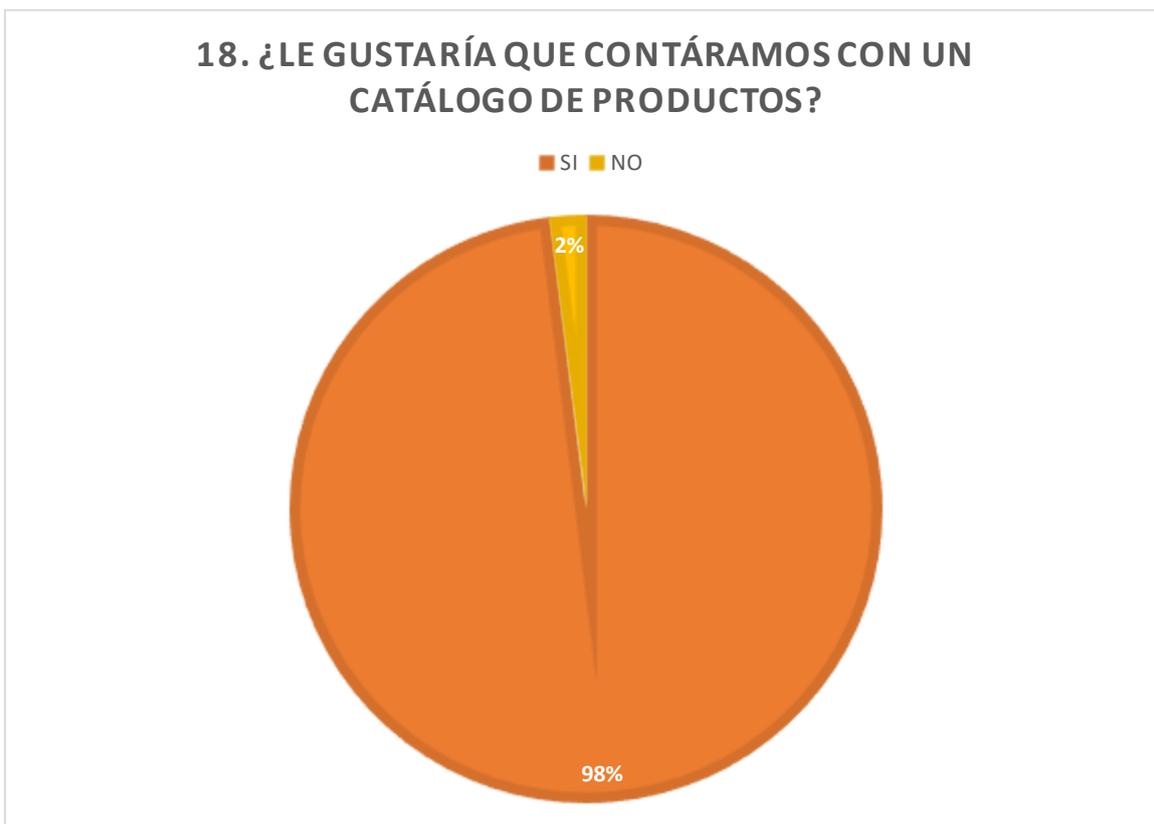
Anexo 17:



Anexo 18:



Anexo 19:



Anexo 20:



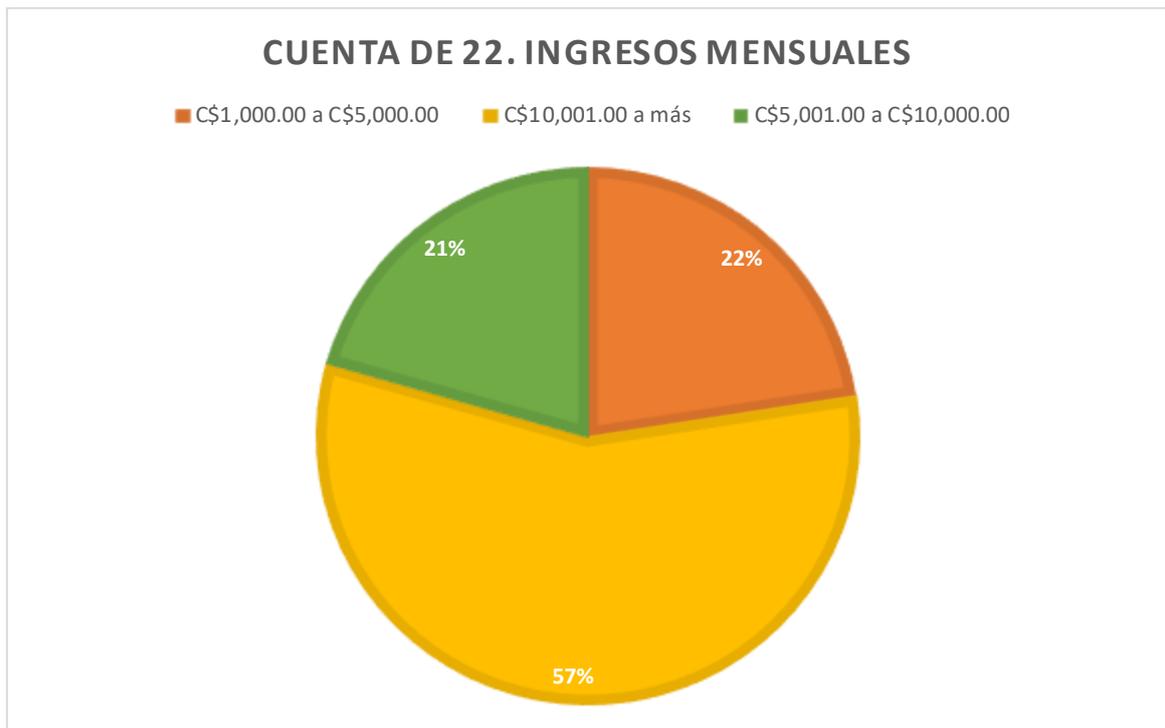
Anexo 21:



Anexo 22:



Anexo 23:



10. Glosario

Alianzas: es un término que procede del verbo aliar, y que por lo tanto hace mención a la acción que llevan a cabo dos o más personas, organizaciones o naciones al firmar un acuerdo.

Alicate: es una herramienta manual cuyos usos van desde sujetar piezas al corte o moldeado de distintos materiales. Son comunes en todo equipo de herramientas manuales, ya que es un útil básico para el bricolaje.

Arraigados: hacerse muy firme y difícil de extinguir o extirpar un afecto, virtud, vicio, uso o costumbre.

Aserrín: polvo o conjunto de partículas que se desprenden de la madera al serrarla.

Concurrentes: definición de recta concurrente. Por su parte, es un adjetivo que hace referencia a aquello que concurre (es decir, que se reúne con otros de su tipo en un mismo sitio).

Confort: es aquello que produce bienestar y comodidades al usuario. Este puede estar dado por algún objeto físico o por alguna circunstancia ambiental o abstracta.

Consignación: es destinar algo de valor para el pago, la garantía o el depósito de alguna obligación legal.

Cuantificar: es el proceso de convertir un objeto a un grupo de valores discretos, como por ejemplo un número entero. Dependiendo del campo de estudio, el término cuantificación puede tomar diferentes definiciones.

Cuantitativa: procedimiento de decisión que pretende señalar entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Chinero: Armario de cocina.

Clausulas: una clausula es un contrato, un documento por lo general escrito en el que se establecen condiciones y posiciones acerca de un acuerdo determinado. Concretamente, una clausula es la determinación final de los puntos que se tratan.

Deforestación: extinción de las plantas forestales de un terreno.

Dimensiones: es un número relacionado con las propiedades métricas o topológicas de un objeto matemático. La dimensión de un objeto es una medida del tamaño de sus propiedades.

Ebanista: carpintería, oficios y profesiones. Persona que realiza trabajos de carpintería.

Escasez: existencia limitada o insuficiente de algo, especialmente si se considera necesario; falta o privación de las cosas más necesarias para vivir.

Estética: disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza.

Eximidos: dejar a una persona libre de obligaciones, cargas o culpas.

Expansión: ampliación del espacio que ocupa algo.

Góndolas: góndola de supermercado es un tipo de mueble dispuesto a modo de pared para exhibir productos al consumidor en los puntos de venta. Debido a sus dimensiones, se utilizan especialmente en las grandes superficies de autoservicio.

INTA: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

MAGFOR: Ministerio Agropecuario Forestal.

MARENA: Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales.

Ocio: tiempo libre o descanso de las ocupaciones habituales.

Pallets: un pallet, es una estructura de agrupación de carga, fabricada generalmente con madera. Su funcionalidad es el transportar carga, generalmente frutas. Tienen forma rectangular o cuadrada, esto es para que sea más fácil su manipulación.

Persuadir: conseguir con razones y argumentos que una persona actúe o piense de un modo determinado.

Pioneros: persona que inicia la exploración de nuevas tierras.

Polines: rodillo que se coloca debajo de bultos de gran peso para poder transportarlos con más facilidad.

Plataforma virtual: es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de internet.

Rango: clase que resulta de una clasificación de personas o cosas, según su importancia, grado o nivel jerárquico.

Reciclar: someter materiales usados o desperdicios a un proceso de transformación o aprovechamiento para que puedan ser nuevamente utilizados.

Recina: sustancia orgánica de consistencia pastosa, pegajosa, transparente o translúcida, que se solidifica en contacto con el aire; es de origen vegetal o se obtiene artificialmente mediante reacciones de polimerización.

Régimen: conjunto de normas o reglas que rigen algo en específico.

Rentabilidad: relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.

Repisa: tabla horizontal o bien en cualquier dirección, instalada en la pared para colocar objetos sobre ella.

Rústico: del campo o relacionado con él. Estructura antigua pero con un toque fino.

Tendencias: inclinación o disposición natural que una persona tiene hacia una cosa determinada.