

TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO

VIDA NUEVA

SEDE MATRIZ



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACION

TEMA

ELABORACIÓN DE MUEBLES A BASE DE RESINA, COMO ESTRATEGIA
COMPETITIVA Y DE CRECIMIENTO EN LA “MICROEMPRESA MASHWEL”

PRESENTADO POR

CASA VELASCO JESSICA ABIGAIL

SIMBAÑA QUILLUPANGUI KATHERINE LISBETH

TUTOR

ECON. MALDONADO ZAMBRANO CARLA VALERIA MG.

FECHA

MARZO 2024

QUITO – ECUADOR

Certificación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: “Elaboración de muebles a base de resina, como estrategia competitiva y de crecimiento en la Microempresa Mashwel”, presentado por las ciudadanas Casa Velasco Jessica Abigail y Simbaña Quillupangui Katherine Lisbeth, para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2024.

Tutor: Econ. Maldonado Zambrano Carla Valeria Mg.

C.I.: 1722792353

Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Elaboración de muebles a base de resina, como estrategia competitiva y de crecimiento en la Microempresa Mashwel”, presentado por las ciudadanas Casa Velasco Jessica Abigail y Simbaña Quillupangui Katherine Lisbeth, facultadas en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

C.I.:

DOCENTE TUVN

C.I.:

DOCENTE TUVN

C.I.:

DOCENTE TUVN

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Casa Velasco Jessica Abigail portadora de la cédula de ciudadanía 1721322502 y Simbaña Quillupangui Katherine Lisbeth portadora de la cédula de ciudadanía 1753795564, facultadas en la carrera Tecnología Superior en Administración, autoras de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Elaboración de muebles a base de resina, como estrategia competitiva y de crecimiento en la Microempresa Mashwel”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de nuestro proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2024.

Casa Velasco Jessica Abigail

C.I.: 1721325502

Simbaña Quillupangui Katherine

C.I.: 1753795564

Dedicatoria

Yo Jessica Abigail Casa Velasco Dedico este trabajo primeramente a Dios por brindarme la salud, las fuerzas y la sabiduría para seguir con mis metas, también a mis padres que siempre han sido mi fuente de inspiración y apoyo incondicional, a mi padre Alfredo Casa, que siempre se esforzó por darme todo lo necesario para alcanzar esta meta., demostrándome que aunque los días sean difíciles siempre habrá una solución para salir adelante con la bendición de Dios.

A mis queridas hermanas Anahi y Brithany, el regalo más preciado que Dios me ha concedido, ya que siempre me brindan su cálido amor y apoyo incondicional ante los desafíos que la vida nos presenta. Son una fuente constante de motivación, impulsándome a dar lo mejor de mí con el objetivo de que se sientan orgullosas. Su presencia es un faro de luz que ilumina mi camino, y cada logro es compartido con gratitud por tenerlas a mi lado.

A mis amigos que fueron parte de esta hermosa etapa de estudio ya que junto a ellos aprendí a mejorar en aspectos académicos y sociales, a mi mejor amiga, que ha sido mis compañeras inquebrantables, su amistad ha iluminado los días oscuros y ha multiplicado la alegría en los momentos felices. Agradezco profundamente tenerlas a mi lado, enriqueciendo cada etapa de mi vida con su presencia y afecto.

Yo Katherine Lisbeth Simbaña Quillupangui, dedico este trabajo a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera, a mis padres Santiago y Gloria por su sacrificio y esfuerzo, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo, su amor, sus consejos para hacer de mí una mejor persona, a mis hermanas quienes son Deisi y Monserrath, a mis abuelos por sus palabras y su compañía, y todas aquellas personas que de una u otra manera ha contribuido para el logro de mis objetivos.

Agradecimiento

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento primeramente a Dios por guiar mi camino, brindarme salud, vida y amor junto a mi familia, agradezco a mi tutora Carla Maldonado por su guía, paciencia y dedicación a lo largo de este proceso. Sus valiosos consejos y comentarios que han sido fundamentales para culminar esta investigación.

A mis docentes quienes me compartieron su conocimiento y experiencia, les agradezco por sus valiosas contribuciones en mi formación profesional, a mis amigos y compañeros de clase quienes me ofrecieron su apoyo moral e hicieron que este viaje académico fuera más enriquecedor.

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, comprensión y aliento constante. Su paciencia y sacrificio ha sido la base que ha permitido alcanzar este logro. A mi hermana Anahí que es mi inspiración de seguir adelante junto su compañía. Estoy profundamente agradecida con mi padre quien luchó y trabajó incansablemente para que pudiera alcanzar este logro académico. Su dedicación constante y su inspiradora motivación son fuente de impulso para seguir adelante. Reconozco que soy motivo de orgullo para él, y esta conciencia me impulsa a continuar esforzándome para que sienta que su sacrificio ha valido la pena.

Tabla de Contenido

Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Planteamiento del Problema	14
Descripción de la Situación Problemática	14
Formulación del Problema	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Justificación	17
Antecedentes	18
Marco Teórico	19
Estrategia Competitiva	19
Estrategias en Base a la Competencia	19
Crecimiento Empresarial	20
Mercado	20
Mercado Potencial	21
Mercado Disponible	21
Mercado Efectivo	21
Mercado Meta	22
Mercado Objetivo	22
Proceso	22

	8
Elementos de un Proceso	23
Marketing Mix	24
Producto	25
Factores del Producto	25
Costos de la Producción	26
Precio	26
Criterios para la Fijación del Precio	26
Promoción	27
Punto de Venta	28
Muebles con Resina	28
Resina	29
Beneficios de la Resina	29
Durabilidad de los Muebles de Resina	29
Decoración de las Mesas con Resina	30
Metodología y Desarrollo del Proyecto	31
Tipo de Investigación	31
Alcance de Investigación	31
Fuente de Investigación	32
Método de Investigación	32
Variables y Definición Operacional	32
Población y Muestra	33
Técnicas de Recolección de Datos	35
Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información	35

	9
Análisis de Datos	36
Proceso para el Análisis de Datos	36
Análisis de Resultados	37
Análisis de la Encuesta	37
Análisis de la Entrevista	48
Entrevista al Empresario	48
Entrevista a Fabricantes de Muebles	49
Aplicación de las Técnicas de Recolección de Datos	51
Estrategias de Lanzamiento	52
Propuesta	53
Marketing Mix	53
Producto	53
Precio	55
Plaza	57
Promoción	58
Prototipo	60
Proceso de Producción	61
Implementación de Principios Empresariales	64
Misión	64
Visión	64
Valores	64
Políticas	65
Calculo de Mercados	66

	10
Mercado Potencial	66
Mercado Disponible	67
Mercado Efectivo	67
Mercado Objetivo	67
Resultados Obtenidos	68
Conclusiones	70
Recomendaciones	71
Bibliografía	72
Anexos	75

Resumen

El presente proyecto de aplicación práctica tiene como objetivo evaluar la factibilidad de la implementación de técnicas de fabricación de muebles a base de resina como estrategia de crecimiento competitivo y sostenible en la microempresa Mashwel en Quito, durante el año 2024. Para su ejecución se debe analizar el mercado de muebles de Quito.

En este contexto, el grupo focal consistió de 2'889.703 habitantes residentes de Quito, información que fue proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Según el Censo del año 2023, de los cuales se determinó una muestra de 156 personas mediante la fórmula de cálculo. Para la recolección de información, se aplicaron técnicas como encuestas, observación y entrevistas.

Los resultados mostraron que el mercado que está ganando fuerza es entre mujeres jóvenes de 24 a 34 años, quienes están mostrando un importante interés en la compra de mobiliario hecho de resina. Para este grupo de consumidoras, la durabilidad es el atributo más apreciado en los muebles de resina. Asimismo, están dispuestas a pagar entre \$100 y \$300 por un mueble de este material, lo que indica que buscan obtener una óptima relación calidad-precio. Por lo cual también nos dirige a desarrollar estrategias de marketing y productos dirigidos específicamente a este segmento de consumidores.

En base a las estrategias, se propusieron la creación de diversos factores, entre ellas, el diseño de un prototipo de la mesa de resina, estimación de costos de producción, análisis de precio de venta al público, el proceso de producción, estrategias de marketing y la implementación de los principios empresariales.

Palabras Clave: ESTRATEGIA COMPETITIVA, MARKETING MIX, PROCESO DE PRODUCCIÓN, MUEBLES DE RESINA.

Abstract

This practical application project aims to evaluate the feasibility of implementing resin-based furniture manufacturing techniques as a strategy for competitive and sustainable growth in the microenterprise Mashwel in Quito during the year 2024. For its execution, an analysis of the furniture market in Quito must be conducted.

In this context, the focus group consisted of 2,889,703 residents of Quito, information provided by the National Institute of Statistics and Censuses (INEC). According to the 2023 Census, a sample of 156 people was determined using a calculation formula. Data collection techniques such as surveys, observation, and interviews were applied.

The results showed that the market gaining strength is among young women aged 24 to 34, who are showing significant interest in purchasing resin furniture. For this group of consumers, durability is the most appreciated attribute of resin furniture. Additionally, they are willing to pay between \$100 and \$300 for a piece of furniture made of this material, indicating a desire to achieve an optimal quality-price ratio. This leads us to develop marketing and product strategies specifically targeted at this consumer segment.

Based on the strategies, various factors were proposed, including the design of a resin table prototype, production cost estimation, public sale price analysis, the production process, marketing strategies, and the implementation of business principles.

Keywords: COMPETITIVE STRATEGY, MARKETING MIX, PRODUCTION PROCESS, RESIN FURNITURE.

Introducción

Ante el crecimiento de la competencia desarrollada entre empresas, surge una necesidad de mejorar la competitividad, este factor incluye dos elementos principales: el deseo de competir y la capacidad de hacerlo (Jacobs & Chose, 2014).

La microempresa Mashwel de Quito, propone innovar mediante la incorporación de un nuevo producto muebles a base de resina. Esta iniciativa busca posicionar a la empresa en un mercado competitivo, al tiempo que se alinea con tendencias de diseño y sostenibilidad ambiental. La investigación evalúa la viabilidad de esta propuesta innovadora a través de métodos de campo, exploratorios y descriptivos, utilizando una muestra representativa de la población de Quito. El objetivo es comprender las necesidades y preferencias del mercado local para garantizar la pertinencia y éxito de la nueva línea de productos.

Además, un análisis exhaustivo del mercado, elaborado por estrategias de marketing específicas para los muebles de resina. Contemplando sus recursos tecnológicos como las redes sociales, páginas web, plataformas de video, con el fin de posicionarse en un mercado más avanzado.

El problema que motiva esta investigación es la necesidad de introducir muebles de resina en el mercado de Quito, donde existe una competencia consolidada. Se quiere desarrollar estrategias para facilitar la entrada del nuevo producto. Además, tomando en cuenta las preferencias variadas de los consumidores en cuanto a muebles. Por lo tanto, se busca diseñar estrategias que conviertan esta idea de negocio en una ventaja competitiva, generado un profundo interés a los consumidores de Quito.

Planteamiento del Problema

Descripción de la Situación Problemática

Ubicada en el corazón de Quito, la microempresa Mashwel se enfrenta a un mercado de muebles altamente competitivo. En un intento por destacar, Mashwel considera la innovación como una estrategia clave, específicamente a través de la elaboración de muebles a base de resina. Esta decisión surge en un contexto donde el diseño y la sostenibilidad se vuelven cada vez más importantes para los consumidores quiteños.

En Quito, la industria del mueble tradicionalmente ha estado dominada por materiales como la madera y el metal. La introducción de resina, un material versátil y estéticamente atractivo, podría posicionar a Mashwel en una categoría única. Sin embargo, este enfoque conlleva desafíos significativos, incluyendo la necesidad de habilidades técnicas especializadas, inversión en maquinaria, y un profundo entendimiento de las tendencias del mercado.

A nivel económico, la adopción de técnicas de fabricación con resina podría resultar en un crecimiento significativo para Mashwel. Esta estrategia no solo permite una diferenciación de producto sino también la posibilidad de capturar un nicho de mercado que valora la originalidad y la sostenibilidad. Además, la innovación en diseño y materiales puede abrir oportunidades de exportación, ampliando así el alcance de Mashwel más allá de Quito.

Social y culturalmente, la introducción de esta nueva línea de muebles puede tener un impacto positivo. Al adoptar métodos de producción innovadores, Mashwel no solo contribuye al desarrollo económico local sino también fomenta la apreciación del diseño moderno y sostenible. Esta iniciativa puede inspirar a otras microempresas a seguir un camino similar, fortaleciendo así el sector de muebles en Quito y posicionando la ciudad como un centro de innovación en diseño.

Sin embargo, la transición a la fabricación de muebles de resina plantea interrogantes significativos. ¿Cómo se percibirá este cambio en el mercado local? ¿Están los consumidores de Quito dispuestos a pagar un precio Premium por muebles de resina? ¿Cómo se puede equilibrar la tradición y la innovación en un mercado con una rica herencia cultural?

Por lo tanto, la decisión de Mashwel de adoptar la resina como material principal en la fabricación de muebles presenta una oportunidad única de crecimiento y diferenciación en el mercado de Quito. Esta situación problemática merece una investigación profunda para evaluar la viabilidad y el impacto potencial de esta estrategia competitiva, tanto para la empresa como para la comunidad local. La investigación sobre este tema podría ofrecer aportes importantes sobre la adaptabilidad y la innovación en microempresas en contextos urbanos culturalmente ricos.

Formulación del Problema

¿La elaboración de muebles a base de resina permitirá ser la estrategia competitiva que fomentará el crecimiento asegurando la sostenibilidad de la microempresa Mashwel?

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la factibilidad de la implementación de técnicas de fabricación de muebles a base de resina como estrategia de crecimiento competitivo y sostenible en la microempresa Mashwel en Quito, durante el año 2024.

Objetivos Específicos

- Analizar el mercado de muebles en Quito para la identificación en las preferencias de los consumidores, en base a muebles fabricados con resina.
- Determinar el segmento al cual se debe dirigirse las estrategias del marketing mix, en relación al mercado potencial.
- Identificar estrategias competitivas y de crecimiento, mediante la elaboración de muebles innovadores que permitan la satisfacción de los clientes.

Justificación

Este estudio aportará valiosa información sobre la viabilidad, las técnicas, y los métodos de producción de muebles con resina, una innovación significativa en la industria del mueble en Quito. Al explorar este enfoque, se espera obtener un entendimiento profundo de cómo la integración de materiales modernos y sostenibles puede transformar una pequeña empresa en un mercado tradicionalmente orientado a materiales como la madera y el metal. Este conocimiento no solo beneficia a Mashwel, permitiéndole innovar y posicionarse de manera competitiva, sino que también puede ser un referente para otras microempresas en la región que busquen diversificar sus procesos de producción y productos. Además, este estudio contribuirá a la literatura existente, proporcionando un caso práctico de adaptación e innovación en la pequeña industria del mueble.

Desde la perspectiva social, la implementación de técnicas de fabricación de muebles a base de resina en Mashwel puede tener un impacto significativo en la comunidad de Quito. Al adoptar este enfoque innovador, la microempresa no solo abre la posibilidad de crear empleos especializados, sino que también promueve una cultura de sostenibilidad y diseño moderno.

Los muebles de resina, conocidos por su durabilidad y estética, pueden ofrecer alternativas sostenibles y de larga vida útil, alineándose con los principios de consumo responsable. Este cambio en la producción de muebles no solo beneficiará a los consumidores que buscan productos únicos y ecológicos, sino que también puede inspirar a otras empresas locales a considerar prácticas de producción más sostenibles. Además, al fortalecer la capacidad de innovación y competitividad de Mashwel, esta investigación podría contribuir al crecimiento económico local y al desarrollo de un sector de muebles más diversificado en Quito.

Antecedentes

Carriel y Pachito (2019) investigaron las estrategias de producción y comercialización para Ebanistería El Artesano en El Triunfo. Su estudio no experimental de enfoque mixto reveló la falta de una clara misión, visión y estrategias comerciales, pero también mostró la disposición de la empresa para desarrollar nuevas estrategias de comercialización.

Ramírez (2019) enfoca su estudio en el desarrollo de estrategias organizacionales para MEDINA, una distribuidora de muebles para oficina en Machala. Los resultados mostraron la falta de un modelo organizacional efectivo y la necesidad de un modelo de gestión adaptado a los requerimientos organizacionales para mejorar los ingresos por ventas.

Estévez (2020) busca diagnosticar y evaluar la factibilidad de introducir productos de línea maderera al estilo rústico en el mercado de clase alta. El estudio resaltó la importancia del proyecto para enfrentar el desempleo en el sector artesanal y la necesidad de recursos para implementar un modelo flexible y adaptativo.

Los estudios anteriormente mencionados ofrecen valiosos aportes al proyecto MASHWEL. Resaltan la importancia de comprender las necesidades del mercado y los estándares de servicio, sugiriendo la adaptación de estrategias de comercialización y mercadeo en función de las preferencias del consumidor. Además, enfatizan la relevancia de una organización interna eficiente y la necesidad de desarrollar estrategias de producción y comercialización adaptativas, lo que es crucial para el crecimiento sostenible y la competitividad de MASHWEL en el sector de muebles.

Marco Teórico

Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en una empresa.

“Para afrontar eficazmente las fuerzas competitivas y un excelente rendimiento sobre la inversión de la compañía, las empresas han descubierto muchas formas de hacerlo; la mejor estrategia será aquella que refleje sus circunstancias particulares” (Porter, 2000, p.18). Por ende se debe encontrar aquella estrategia que está alineada con la situación única de cada empresa.

Estrategias en Base a la Competencia

Son enfoques empresariales que se desarrollan y ejecutan teniendo en cuenta las acciones, capacidades y debilidades de los competidores. Este tipo de estrategias implica analizar continuamente el mercado y a los competidores para identificar oportunidades y amenazas, con el objetivo de posicionarse mejor y obtener una ventaja competitiva.

Existen tres estrategias de gran eficacia para lograr un mejor desempeño que los contrincantes en una empresa.

Liderazgo Global en Costos. Consiste en alcanzar el liderazgo en costos mediante la búsqueda vigorosa de reducción de costos a partir de la experiencia, control de gastos variables y fijos, fuerza en las ventas, publicidad y otras.

Diferenciación. Se trata de la diferencia del producto o servicio que se ofrece. Creando así algo que en la empresa se percibe como único. Llegando a convertirse en una estrategia útil para conseguir rendimientos superiores al promedio.

Enfoque o Concentración. Se centra en un grupo de compradores en un mercado geográfico, basándose en que la compañía podrá prestar una mejor atención a su segmento que

las empresas que compiten en mercados más extensos, logrando satisfacer las necesidades de su mercado, al hacerlo en un precio menor o al lograr ambas metas.

Crecimiento Empresarial

“El crecimiento empresarial viene impulsado desde la necesidad racional de búsqueda de beneficio, hasta el comportamiento de reconocimiento social que induce al empresario a emprender nuevas oportunidades de negocio que generen más beneficio” (Blázquez & Dorta, 2006, p.7).

Desde el punto de vista empresarial se proyecta hacia el interés de mantener el potencial empresarial mediante la búsqueda de nuevos mercados que dirijan a la empresa hacia nuevas formas de negocio que aseguren su rentabilidad y pervivencia. Según la investigación de Duran (1977) “Resulta interactivo acertar en la política de inversiones, de manera que la rentabilidad que genere permita el crecimiento sostenido de la empresa y de tal manera que la inversión proporcione resultados positivos y así traerán crecimiento” (p.53).

Mercado

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda. “Los vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambas, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado” (Thompson, 2005, p.31). En consecuencia, el mercado se mueve y evoluciona gracias a la dinámica constante entre lo que se ofrece y lo que se demanda.

Mercado Potencial

El mercado potencial se refiere al total de consumidores que podrían estar interesados en adquirir un producto o servicio en particular. Es una estimación de la demanda máxima que podría existir para un producto o servicio dentro de un área geográfica o un segmento de mercado específico.

Mercado Disponible

El mercado disponible se refiere a la porción del mercado total que está accesible y disponible para una empresa específica en un momento determinado. Es decir, es el segmento del mercado al que una empresa puede llegar y competir efectivamente, dadas sus capacidades, recursos y posicionamiento en el mercado.

Este concepto tiene en cuenta varios factores, como la presencia de competidores, la capacidad de producción y distribución de la empresa, la demanda del mercado y las preferencias de los consumidores. El mercado disponible puede variar según la región geográfica, el segmento de clientes, el ciclo económico y otros factores contextuales.

Mercado Efectivo

El mercado efectivo se refiere a la parte del mercado disponible que una empresa puede alcanzar y servir de manera efectiva. Es decir, representa la porción del mercado disponible que la empresa puede capturar y convertir en ventas reales, teniendo en cuenta sus capacidades operativas, recursos disponibles y estrategias de marketing y ventas.

El mercado efectivo es crucial porque no todas las empresas pueden llegar a toda la parte del mercado que está disponible. Factores como la capacidad de producción, la distribución, el alcance geográfico, la reputación de la marca y la competencia pueden influir en la capacidad de una empresa para servir a su mercado objetivo de manera efectiva.

Mercado Meta

El mercado meta es aquel segmento que la empresa decide captar, satisfacer o servir, dirigido hacia el su programa de marketing con la finalidad de obtener una determinada utilidad o beneficio. “Es importante dentro de las organizaciones ya que no siempre tiene la capacidad suficiente como para servir los diferentes segmentos de mercado por ello se tratan de seleccionar aquellos mercados meta a los que puedan servir mejor y con mayor provecho” (Thompson, 2005, p.33). Por esa razón, se trata de enfocar recursos y estrategias en los segmentos donde la empresa puede ser más competitiva y rentable.

Mercado Objetivo

Un mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido. Por lo general se define en términos de la edad, género y variables socioeconómicas. La estrategia de definir un mercado objetivo consiste en la selección de un grupo de clientes a los que va a dirigir el producto o servicio.

Hay tres pasos para establecer mercados objetivos:

- Segmentación de mercado
- Selección del mercado objetivo
- Posicionamiento del producto.

Proceso

“Es la secuencia (ordenada) de actividades (repetitivas) cuyo producto tiene valor intrínseco para su usuario o cliente. Estamos hablando de las actividades secuenciadas de una manera predeterminada; actividades repetitivas y conectadas de una manera sistematizada” (Pérez, 2017, p. 5). En esencia, se trata de un proceso bien definido y organizado que genera valor a través de la repetición y sistematización de sus componentes.

Elementos de un Proceso

Son los componentes fundamentales que estructuran y definen cómo se lleva a cabo una serie de actividades o tareas para alcanzar un objetivo específico.

Todo proceso tiene tres elementos

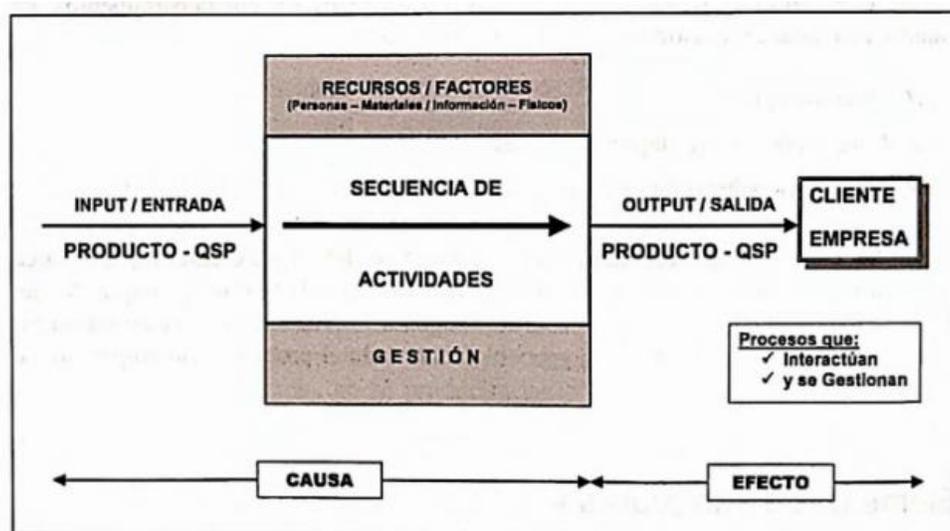
Input (Entrada Principal). Producto con unas características objetivas que responda al estándar o criterio de aceptación definido, proviene de un suministrador.

Secuencia de Actividades. Precisan medios y recursos con determinados requisitos para ejecutarlo, es el procedimiento que se realiza para la elaboración o ejecución de un bien o servicio.

Output (Salida). Producto con la calidad exigida por el estándar del proceso. Que va destinado al usuario o cliente.

Figura 1

Elementos del Proceso



Nota. El gráfico representa las fases de un proceso de producción, desde la entrada que sería la materia prima hasta el producto final.

Marketing Mix

El concepto del Marketing Mix se define como el conjunto integral de estrategias y acciones que una empresa implementará para alcanzar sus metas establecidas. “Este conjunto se basa en un análisis meticuloso del mercado y el contexto operativo de la empresa, y contempla la creación de sistemas de seguimiento y control rigurosos para asegurar la implementación efectiva del plan” (Mediano, 2015, p. 8). Por ese motivo, combinar un análisis exhaustivo con un control cuidadoso asegura el éxito de las estrategias empresariales.

Este documento se centra en la implementación efectiva de las estrategias delineadas al comienzo del plan de marketing. Según Opera Global Business (2017):

Su propósito es ofrecer una visión clara y detallada de los objetivos a alcanzar, proporcionando un análisis de la situación actual de la empresa. Se pone énfasis en la aplicación del Marketing Mix, una metodología que integra las variables fundamentales del marketing - producto, precio, distribución y promoción, comúnmente conocidas como las 4 P's del Marketing. (p.11)

Figura 2

Las 4 P's del Marketing Mix



Producto

El primer elemento esencial en el desarrollo de una estrategia comercial efectiva es el "Producto". Esta variable se centra en las necesidades no cubiertas en el mercado, y la empresa, con sus recursos y limitaciones, debe esforzarse por satisfacerlas. “Se entiende por producto aquel bien o servicio que se lanza al mercado con el objetivo de ser adquirido, proporcionando así satisfacción a las necesidades de los clientes potenciales” (Opera Global Business, 2017, p16). Por ende, un producto es aquello que una empresa ofrece para cubrir las demandas del mercado, buscando proporcionar valor y satisfacción a quienes lo adquieren.

Factores del Producto

Una vez identificados los niveles de los productos que se ofrecerán para satisfacer la demanda potencial, existen varios factores clave que ayudan a diferenciarse de la competencia.

Estos factores incluyen.

Marca. Representa la identidad del producto, que se distingue a través de un nombre o logotipo. La marca debe ser fácil de recordar y pronunciar, permitiendo su diferenciación inmediata de productos similares.

Envase. Consideraciones como tamaño, color, materiales utilizados, y costos indirectos son fundamentales. Es esencial que el producto sea fácil de transportar, almacenar y conservar, teniendo en cuenta normativas ambientales, como ser reciclable, retornable y económicamente accesible.

Producto Ampliado. Un producto se considera ampliado cuando ofrece beneficios adicionales como entrega a domicilio, financiamiento accesible, garantía y asistencia técnica, lo que lo hace distinto a la competencia.

Costos de la Producción

“Las empresas están obligadas a competir constantemente para poder permanecer en el mercado, deben gestionar los costos de producción en sus productos, generando estrategias que aporten a la correcta toma de decisiones” (Villalba, 2021, p. 6). Por lo tanto, la capacidad de competir y permanecer en el mercado depende en gran medida de cómo las empresas controlan sus costos y diseñan estrategias informadas y efectivas.

Los sistemas de costos siempre se enfocan en un objetivo básico, el cual es la determinación de costos del bien o servicio y establecer una utilidad generando un precio de venta al público, pero esto en la actualidad ya no genera una ventaja dentro del mercado, por lo que surgen cada vez más métodos que faciliten la información para la toma de decisiones mejorando la competitividad.

Precio

“El Precio es una variable crucial en la estrategia comercial de una empresa, representando la valoración monetaria que se asigna a un bien o servicio. Para definir este valor, las compañías recurren a diversas metodologías que les permiten establecer precios apropiados” (Bóveda et al., 2015, p. 10). En esencia, el precio es un componente clave que influye en la percepción del producto y en la competitividad de la empresa.

Criterios para la Fijación del Precio

Los criterios para la fijación de precios pueden incluir.

Precios en Función de los Costos. Esta estrategia implica añadir un porcentaje de utilidad esperada a los costos totales del producto o servicio. La cuantía de este porcentaje puede variar según las condiciones específicas del negocio y del mercado.

Precios Basados en la Demanda. Este enfoque se centra en las percepciones de los clientes potenciales hacia el producto. El precio se establece buscando un equilibrio entre la oferta y la demanda, minimizando el riesgo de errores en la fijación de precios.

Precios Basados en los Competidores. Consiste en analizar y considerar los precios establecidos por los competidores. Basándose en esta información, la empresa puede decidir fijar un precio similar, superior, o inferior al de sus competidores, dependiendo de la estrategia de mercado y posicionamiento deseado.

Promoción

La Promoción constituye los métodos y canales que una empresa utiliza para dar a conocer su producto a los clientes potenciales. Esta etapa incluye la difusión de información sobre las características del producto, su precio y los puntos de venta o atención al público. De acuerdo a Opera Global Business (2017):

Para asegurar una comunicación efectiva con el cliente, se consideran lo siguiente.

Identificación del Segmento del Mercado.- Es crucial tener una definición clara del segmento de mercado al que se desea llegar. Esto implica entender quiénes son los clientes potenciales y cómo el producto satisface sus necesidades específicas.

Mensaje y Respuesta Esperada.- Las empresas deben enfocarse en presentar su marca de manera que destaque sus beneficios, bondades, innovaciones y cualquier otro aspecto relevante. El objetivo es generar una respuesta deseada en el público objetivo.

Medios de Comunicación Masiva.- La selección de los medios apropiados para la difusión de la publicidad del producto es crucial. Estos pueden variar desde medios tradicionales hasta plataformas digitales, dependiendo del público objetivo y la estrategia de la empresa.

Retroalimentación.- En este proceso, la empresa debe evaluar constantemente el desempeño de sus estrategias de promoción. La retroalimentación permite identificar y corregir errores, mejorar procesos y realizar ajustes necesarios para optimizar la comunicación y la efectividad de la promoción. (p. 46)

Punto de Venta

La etapa de distribución en el Marketing Mix se centra en la entrega eficiente del producto al cliente final. Según la investigación de Martin (2016) “Define la logística como la función empresarial que asegura la entrega del producto adecuado, en el lugar correcto, en las condiciones óptimas de cantidad y calidad, en el momento preciso y con costos mínimos” (p.5). En este contexto, la logística vinculada a la producción se enfoca en la optimización del proceso de transformación de productos y en la implementación de los recursos necesarios para este fin.

Según Monterroso (2016) “Explica que la logística involucra la gestión del flujo de bienes y servicios desde la obtención de materias primas e insumos en su origen hasta la entrega del producto terminado al consumidor” (p.3). Esto significa que todos los componentes relacionados con la producción, incluyendo las tareas de apoyo necesarias para convertir insumos en productos finales, son parte del proceso logístico. La coordinación eficiente en logística es crucial para lograr eficiencia en el sistema de producción. No debe considerarse un elemento aislado, sino como parte de un proceso integral que agrega valor al cliente final, buscando siempre la maximización de los beneficios con el mínimo de costos.

Muebles con Resina

Según el proyecto de investigación de Sánchez (2023). “Las mesas de resina son uno de los muebles más deseados de la actualidad y se pueden ver dando vida a elegantes salas de estar, revistas de diseño de interiores y salas de exhibición de exclusivas tiendas de muebles” (p.14).

Por tal motivo, las mesas de resina son sinónimo de estilo y sofisticación, y están muy presentes en las tendencias actuales de decoración.

Resina

“Es la sustancia sólida o de consistencia pastosa, insoluble en el agua, soluble en el alcohol y en los aceites esenciales, y capaz de solidificar en contacto con el aire, obtenida naturalmente como producto que fluye de varias plantas” (Salinas, 2024, p.4). Por tal motivo, se considera que la resina es un material versátil y duradero, usado en diversos productos y aplicaciones.

Beneficios de la Resina

La resina se utiliza a menudo como un revestimiento protector en una variedad de superficies. Es un material versátil y durable utilizado en una amplia gama de aplicaciones, es resistente a la corrosión, ligero y fácil de moldear, lo que lo hace ideal para industrias como la construcción, automotriz y electrónica. Además, ofrece beneficios estéticos, bajo mantenimiento y puede ser eco-amigable.

Durabilidad de los Muebles de Resina

Los muebles fabricados con resina son conocidos por su durabilidad y resistencia a la humedad, corrosión y rayos UV. Son fáciles de limpiar y requieren poco mantenimiento. Además, la resina ofrece robustez estructural y versatilidad en el diseño, lo que permite crear muebles funcionales y estéticamente atractivos. “Los muebles de resina son una opción duradera y versátil para interiores y exteriores, que pueden soportar condiciones adversas y mantener su apariencia durante mucho tiempo con el cuidado adecuado” (Sánchez, 2023, p.13). Por ese motivo, la resina es un material que ofrece longevidad y adaptabilidad, haciendo que estos muebles sean ideales para diversos ambientes.

Decoración de las Mesas con Resina

La decoración de mesas con resina es una técnica creativa que implica verter resina transparente sobre superficies como mesas, mostradores o tableros de madera para crear efectos visuales impresionantes, esta técnica permite incrustar diversos objetos decorativos, como piedras, conchas marinas, flores secas, fotografías u otros elementos, dentro de la resina para personalizar la mesa según el gusto del creador, el proceso implica preparar la superficie, mezclar y verter la resina, colocar los objetos decorativos y permitir que la resina se cure, el resultado final es una mesa única y llamativa, ideal para decorar interiores de hogares, restaurantes u oficinas con un toque personalizado y artístico.

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Tipo de Investigación

El presente estudio se aplicó un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), donde la investigación cualitativa nos ayuda a entender la naturaleza de las motivaciones, percepciones, valores, creencias, emociones, actitudes, sentimientos, pensamientos, etc. De una persona o un grupo de personas hacia un servicio o producto.

La parte cuantitativa se basan en datos numéricos para presentar sus resultados y datos estadísticos descriptivos, para hacer predicciones específicas en porcentajes, usualmente se utilizan los estudios cuantitativos para explorar nuevos mercados de los cuales no se conoce nada.

En base a estos conceptos en el estudio cualitativa se detalla los datos no numéricos que proviene de los documentos de la estrategia de mercado, para la implementación del nuevo producto y su posicionamiento. Por otro lado, el estudio cuantitativo se enfoca en el análisis de datos numéricos obtenidos de la encuesta diseñada para entender la preferencia de los clientes sobre la fabricación de los muebles a base de resina, estos datos se procesan, se organizan en tablas y se representan gráficamente para su respectivo análisis.

Alcance de Investigación

Se empleó la investigación exploratoria, ya que se enfoca en casos donde no existen estudios previos sobre el tema o cuando hay incertidumbre que impide llegar a conclusiones definitivas sobre la relevancia de ciertos aspectos (Núñez et al., 2017). En este contexto la investigación busco proporcionar claridad sobre temas donde no hay certeza absoluta, mediante un sondeo preliminar para la recolección de información sobre la preferencia de los clientes en la elaboración de los muebles a base de resina.

Otro enfoque aplicado en este estudio es la investigación descriptiva. Su objetivo es describir las características de una población o fenómeno de estudio, y se considera de naturaleza observable, acorde con los aspectos que la población objetivo está desarrollando. (Núñez et al, 2017). El presente proyecto se llevó a cabo utilizando un enfoque descriptivo, ya que se centró en identificar rasgos específicos del mercado en Quito. Se basó en la información recopilada y en las estrategias de marketing para introducir y posicionar los muebles de resina en dicho mercado.

Fuente de Investigación

El estudio tuvo una fuente de investigación secundaria ya que enriqueció la investigación mediante el conocimiento existente por medio del internet, biblioteca institucional, ensayos, etc. Estas fuentes proporcionan una base sólida de información, permitiendo contextualizar el tema de estudio dentro del conocimiento académico actual. Además, facilitó la comprensión de las metodologías utilizadas en investigaciones similares, contribuyendo así al desarrollo de un marco teórico y a la generación de nuevas ideas para la investigación.

Método de Investigación

En este estudio, se seleccionó la investigación de campo como el método principal. Ya que se llevó a cabo la recolección de datos en la ciudad de Quito. Este método nos permitió tener directamente las opiniones y preferencias de un grupo específico de personas que representan el segmento de clientes al cual se dirigen las estrategias de marketing para la introducción de los muebles fabricados con resina.

Variables y Definición Operacional

La variable es todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación, es también un concepto clasificatorio, pues asume valores diferentes los que pueden ser

cuantitativos o cualitativos, Y también pueden ser definidas conceptual y operacionalmente (Flores, 2007).

Tabla 1

Variables y Definición Operacional

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Elaboración de muebles a base de resina	Técnicas de Fabricación,	Tipo de resina utilizada.	Observación directa.	Fichas de observación.
	Sostenibilidad. Aceptación del Mercado	Procesos de fabricación. Nivel de sostenibilidad. Preferencias del consumidor	Análisis documental	Encuestas
Estrategia competitiva y crecimiento	Innovación, Posicionamiento en el Mercado.	Nivel de innovación, Participación de mercado	Análisis de mercado, Estudios de caso	Análisis FODA, Encuestas

Nota. Análisis de las variables operacionales.

Población y Muestra

La selección de una muestra adecuada es crucial en cualquier investigación, ya que esta debe ser un subconjunto representativo de la población general, existen diferentes métodos de muestreo, y la elección depende de la necesidad de representatividad y la calidad requerida para el estudio. Entre los tipos de muestreo se encuentran el aleatorio, donde cada miembro de la población tiene la misma oportunidad de ser incluido en la muestra, garantizando así una selección imparcial y equitativa. En el muestreo estratificado, la población se divide en subgrupos o estratos basados en características específicas relevantes para la investigación, y se selecciona una muestra proporcional de cada estrato para asegurar una representación equitativa

de todas las variables significativas. Por otro lado, el muestreo sistemático implica el establecimiento de un patrón o criterio específico para la selección, como por ejemplo, entrevistar a una familia por cada diez identificadas, lo que permite un método de selección más controlado y ordenado.

En el contexto del estudio actual, la población objetivo está compuesta por los habitantes de la ciudad de Quito. Para determinar el tamaño adecuado de la muestra, se recurrió a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Según el Censo del año 2023, Quito tiene una población total de 2'889.703 habitantes. Para el cálculo del tamaño de la muestra, se suele emplear una fórmula específica que toma en cuenta estos datos demográficos. Esta metodología permite obtener un tamaño de muestra que refleje adecuadamente la población de estudio, garantizando la representatividad y la validez de los resultados del estudio.

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

Dónde.

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

p = Proporción de éxito que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

q= Proporción de fracaso que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor de 7,85%

El resultado es el siguiente:

$$n = \frac{2'889\,703 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,0785^2 * (2'889\,703 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2'889\,703 * 3,8416 * 0,25}{0,00616225 * 2'889\,702 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{2'889\,703 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,0785^2 * (2'889\,703 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 156 \text{ encuestados}$$

Técnicas de Recolección de Datos

De acuerdo con (López & Fachelli 2016), la encuesta consiste en preguntar a los sujetos de estudio para obtener medidas sistemáticas basadas en los conceptos de investigación previamente construidos. La información se recopila a través de un cuestionario, que consiste en hacer y registrar preguntas de manera formal y medible, de forma anónima a una población o muestra. Debido a la facilidad de la tecnología, se decidió utilizar plataformas digitales para aplicar la encuesta, lo cual brindará la opinión la población con respecto al producto que se quiere promocionar.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetiva y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así mismo la encuesta permite obtener datos de manera más sistemática que otros procedimientos de observación, hace posible el registro detallado de los datos, al estudiar una población a través de muestras representativas (Grasso.L, 2006). Se empleó una encuesta basada en preguntas y respuestas cerradas, aplicadas a 156 personas de la Ciudad de Quito que fue resultado del cálculo

de la muestra a base del tema de estudio para conocer sus preferencias al momento de adquirir un mueble para el hogar.

La observación representa una de las maneras más sistematizadas y lógicas para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer, consiste en utilizar los sentidos ya sea para describir, analizar, o explicar desde una perspectiva científica, valida y confiable algún hecho, objeto o fenómeno. (Matos, Y., & Pasek, E. 2008) En este contexto, se analizó el mercado de Quito, la fabricación y comercialización de muebles, para llegar a implementar estrategias de mercado aplicadas a la microempresa Mashwel.

Análisis de Datos

El análisis de datos es transformar un conjunto de datos en información significativa y útil. Esto implica identificar patrones de tendencia dentro de los datos para comprender mejor un problema, tomar decisiones informadas o generar nuevas ideas de mejora. El análisis de datos busca extraer un enfoque que pueden ser aplicados en la toma de decisiones, resolución de problemas, aplicación de técnicas e instrumentos, la optimización de procesos o el desarrollo de estrategias efectivas para la investigación

Proceso para el Análisis de Datos

Luego de conseguir los datos necesarios a través de la encuesta, se procedió a elaborar las tabulaciones, gráficas y análisis de cada interrogante, empleando el programa Excel.

Los procesos realizados fueron:

Organización de Datos. Se recolectó todas las respuestas de la encuesta y se organizó en una base de datos o una hoja de cálculo.

Tabulación de Datos. Se contó el número de veces que se seleccionó cada respuesta para cada pregunta de la encuesta con la ayuda del Excel.

Creación de Tablas. Utilizamos los resultados de la tabulación para crear tablas que muestren la frecuencia de la respuesta para cada pregunta.

Elaboración de Gráficas. Se utilizó los datos tabulados para crear gráficos visuales que representen las frecuencias de respuesta.

Análisis de Resultados. Se interpretó las tabulaciones y gráficas para extraer conclusiones y entender los patrones o tendencias en la respuesta de la encuesta.

Para la presentación del desarrollo del proyecto es importante emplear técnicas y herramientas que proporcionen una comprensión detallada del producto en estudio. Este análisis es indispensable para evaluar la viabilidad y efectividad de los muebles a base de resina. En el siguiente espacio se, se analiza los resultados obtenidos, utilizando las técnicas y herramientas que permitan conocer de manera detallada las preferencias de los clientes.

Análisis de Resultados

Análisis de la Encuesta

Tabla 2

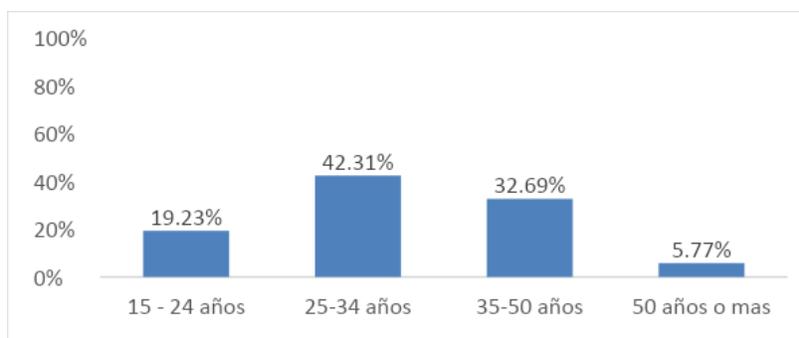
Edad

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
15 - 24 años	30	19,23%
25-34 años	66	42,31%
35-50 años	51	32,69%
50 años o mas	9	5,77%
Total	156	100%

Nota. Datos relacionados al número de porcentaje en cuanto a la edad de los encuestados.

Figura 3

Edad



Nota. La figura muestra el porcentaje en cuanto a la edad de los encuestados.

Análisis e Interpretación.- De la totalidad de los encuestados, los grupos de edad de 25-34 años y 35-50 años son los más representativos con un 42,31% y un 32,69% respectivamente. Lo cual sugiere que el producto podría estar orientado hacia un mercado maduro y estable lo cual podría influir en aspectos como el diseño, la comercialización y la estrategia de precios.

Tabla 3

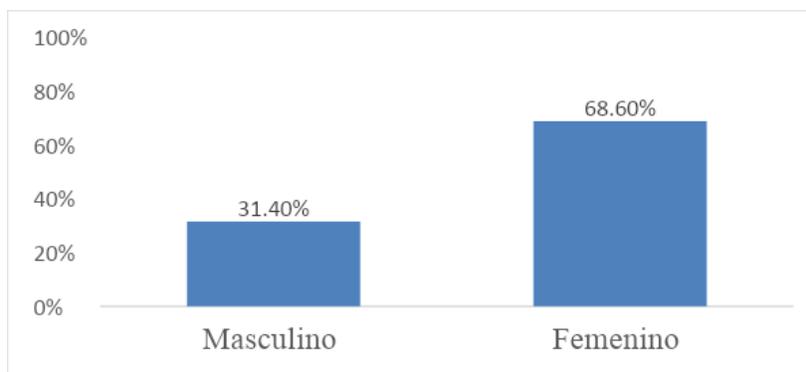
Género

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Masculino	107	31,40%
Femenino	49	68,60%
Total	156	100%

Nota. Análisis que presenta el número en porcentaje del género de los encuestados.

Figura 4

Género



Nota. La figura muestra el porcentaje en cuanto al género de los encuestados.

Análisis e Interpretación.- En base a los resultados arrojados por medio de la encuesta sugiere que el género femenino es predominante con un 68,60% respectivamente. Esto indica que los muebles elaborados a base de resina tienen una audiencia claramente enfocada a las mujeres, esto facilita la toma de decisiones en cuanto al diseño del mueble, empaque, la publicidad y el diseño del marketing.

Pregunta 1. ¿En caso de no conocer los productos elaborados con resina, estaría interesado/a en adquirir el diseño de mueble que se visualiza en la foto?

Tabla 4

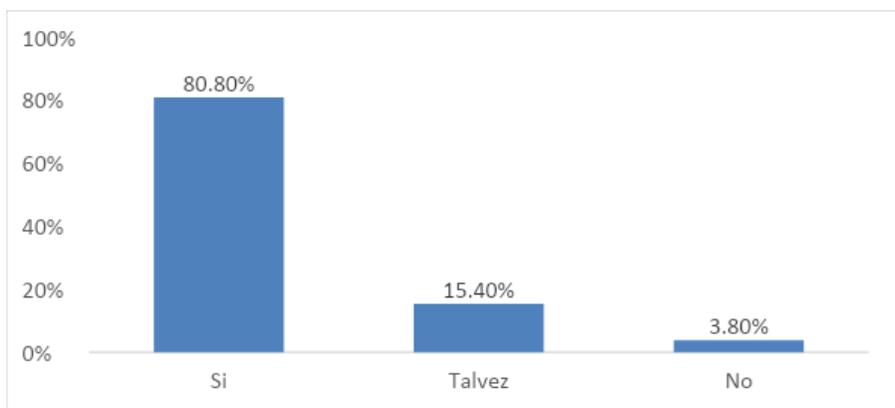
Interés en el Diseño del Mueble de Resina

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Si	126	80,80%
Talvez	24	15,40%
No	6	3,80%
Total	156	100%

Nota. Análisis que representa el interés en adquirir los muebles a base de resina.

Figura 5

Interés en el diseño del mueble de resina



Nota. La figura muestra el porcentaje de interés en el diseño de los muebles de resina.

Análisis e Interpretación.- Del total de los encuestados el 80,80% expresaron un interés definitivo en adquirir el diseño del mueble de resina, este dato es alentador ya que representa una alta aceptación inicial del producto entre los encuestados, por el cual hay oportunidades de persuadir a estos segmentos en el mercado mediante estrategias de marketing, como exposiciones de productos, campañas publicitarias, etc.

Pregunta 2. En la escala del 1 al 4, qué tan atractivo considera usted el modelo de mesa que se presentó en la pregunta anterior. Considerando que 1 es Poco atractivo y 4 es muy atractivo.

Tabla 5

Nivel de Atracción del Diseño del Mueble de Resina

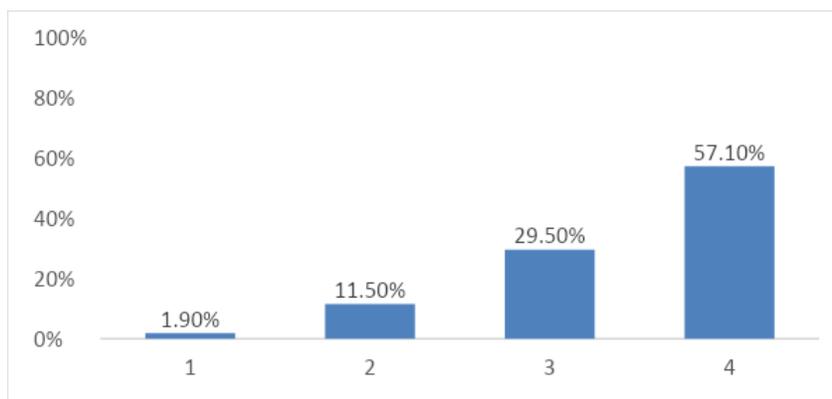
Alternativa	Numero de	
	respuesta	Porcentaje
1	3	1,90%
2	18	11,50%
3	46	29,50%
4	89	57,10%

Total	156	100%
--------------	------------	-------------

Nota. Análisis que representa el nivel de atracción sobre el modelo de mueble de resina.

Figura 6

Nivel de atracción del modelo de mueble de resina.



Nota. La figura refleja el grado de atracción que tiene el modelo de mueble de resina.

Análisis e Interpretación.- El 57,10% de los encuestados calificaron el modelo de mesa con el puntaje más alto en la escala de 4 (Muy atractivo) y un 29,50% respondió con un puntaje de 3 (Atractivo) mientras que solo un 11.50% respondió con un puntaje de 2 (Poco atractivo) y solamente 1.90% respondió 1(Nada atractivo). Por lo que se afirma que la mayoría de personas ha recibido el diseño de mueble de resina como altamente atractivo para su adquisición, por lo que se tiene la idea en que hay un mercado sólido para este tipo de muebles.

Pregunta 3. La resina es conocida por su resistencia y durabilidad, es capaz de resistir impactos, desgaste y corrosión, lo que le hace ideal para que los productos tengan una larga vida útil. ¿A usted le gustaría que este material se aplique en la fabricación de mesas y muebles?

Tabla 6

Grado de preferencia en la aplicación de resina en los muebles

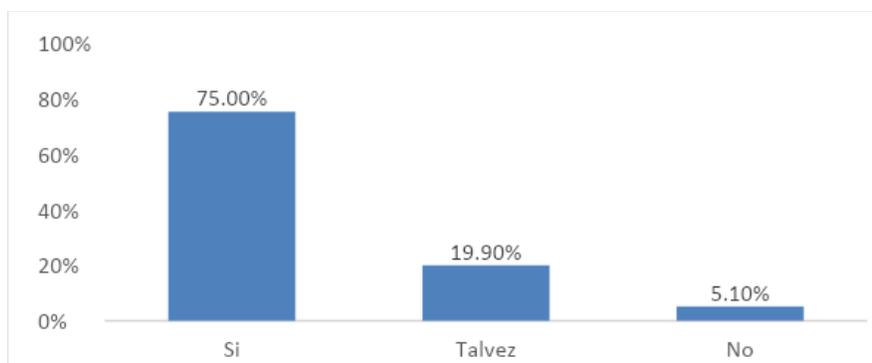
Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Si	117	75,00%
Talvez	31	19,90%

No	8	5,10%
Total	156	100%

Nota. Análisis que expone el porcentaje de preferencia en la aplicación del material de resina.

Figura 7

Nivel de preferencia en la aplicación de la resina para la fabricación de muebles



Nota. La figura muestra el nivel de atracción en la aplicación de resina para la fabricación de muebles.

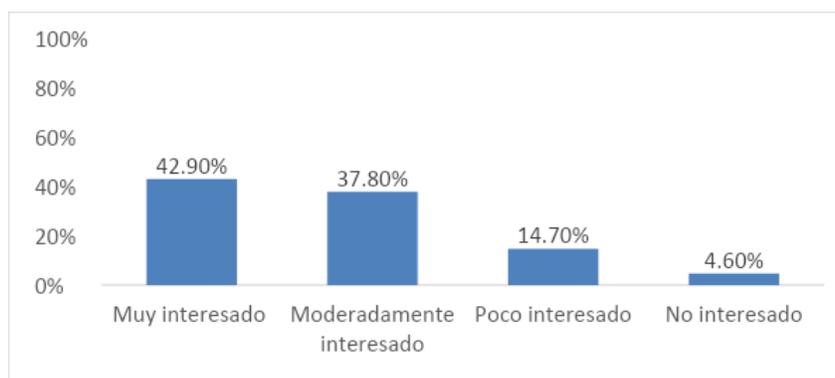
Análisis e Interpretación.- Del total de los encuestados el 75% expresaron un interés definitivo en que se aplique resina en la fabricación de mesas y muebles, esta alta proporción indica un fuerte interés por parte de la mayoría de los encuestados en utilizar este material en la producción de muebles, mientras que un 19,90% respondieron que “talvez” y un 5,10% respondieron “no”. Esto indica que puede haber maneras para convencer a estos segmentos de mercado mediante la información de los beneficios y ventajas de los muebles de resina.

Pregunta 4. ¿Cuánto interés tiene usted en adquirir nuevos muebles para el hogar en este año?

Tabla 7*Interés en la compra de muebles*

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Muy interesado	67	42,90%
Moderadamente interesado	59	37,80%
Poco interesado	23	14,70%
No interesado	7	4,60%
Total	156	100%

Nota. Análisis que expone el grado de interés en la compra de muebles en este año.

Figura 8*Porcentajes de interés en la compra de muebles*

Nota. La figura expone rango de interés en la compra de muebles para este año.

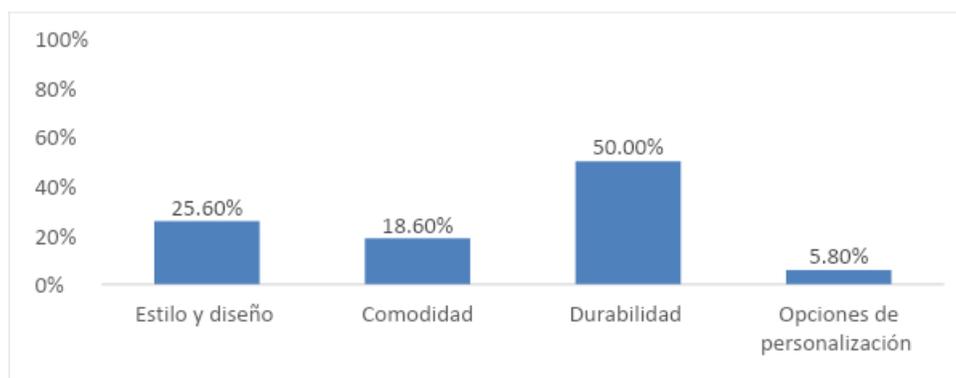
Análisis e Interpretación.- La mayoría de los encuestados con un 42,90% respondieron que están muy interesados en comprar nuevos muebles para el hogar en este año. Y un 37,80% respondieron que están moderadamente interesados en adquirirlos. Por lo que se tiene una demanda significativa al invertir en muebles nuevos, lo que crea un ambiente favorable para la introducción de un nuevo producto de muebles a base de resina.

Pregunta 5. ¿Qué características son esenciales para usted al elegir un nuevo mueble?

Tabla 8*Características del mueble*

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Estilo y diseño	40	25,60%
Comodidad	29	18,60%
Durabilidad	78	50,00%
Opciones de personalización	9	5,80%
Total	156	100%

Nota. Análisis que expone las diversas características en los muebles.

Figura 9*Características del mueble*

Nota. La figura expone las características más llamativas en la fabricación de muebles.

Análisis e Interpretación.- La característica más importante para la mayoría de los encuestados es la durabilidad, con el 50% de las respuestas. Esto es muy beneficioso para la ejecución de un nuevo producto de muebles de resina, ya que la resina es conocida por su resistencia y durabilidad, lo que se alinea directamente con la principal preocupación de los consumidores al elegir muebles, además el estilo y diseño también fue considerado importantes por el 25,60% de los encuestados. Por lo cual sugiere que, además de ser duraderos, los muebles de resina pueden ofrecer una gran variedad de estilos y diseños, lo que hace atractivo al mercado.

Pregunta 6. ¿Cuál es el rango de precio preferido para la compra de un nuevo mueble?

Tabla 9

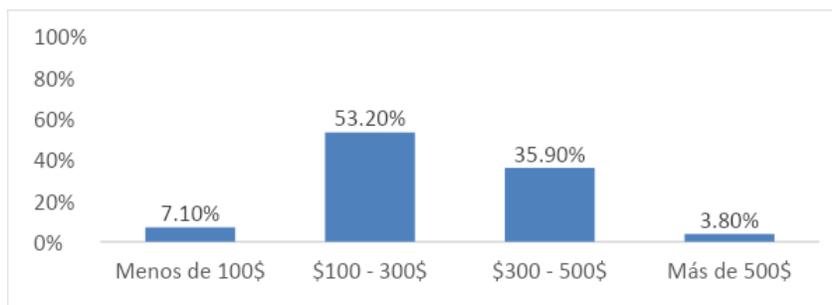
Rango de precios

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
menos de 100\$	11	7,10%
\$100 - 300\$	83	53,20%
\$300 - 500\$	56	35,90%
más de 500\$	6	3,80%
Total	156	100%

Nota. Análisis de los precios preferidos por los encuestados.

Figura 10

Rango de precios



Nota. La figura expone el rango de precios preferidos por los encuestados.

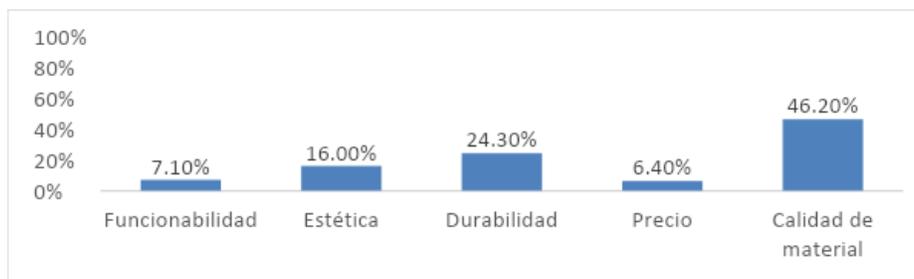
Análisis e Interpretación.- De la totalidad de las personas encuestadas, el 53,50% indicaron que su precio de rango preferido para la compra de un nuevo mueble se encuentra entre \$100 - \$300. Por lo que sugiere que los precios sean accesibles, lo que beneficia al momento de detallar los materiales necesarios para la fabricación mueble de resina y este de acuerdo con el rango de precios, Por otro lado, una parte considerable de encuestados están dispuestos a pagar entre \$300 y \$500 (35,90%). Esto indica que también existe una parte del mercado que beneficia a la fabricación de muebles de resina de mayor calidad y características adicionales.

Pregunta 7. ¿Qué le motiva a comprar un nuevo mueble?

Tabla 10*Características que impulsa a comprar muebles*

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Funcionabilidad	11	7,10%
Estética	25	16,00%
Durabilidad	38	24,30%
Precio	10	6,40%
Calidad de material	72	46,20%
Total	156	100%

Nota. Análisis de las características preferidas en la compra de muebles.

Figura 11*Características que impulsa a la compra de muebles*

Nota. La figura expone el porcentaje de preferencia en las características de muebles.

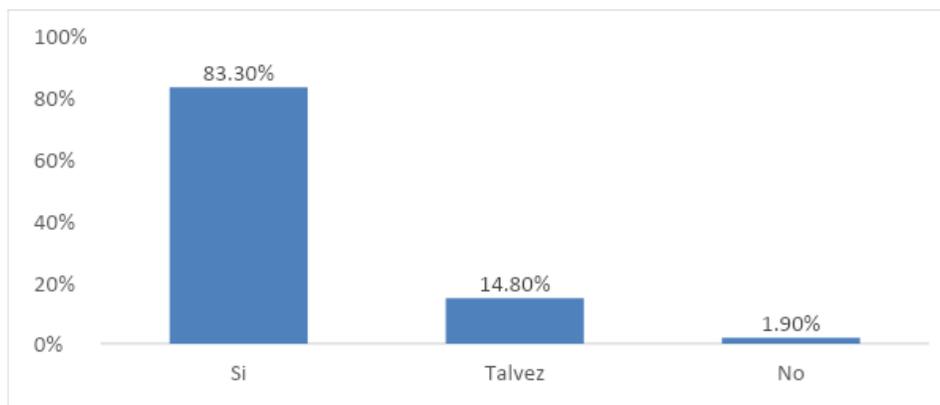
Análisis e Interpretación.- La característica más motivadora para la mayoría de los encuestados es la calidad del material, con el 46.20% de las respuestas. Esto es muy beneficioso para la ejecución del producto de muebles de resina, ya que la resina es conocida por su durabilidad y resistencia, lo que se alinea directamente con la principal motivación de los consumidores al comprar muebles.

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a probar nuevos estilos de muebles en el mercado?

Tabla 11*Nuevos estilos de mueble en el mercado*

Alternativa	Numero de respuesta	Porcentaje
Si	130	83,30%
Talvez	23	14,80%
No	3	1,90%
Total	156	100%

Nota. Análisis de la aceptabilidad de nuevos estilos de muebles.

Figura 12*Aceptabilidad de crear nuevos estilos de muebles*

Nota. La figura expone el porcentaje de aceptabilidad que se tiene al crear nuevos estilos de muebles.

Análisis e Interpretación.- Del total de los encuestados el 83,30% expresaron una clara disposición de probar nuevos estilos de muebles en el mercado. Mientras que una proporción significativa (14.80%) que respondió "Tal vez". Lo cual indica un fuerte interés y una apertura hacia la innovación de los muebles a base de resina ya que sus características atractivas como la durabilidad, resistencia y versatilidad, pueden atraer a los consumidores que buscan algo nuevo y diferente al mercado común de muebles.

Análisis de la Entrevista

Entrevista al Empresario

Tabla 12

Resultados de la entrevista al Empresario

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuáles son sus expectativas al considerar la implementación de un nuevo producto en su línea de muebles?	Mis expectativas es que nos permitan satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes, manteniendo altos estándares de calidad y generando un impacto positivo en nuestros resultados financieros.
2. ¿Qué factor considera que sea importante para que el producto sea exitoso en el mercado de muebles?	La clave del éxito en el mercado de muebles radica en ofrecer diseños atractivos, calidad duradera y precios competitivos.
3. ¿Cómo cree que este nuevo producto podría diferenciarse y destacarse entre la competencia existente?	Para diferenciarse y destacarse entre la competencia, el nuevo producto debe ofrecer un diseño innovador, funcionalidades únicas y una excelente relación calidad-precio.
4. ¿Usted considera que la nueva idea de los muebles elaborados con resina funcione como estrategia de crecimiento para su negocio?	Si considero que funcione la elaboración de muebles con resina ya que puede ser una estrategia de crecimiento viable para mi negocio, ya que ofrece oportunidades para la innovación en diseño, durabilidad.

	Es fundamental en la era moderna para las empresas, ya que es una herramienta poderosa para aumentar la visibilidad.
5. ¿Qué piensa sobre aplicar marketing digital dentro de las empresas?	Sí, invertir en estrategias de marketing para comunicar los beneficios de los muebles de resina a los clientes es fundamental para destacarse en el mercado y aumentar las ventas.
6. ¿Cree usted que la empresa tiene que realizar inversiones en estrategias de marketing para informar sobre los beneficios que posee los muebles de resina a sus clientes?	

Nota. Análisis de la entrevista al dueño de muebles Mashwel.

Entrevista a Fabricantes de Muebles

Tabla 13

Resultado de la entrevista a la empresa Mundo del mueble

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado de muebles?	Llevamos 7 años desde la inauguración de la fábrica.
2. ¿Cuáles son las estrategias clave que han contribuido al éxito y posicionamiento de su empresa en el mercado?	La estrategia es que nos hemos centrado en priorizar la calidad de nuestros productos, utilizando materiales duraderos y técnicas de fabricación de alta calidad. Además, hemos enfocamos en comprender las necesidades y

3. ¿Qué estrategias de marketing y promoción ha implementado en su empresa?	preferencias de nuestros clientes, ofreciendo diseños innovadores y personalizados. Hemos implementado diversas estrategias de marketing y promoción como la presencia activa en redes sociales, ya que por ese canal la venta de los productos es muy solicitada. También la publicidad online, participaciones en ferias y ofrecemos descuentos especiales por tiempo limitado.
4. ¿Qué canales de comunicación considera más efectivo para llegar a su público?	El canal que considero más efectivo es la plataforma de Facebook ya que es muy fácil de manejar y poder convencer al cliente de manera rápida por medio de imágenes o videos.
5. ¿Qué desafíos u obstáculos ha enfrentado su empresa en su camino hacia el éxito y como los ha superado?	En el transcurso del tiempo hemos enfrentado varios desafíos entre ellos la competencia, los cambios en las preferencias de los clientes, los costos de la materia prima entre otros, pero lo superamos mediante una combinación de innovación, adaptabilidad y la toma rápida de decisiones.
6. ¿Qué opina usted sobre el material de resina?	La resina es un material muy bueno y versátil que puede ofrecer una serie de ventajas, mi opinión sobre este material es muy positiva ya que su uso es muy práctico y tiene un aspecto muy llamativo.
7. ¿Qué opina sobre la idea de implementar muebles fabricados a base de resina en el mercado actual?	Personalmente, considero que la idea de implementar muebles fabricados a base de resina es muy prometedora y emocionante ya que pueden

8. ¿Han considerado alguna vez la posibilidad de incorporar muebles de resina en su línea de productos? ¿Porque si o por qué no?	ofrecer una alternativa atractiva y moderna a los materiales tradicionales como la madera o el metal. Sí, hemos considerado la idea de incorporar muebles de resina en nuestra línea de productos ya que como dije anteriormente es un material muy atractivo y con muchas ventajas, sin embargo, no hemos puesto prioridad a la idea por miedo a un fracaso en las ventas.
--	--

Nota. Análisis de la entrevista al jefe de ventas de la empresa mundo del mueble.

Aplicación de las Técnicas de Recolección de Datos

Basándome en los datos de la encuesta, se puede identificar una clara tendencia de mercado entre mujeres jóvenes de entre 24 a 34 años que muestran un gran interés en adquirir muebles de resina. La característica más valorada por este segmento de consumidores en los muebles de resina es su durabilidad. Además, están dispuestas a invertir entre \$100 y \$300 en un mueble de este tipo, lo que sugiere que buscan una buena relación calidad-precio.

La motivación principal detrás de la compra de muebles de resina para este grupo de consumidores es la calidad del material. Esto indica que están buscando productos que no solo sean duraderos, sino también que estén fabricados con materiales de alta calidad que satisfagan sus estándares.

La tendencia de mercado sugiere que hay una demanda creciente y específica por muebles de resina entre mujeres jóvenes, especialmente aquellas que valoran la durabilidad y la calidad del material en sus compras. Por tal motivo podemos si ofrecemos productos que cumplan con estas expectativas tendrán una ventaja competitiva en este segmento de mercado. Lo cual nos dirige a desarrollar estrategias de marketing y productos dirigidos específicamente a este segmento de consumidores.

En las entrevistas que se aplicaron se obtuvieron respuesta alentadoras y positivas hacia esta propuesta innovadora, con comentarios que destacan el potencial de la resina para ofrecer los diseños modernos y duraderos, además hemos identificado una creciente demanda por parte de los clientes en busca de muebles sostenibles. Estos hallazgos nos brindan una mayor confianza en la viabilidad en el producto.

Estrategias de Lanzamiento

Con esta información en mente, se pueden desarrollar varias estrategias para el lanzamiento exitoso de muebles de resina al mercado:

Enfatizar la Durabilidad y Calidad del Material. Destaca las características de durabilidad y calidad del material de los muebles de resina en todas las comunicaciones de marketing. Utilizamos materiales visuales como imágenes que muestren la resistencia de los muebles y cómo pueden soportar el uso diario.

Segmentación del Mercado. Dirigir los esfuerzos de marketing específicamente a mujeres jóvenes de 24 a 34 años, ya que constituyen la mayor parte de tu mercado objetivo. Personaliza tus mensajes y campañas para abordar sus necesidades, preocupaciones y preferencias.

Marketing Digital. Utilizamos estrategias de marketing digital para llegar al público objetivo de manera efectiva. Esto incluye la publicidad en redes sociales, utilizamos mensajes y creatividades que resalten los aspectos de durabilidad y calidad del material.

Propuesta

Marketing Mix

En un mundo empresarial cada vez más competitivo, la capacidad de entender y aplicar estrategias efectivas de marketing es fundamental para el éxito de una organización. En este contexto necesitamos paliar el marketing mix en la empresa de muebles Maxwell enfocado a la producción de los muebles de resina, con el propósito de maximizar la eficacia de sus productos comerciales y así fortalecer su posición en el mercado. A través de una enfoque estratégico y orientado a resultados

Producto

Fabricada con los más altos estándares de calidad, nuestra mesa de resina ofrece una solución versátil y elegante para cualquier espacio. Ya sea como centro de atención en tu sala o como un elemento distintivo en tu comedor, esta mesa añadirá un toque de estilo y sofisticación a tu hogar. Su superficie resistente a los arañazos y a las manchas la hace perfecta para el uso diario, mientras que su estructura sólida garantiza años de disfrute sin preocupaciones. Además, su proceso de fabricación respetuoso con el medio ambiente garantiza que puedas disfrutar de tu mueble con tranquilidad. Comenzando desde la selección cuidadosa de la resina de la más alta calidad y otros materiales decorativos como madera o metal. Luego, nuestros artesanos trabajan con precisión para verter, moldear y dar forma a la resina, asegurándose de que cada detalle sea perfecto. Finalmente, cada pieza se somete a rigurosas pruebas de calidad antes de ser entregada a nuestros clientes.

Innovación y Diseño de la Mesa de Resina. Estas mesas están diseñadas para elevar cualquier espacio interior con su belleza única y su versatilidad incomparable. Aunque las mesas de resina tienen una apariencia delicada, son sorprendentemente resistentes y duraderos. La

resina de alta calidad utilizada en su fabricación es resistente a los arañazos, a las manchas y al desgaste diario, lo que garantiza que tus muebles mantengan su belleza y funcionalidad durante años.

Estética Moderna y Elegante. Las mesas de resina ofrecen una estética contemporánea y elegante que añade un toque de sofisticación a cualquier ambiente.

Versatilidad de Diseño. La resina es un material muy maleable que puede ser moldeado en una amplia variedad de formas y estilos. Esto permite a los diseñadores crear muebles con diseños únicos y creativos, adaptados a las necesidades y gustos individuales de los clientes.

Durabilidad y Resistencia. Estos productos son conocidos por su durabilidad y resistencia. La resina de alta calidad utilizada en su fabricación es resistente a los arañazos, a las manchas y al desgaste diario, lo que los hace ideales para el uso cotidiano en hogares y espacios comerciales.

Fácil Mantenimiento. Son fáciles de limpiar y mantener, solo requieren un paño húmedo para eliminar el polvo y la suciedad, lo que los convierte en una opción práctica y conveniente para aquellos que buscan un mobiliario de bajo mantenimiento.

Variedad de Opciones de Color y Acabado. La resina puede ser pigmentada en una amplia gama de colores y acabados, lo que brinda a los consumidores una gran variedad de opciones para personalizar su mobiliario según sus preferencias de diseño y estilo.

Peso Ligero. A pesar de su robustez, los muebles de resina suelen ser más ligeros que los muebles de materiales tradicionales como la madera o el metal, lo que facilita su movimiento y reubicación dentro de un espacio.

Precio

El análisis exhaustivo de los costos de producción enfocado en las mesas a base de resina es esencial para el éxito y la sostenibilidad de la empresa. Comprender los costos asociados con la fabricación nos permitirá establecer precios competitivos en el mercado, gestionar eficientemente los recursos financieros y materiales y poder garantizar un margen de ganancias convenientes. Además, este análisis nos ayudará a identificar áreas de oportunidad de mejora. La eficiencia operativa y optimizar procesos de producción. Al tener una comprensión clara de los costos involucrados, podremos tomar mejores decisiones que impulsen el crecimiento y rentabilidad del negocio.

Tabla 14

Costos de Producción para la Mesa de Resina

Costo de producción	
Gastos	
Materiales	\$ 46,58
Tablas de Madera	\$ 13,00
Resina Poliéster	\$ 5,75
Catalizador de Resina	\$ 10,00
Papel lija de diferentes Granos	\$ 2,00
Guantes y Gafas de Protección	\$ 3,53
Tornillos	\$ 0,80
Sellador de Madera	\$ 8,00
Cinta adhesiva	\$ 1,20
Brochas	\$ 2,30

Maquinaria		\$ 0,92
Cierra circular o de Mesa	\$ 0,33	
Lijadora Eléctrica	\$ 0,27	
Utensilios de medición	\$ 0,32	
Cif		\$ 1,00
Agua	\$ 0,30	
Luz	\$ 0,70	
Mano De Obra		\$ 20,25
Maestro	\$ 10,75	
Ayudante	\$ 9,50	
Total, Gastos		\$ 68,75

Nota. Análisis de los costos de producción enfocado a la fabricación de la mesa de resina.

Precio de Venta al Público. Teniendo en cuenta los costos de producción que se detallaron la tabla, se procede a realizar la determinación cuidadosa del precio de venta al público, permitiendo establecer precios que sean competitivos en el mercado utilizando un margen de ganancias de 30% ya que no se puede fijar precios demasiado bajos porque puede afectar negativamente la rentabilidad del negocio. Por otro lado, fijar precios demasiado altos puede ahuyentar a los clientes y limitar sus ventas. Teniendo en cuenta que es un nuevo producto el margen de beneficio no debe ser muy alto hasta tener un mejor conocimiento y aceptación en el mercado. Llegando a mantener un equilibrio entre la competitividad, rentabilidad y satisfacción del cliente.

Tabla 15*Precio de Venta al Público*

Precio de venta al público	
Costo de Producción	\$ 68,75
Margen de Beneficio	30%
Pvp	\$ 98,21

Nota. Análisis del Precio de Venta al Público.

Plaza

La plaza en el contexto de una empresa de muebles se refiere a cómo y dónde se distribuyen los productos para que estén disponibles para los clientes. En el sector de muebles, la estrategia de distribución es fundamental para garantizar que los productos estén disponibles en los lugares adecuados y en el momento oportuno para satisfacer las necesidades de los clientes. Aquí se detalla cómo aplicaría la plaza del marketing mix en la empresa Mashwell:

Venta en Línea. Creación de un sitio web de comercio electrónico fácil de usar, donde los clientes puedan explorar el catálogo de muebles, ver imágenes detalladas y obtener información sobre materiales y dimensiones. Implementación de un sistema de compra seguro y transparente, con opciones de entrega flexibles y seguimiento de pedidos en tiempo real.

Alianzas con Tiendas Minoristas. Se establecerá alianzas estratégicas con tiendas minoristas de muebles en diferentes regiones para ampliar la presencia en el mercado. Se va a trabajar en estrecha colaboración con estos socios para garantizar la exhibición adecuada de los productos y una experiencia de compra satisfecha.

Servicio de Entrega y Montaje. Implementaré un servicio de entrega y montaje para garantizar que los muebles lleguen a los clientes en perfectas condiciones y se instalen

correctamente en sus hogares. Incentivando al equipo de entrega y montaje para brindar un servicio amable, puntual y eficiente que supere las expectativas de los clientes.

Promoción

En un mercado competitivo, es fundamental que los consumidores conozcan la marca del producto y se destaque de la competencia, por ello, implementamos estrategias de publicidad y promoción dirigidos a la mesa de resina con el fin de aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes, destacando sus características únicas, los descuentos especiales y promociones que puedan captar al cliente.

Por tal motivo presentamos dos flyers publicitarios enfocados en la presentación del producto y la promoción de ofertas especiales.

Figura 13

Flyer Publicitario de los Muebles de Resina

¡DESCUBRE LA ELEGANCIA DE NUESTROS MUEBLES!

MUEBLES MASHWELL

Muebles de resina
desde \$98

- ▶ Durabilidad excepcional
- ▶ Resistencia a cualquier tipo de ambiente
- ▶ Facil mantenimiento
- ▶ Variedad de estilos y diseños
- ▶ Ligereza y portabilidad

Reserva con nosotros

Av. 6 de Diciembre 8411

(02) 2418 545
0987930548

Figura 14

Flyer Promocional de los muebles de resina



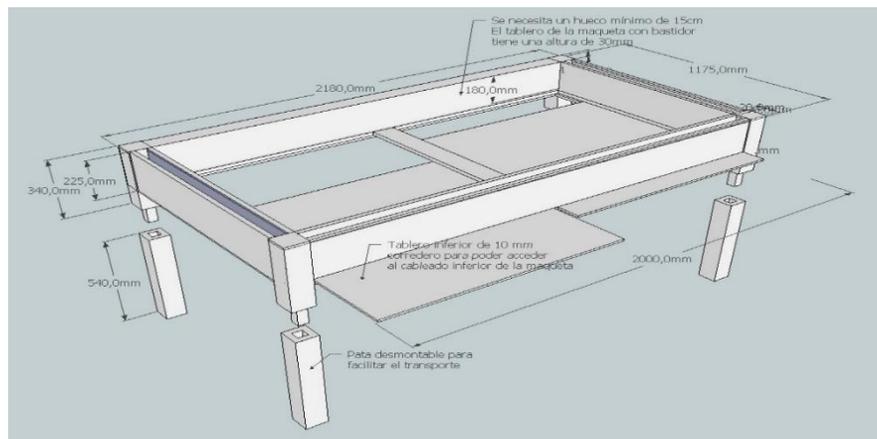
Prototipo

El prototipo juega un papel importante en el proceso de desarrollo de la mesa elaborado de resina. Este modelo inicial permite visualizar y perfeccionar las características clave del diseño, la estructura y la funcionalidad de la mesa antes de su producción. Al crear un prototipo,

se pueden realizar pruebas para evaluar su resistencia, durabilidad y estabilidad, lo que permite identificar y corregir cualquier defecto o área de mejora.

Figura 15

Prototipo propuesto para la elaboración de la mesa de resina



Proceso de Producción

El proceso que se realiza para la producción de la mesa de resina es importante para asegurar la calidad del producto final y seguir procedimientos estandarizados, optimizar la eficiencia en la fabricación e identificar posibles problemas o errores. Garantiza la seguridad al cumplir con los estándares de fabricación. Con el propósito de cumplir con las expectativas del cliente al producir mesas que cumplan con sus expectativas.

Tabla 16*Mesa de Resina Combinada*

Pasos	Procedimiento	Imagen
Preparación de la madera	<ul style="list-style-type: none"> ● Seleccionamos la madera correcta y cortamos en las dimensiones deseadas para la parte superior de la mesa. ● Lijamos bien las tablas para asegurarte de que estén lisas y libres de imperfecciones. ● Aplica una capa de sellador para madera en todas las superficies de las tablas y deja secar. 	
Preparación del molde	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizamos el molde con 8 perforaciones para atornillar en el marco de la base y asegurar adecuadamente con cinta adhesiva en los bordes para evitar que la resina se filtre. 	
Mezcla de la resina	<ul style="list-style-type: none"> ● En un recipiente, mezclamos 100 gr de resina de poliéster con 2 mm de catalizador. ● Si deseas agregar color a la resina, mezclamos el pigmento o tinte transparente en la mezcla de resina. ● Colocamos la madera seleccionada dentro del molde, ajustamos para que queden niveladas y cubra los espacios. 	

Verter la resina en el molde	<ul style="list-style-type: none"> ● Vertimos lentamente la resina en los espacios del molde, asegurando de cubrir completamente hasta la parte inferior. ● Dejamos que la resina cure, esto puede llevar horas o días según las condiciones ambientales. 	
Curado de la resina	<ul style="list-style-type: none"> ● Dejar que la resina se cure. Esto puede llevar varias horas o incluso días, dependiendo del tipo de resina y las condiciones ambientales. ● Durante el proceso de curado, asegurar de que la mesa esté en un lugar nivelado y protegido del polvo y la suciedad. 	
Acabado final	<ul style="list-style-type: none"> ● Una vez que la resina esté curada, retira la mesa del molde con cuidado. ● Lijamos suavemente cualquier borde áspero o exceso de resina que pueda haber quedado. ● Aplica una capa de sellador transparente sobre la superficie de la resina para protegerla y darle un acabado brillante. 	
Producto final	<ul style="list-style-type: none"> ● Mesa de resina poliéster combinada con madera con acabos hermosos y duraderos. 	

Nota. Proceso de producción para la elaboración de la mesa de resina combinada.

Implementación de Principios Empresariales

En la actualidad la empresa Mashwel no cuenta con los principios empresariales dentro de su organización, por lo que tomamos la decisión de la incorporación de dichos principios como un componente fundamental, ya que servirá como guía para las acciones y decisiones organizacionales, logrando así construir una empresa sólida y exitosa que se distinga por sus compromisos y responsabilidad corporativa.

Misión

Proporcionar a nuestros clientes muebles de alta calidad que combinen diseño innovador, funcionalidad excepcional y durabilidad superior. Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes, creando espacios inspiradores que reflejen su estilo y personalidad, mientras mantenemos un compromiso inquebrantable con la excelencia y la satisfacción del cliente.

Visión

Convertirnos en líderes reconocidos en la industria de muebles, siendo reconocidos por nuestra innovación, calidad y compromiso con la sostenibilidad. Buscamos expandir nuestra presencia global, estableciendo relaciones sólidas con nuestros clientes y colaboradores, y contribuyendo positivamente al bienestar de nuestras comunidades.

Valores

- **Calidad.** Nos comprometemos a ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, cumpliendo con los más altos estándares de excelencia en todo momento.
- **Innovación.** Buscamos constantemente nuevas formas de mejorar y evolucionar, fomentando la creatividad y la innovación en todos los aspectos de nuestro negocio.

- **Integridad.** Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones, manteniendo la confianza y el respeto de nuestros clientes, empleados y socios.
- **Sostenibilidad.** Nos comprometemos a operar de manera sostenible, minimizando nuestro impacto ambiental y contribuyendo al bienestar de nuestro planeta.
- **Compromiso con el cliente.** Colocamos las necesidades y deseos de nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos, brindando un servicio excepcional y superando sus expectativas en cada oportunidad.
- **Trabajo en equipo.** Valoramos la colaboración y el trabajo en equipo, reconociendo que juntos podemos lograr más y alcanzar nuestros objetivos comunes de manera más efectiva.

Políticas

Calidad del Producto. Compromiso con la excelencia en la fabricación de muebles, asegurando materiales duraderos y mano de obra de alta calidad. Implementación de controles de calidad rigurosos en cada etapa del proceso de producción para garantizar la satisfacción del cliente.

Atención al Cliente. Establecimiento de estándares de atención al cliente excepcionales, garantizando una comunicación clara y eficaz. Compromiso de resolver rápidamente cualquier problema o queja del cliente para mantener una reputación positiva en el mercado.

Salud y Seguridad en el Trabajo. Priorización de la seguridad de los empleados en todas las áreas de trabajo, cumpliendo con las normativas de salud y seguridad laboral. Capacitación regular sobre prácticas seguras y manejo adecuado de equipos para prevenir accidentes y lesiones laborales.

Recursos Humanos. Promoción de un ambiente laboral inclusivo y respetuoso, fomentando el trabajo en equipo y la colaboración entre los empleados. Ofrecimiento de oportunidades de desarrollo profesional y capacitación continua para mejorar las habilidades y el desempeño del personal.

Política Ambiental. Compromiso con prácticas de fabricación sostenible y respetuosa con el medio ambiente, utilizando materiales ecos amigables siempre que sea posible y la implementación de medidas para reducir el desperdicio de materiales y optimizar el uso de recursos naturales en el proceso de producción.

Cálculo de Mercados

El cálculo de mercados permite a la empresa Muebles Mashwell identificar las oportunidades de crecimiento y nichos de mercado. Al analizar datos demográficos, tendencias de estilo de vida y preferencias del consumidor, logrando desarrollar productos que se conllevan perfectamente con las necesidades y deseos del público objetivo. Esto permite destacar en un mercado saturado, diferenciándonos de la competencia y atrayendo a clientes que buscan soluciones específicas y personalizadas.

Mercado Potencial

Conocer el tamaño del mercado potencial ayuda a la empresa a definir estrategias específicas para ingresar en el mercado de manera efectiva. Esto puede incluir la selección de segmentos de mercado específicos a los que debe dirigirse, la adaptación de productos y servicios

Población del Norte de Quito. 550.000 Personas

Parroquia Kennedy. 17.780 Personas

Perfil Demográfico. 42.31% de la población está compuesta por familias jóvenes en busca de muebles modernos y accesibles

Perfil Socioeconómico. 53.20% De la población tiene buenos ingresos monetarios.

Clientes Potenciales. $17.780 * 0.4231 = 7.523$

Mercado Potencial. $7.523 * 0.5320 = 4.002$ Personas

Mercado Disponible

Calcular el mercado disponible permite a la empresa Mashwell comprender la demanda real de muebles en la región. Esto incluye no solo la demanda total de muebles, sino también la demanda específica de su entorno.

Clientes Potenciales. 4.002 Personas

Personas que están dispuesta a comprar el producto. 80.80%

Mercado Disponible. $4.002 * 0.8080 = 3.234$

Mercado Efectivo

Al calcular el mercado efectivo, la empresa puede identificar cuánto del mercado disponible puede alcanzar realmente con sus recursos y capacidades actuales.

Capacidad de Producción y Distribución. Muebles Mashwell tiene una capacidad de producción y distribución que les permite alcanzar al 40% del mercado disponible.

Mercado Efectivo. $3.234 * 0.40 = 1.294$

Mercado Objetivo

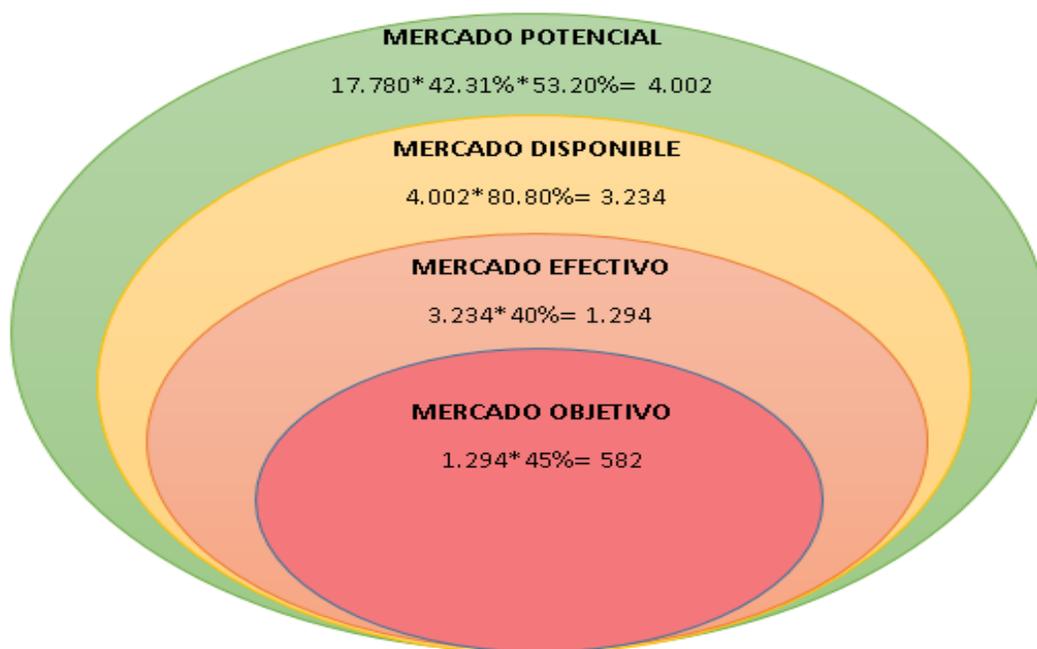
Identificar el mercado objetivo permite a la empresa Mashwell enfocar sus recursos y esfuerzos en los segmentos de mercado más rentables y prometedores. Esto evita la dispersión de recursos en segmentos de mercado menos relevantes.

Metas de Participación de Mercado. Su objetivo es capturar el 80% del mercado disponible en los próximos dos años.

Mercado Objetivo. $1.294 * 0.45 = 582$ Personas

Figura 16

Cálculo de Mercados



Nota. El gráfico representa la segmentación que se implementó para determinar el mercado objetivo al que va dirigido el producto.

Resultados Obtenidos

Evidenciando los resultados obtenidos para la implementación de la estrategia competitiva en cuestión a la fabricación de muebles a base de resina. Nos han proporcionado una visión clara y valiosa que guiará nuestras acciones en la implementación exitosa de esta nueva línea de productos. La investigación reveló que los consumidores valoran la facilidad de mantenimiento y la versatilidad de los muebles de resina, lo que los convierte en una opción atractiva para una amplia gama de muebles en el mercado. Las encuestas y entrevistas indican

que los consumidores están buscando muebles que combinen funcionalidad con diseño moderno y estético. La mayoría de los encuestados expresaron interés en muebles de resina que se adapten tanto a espacios interiores como exteriores, ofreciendo versatilidad y durabilidad. Hemos diseñado una estrategia de marketing integral que incluye publicidad y promociones especiales. Nuestra estrategia se centra en destacar las características únicas de nuestros muebles de resina y en llegar al segmento de mercado objetivo.

Los resultados de nuestra estrategia competitiva para la fabricación de muebles de resina. Entusiasmo ya que tiene una sólida comprensión del mercado, una estrategia de marketing efectiva y productos de alta calidad.

Conclusiones

Es importante que la empresa genere nuevas estrategias competitivas en el mercado actual. La dinámica empresarial está en constante evolución, impulsada por cambios en la tecnología, preferencias del consumidor y la competencia global. En este contexto, las organizaciones que desean mantenerse relevantes y alcanzar el éxito a largo plazo deben estar preparadas para adaptarse y reinventarse constantemente.

Según los resultados obtenidos de las encuestas a 156 personas de Quito, se determinó que el mercado de mujeres jóvenes de 24 a 34 años, son quienes están mostrando un importante interés en la compra de mobiliario hecho de resina. Para este grupo de consumidoras, la durabilidad es el atributo más apreciado en los muebles de resina. Asimismo, están dispuestas a pagar entre \$100 y \$300 por un mueble de este material, lo que indica que buscan obtener una óptima relación calidad-precio. Por lo cual también nos dirige a desarrollar estrategias de marketing y productos dirigidos específicamente a este segmento de consumidores.

Se plantean acciones para posicionar la mesa de resina a través del marketing, las cuales incluyen la ejecución de campañas publicitarias y promocionales con el objetivo de ampliar el reconocimiento de la marca y captar una mayor cantidad de clientes. Estas estrategias enfatizan las características distintivas del producto, así como las ofertas especiales y promociones disponibles.

Recomendaciones

Se recomienda establecer canales de distribución adecuados para garantizar que los muebles a base de resina estén disponibles para los clientes en los lugares y momentos adecuados. Esto puede implicar la venta directa a través de tiendas físicas, tiendas en línea o asociaciones con minoristas.

Difundir y promover la marca de los Muebles Mashwel en plataformas de redes sociales populares como Facebook, Instagram u otras ampliamente utilizadas por los consumidores. Esto permitirá construir una relación sólida entre los clientes y la marca, fomentando así la fidelización de los compradores.

Monitorear constantemente el desempeño de los muebles de resina en el mercado y recopilar comentarios de los clientes para identificar áreas de mejora. Con el fin de realizar ajustes en la estrategia según sea necesario para mantener la competitividad en el mercado.

Bibliografía

- Blazques, F., Dorta, J., & Verona, M. (6 de junio de 2006). *Concepto, Perspectiva y Medida del Crecimiento Empresarial*. Obtenido de Cuadernos de Administración:
<https://www.redalyc.org/pdf/205/20503107.pdf>
- Botey, P. (21 de mayo de 2020). *Inboundcyle*. Obtenido de Inboundcyle:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Boveda, J. O. (febrero de 2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*. Obtenido de Agencia de Cooperación Internacional de Japón:
https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- Bussiness, O. G. (2017). *El Estudio de Mercado*. Obtenido de Investigación de mercados:
<https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>
- Carriel, S., & Guadalupe, P. (30 de Agosto de 2019). *Diseño de Estrategias para la Producción y Comercialización de muebles*. Obtenido de Repositorio Institucional:
<https://repositorio.ug.edu.ec/items/77f9e51b-226f-4822-bb63-d56e1f4f212c>
- Chase, R., & Jacobs, R. (Julio de 2014). *Administración de Operaciones*. Obtenido de Producción y Cadena de Subministros: <https://ucreanop.com/wp-content/uploads/2020/08/Administracion-de-Operaciones-Produccion-y-Cadena-de-Suministro-13edi-Chase.pdf>
- Duran, J. (Marzo de 2022). *Economistas*. Obtenido de Consejo General de Economistas:
<https://privado.cemad.es/revistas/online/Revistas/ECO-177.pdf/193>

Estevez, R. (10 de Diciembre de 2020). *Estudio de Factividad para Incrementa el Margen de Utilidad en Lamparas Solares*. Obtenido de UTMACH:

https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15834/1/E-11877_ESTEBEZ%20QUIMI%20ROBINSON%20DAMPOOL.pdf

Flores, M., & Flores , J. (2021). Impacto en la Globalización de las estrategias de Negocio. *E-IDEA Journal of Bussiness Sciences*, 3(11). Obtenido de

[file:///C:/Users/User/Downloads/88-Texto%20del%20art%C3%ADculo-256-1-10-20211124%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/88-Texto%20del%20art%C3%ADculo-256-1-10-20211124%20(1).pdf)

López, P., & Fachelli, S. (febrero de 2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*.

Obtenido de Universidad Autónoma de Barcelona:

https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Martínez, F., & Reguant , M. (2014). *Operacionalización de Conceptos/Variables*. Obtenido de Operacionalización de Conceptos/Variables:

<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/57883/1/Indicadores-Repositorio.pdf>

Mediano, L. (29 de Diciembre de 2015). *Plan de Marketing: Guia Inicial* . Obtenido de

Universidad del Pais Vasco :

<https://www.ehu.es/documents/1432750/4992644/PLAN+DE+MARKETING+GU%C3%8DA+INICIAL+FINAL+cast.pdf>

Monterroso, E. (Agosto de 2016). *El Proceso logístico y la Gestión de la Cadena de*

Abastecimiento. Obtenido de Universidad Nacional de Luján:

https://www.researchgate.net/publication/296483187_El_proceso_logistico_y_la_gestion_de_la_cadena_de_abastecimiento

Perez , A., & Darriulat, M. (Diciembre de 2017). *Planificación de Secuencias Didácticas en el Área del Conocimiento Social* . Obtenido de Planificación de Secuencias Didácticas en el

Área del Conocimiento Social : file:///C:/Users/User/Downloads/008_didactica04_1.pdf

Ramirez, V., & Sandoval, M. (13 de Julio de 2023). *Percepción del liderazgo en la*

Impelmentación de Estrategias Organizacionales . Obtenido de Universidad Nacional

Costa Rica: <https://www.redalyc.org/journal/1941/194177511008/>

Thompson, J. (2010). *Economía Aplicada*. Obtenido de Univerdiad Nacional del Callao:

https://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/JLeonM/publ/Interiores_Economia_Aplicada.pdf

Anexos

Anexo 1

Formato de la Encuesta

Preguntas Respuestas 156 Configuración

MASHWELL

Por favor, dedique unos minutos a completar la siguiente encuesta. Su opinión es muy valiosa para nosotros y nos ayudará a mejorar los productos y servicios

Lea cada pregunta detenidamente y seleccione la opción que mejor refleje su opinión. Todas las respuestas serán tratadas de manera confidencial.

Edad:

15 - 24 años

25 - 34 años

35 - 50 años

50 años o más

Género: *

Masculino

Femenino

¿En caso de no conocer los productos elaborados con resina, estaría interesado/a en adquirir el diseño de mueble que se visualiza en la foto? *



Sí

No

Talvez

En la escala del 1 al 4, qué tan atractivo considera usted el modelo de mesa que se presentó en la pregunta anterior. *

1 2 3 4

Poca Atractiva Muy Atractiva

Nota. El presente cuestionario se dirigió a los 156 habitantes de Quito, con el fin de conocer sus preferencias en cuestión a la elección de muebles.

Anexo 2

Formato de entrevista para el Empresario

ENTREVISTA

Ficha de entrevista

Nombre del entrevistado:..... Empresa:.....

Cargo:..... Lugar:.....

Fecha:..... Duración:.....

PREGUNTAS:

1. ¿Cuáles son sus expectativas al considerar la implementación de un nuevo producto en su línea de muebles?

2. ¿Qué factor considera que sea importante para que el producto sea exitoso en el mercado de muebles?

3. ¿Cómo cree que este nuevo producto podría diferenciarse y destacarse entre la competencia existente?

4. ¿Usted considera que la nueva idea de los muebles elaborados con resina funcione como estrategia de crecimiento para su negocio?

5. ¿Qué piensa sobre aplicar marketing digital dentro de las empresas?

6. ¿Cree usted que la empresa tiene que realizar inversiones en estrategias de marketing para informar sobre los beneficios que posee los muebles de resina a sus clientes?

Nota. El presente formato de entrevista fue dirigido al propietario de la microempresa Mashwel.

Anexo 3

Formato de entrevista enfocado a la competencia

ENTREVISTA

Ficha de entrevista

Nombre del entrevistado:..... Empresa:.....

Cargo:..... Lugar:.....

Fecha:..... Duración:.....

PREGUNTAS:

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado de muebles?
2. ¿Cuáles son las estrategias clave que han contribuido al éxito y posicionamiento de su empresa en el mercado?
3. ¿Qué estrategias de marketing y promoción ha implementado en su empresa?
4. ¿Qué canales de comunicación considera más efectivo para llegar a su público?
5. ¿Qué desafíos u obstáculos ha enfrentado su empresa en su camino hacia el éxito y como los ha superado?
6. ¿Qué lecciones ha aprendido su negocio a lo largo de su trayectoria en el mercado de muebles, y que recomendaría a otros emprendedores de este sector?
7. ¿Qué opina usted sobre el material de resina?

Nota. El presente formato de entrevista fue dirigido a la microempresa Mundo del Mueble con el fin de conocer sus perspectivas con la nueva estrategia propuesta.

Anexo 4

Manual del Proceso de Producción de la mesa de resina



Nota. El presente manual de procesos detalla el paso a paso en la fabricación de la mesa de resina.