

1. ANÁLISIS DE MERCADO Y DE LA COMPAÑÍA

En la actualidad, el consumo de papel a nivel mundial experimenta un aumento por sus diferentes usos en la industria, especialmente debido a la tendencia que señala mayores aplicaciones del papel en el segmento comercial y publicitario, donde el renglón destinado a la impresión de negocio capta la mayoría del mercado.

Es por ello que nuestro negocio se enfocará a la fabricación y comercialización de individuales para comida y protectores de superficie de vehículos, los mismos que tendrán impreso los logotipos y leyendas, serán llenos de color, con hermosas ilustraciones y textos originales, de acuerdo a lo deseado por los clientes.

La novedad de nuestros productos es la utilización de papel kraft reciclado como materia prima principal, debido a los menores costos de este tipo de papel sin blanquear con respecto a la alternativa del papel blanco. Por lo que esperamos que nuestros productos se conviertan en uno de los favoritos en el mercado debido a su calidad, a su originalidad y contribución al medio ambiente. Los mismos serán destinados a cubrir el mercado de Guayaquil, para lo cual se ejecutará un plan de mercadeo.

El mercado de la fabricación de productos en el Ecuador está en crecimiento, principalmente debido a la demanda de la Industria de la impresión que está experimentando un alto potencial de crecimiento.

El mercado de nuestros dos productos es diferente y se muestra en el siguiente cuadro:

PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO
Individuales de Cocina	<ul style="list-style-type: none">• Restaurantes,• Cafés,• Establecimientos de bebidas y comidas.
Protectores de Superficie para Vehículos	<ul style="list-style-type: none">• Talleres de reparación de automóviles,• Lavadoras y• Lubricadoras

Durante el primer año de operación, nuestro proyecto prevé obtener ventas por USD \$169,020.00, lo que significa captar el 5.17% del mercado. Cabe recalcar que según estadísticas de la Superintendencia de Cías, los mercados hacia el cual van dirigidos

nuestros productos crecen año a año. Por tal motivo prevemos condiciones favorables para la aceptación y venta de nuestros productos.

2. RIVALIDADES EXISTENTES ENTRE COMPETIDORES

La estructura competitiva de la fabricación de artículos de papel se podría considerar fragmentada pero con poca participación debido a que es un segmento poco atendido en el Ecuador. Cabe mencionar que en lo que representa a los productos que vamos a ofrecer, nuestros competidores no se enfocan al uso del papel kraft como materia prima. Es por ello que uno de nuestros objetivos es operar en los niveles cercanos a la capacidad para reducir costos fijos totales sobre más unidades de producción.

3. ANÁLISIS DE MERCADO PROPIAMENTE DICHO

PRODUCTO

Nuestros productos pertenecen a la línea de protectores de superficies elaborados de papel kraft, por tanto son completamente biodegradables.

Protectores de superficies para vehículos: protectores tipo alfombras utilizados para proteger los asientos, el piso y portamaletas con el tipo de papel kraft corrugado medio de 146gr/m²; con publicidad impresa con pintura vegetal.

Protectores de superficies para mesa: utilizados para proteger las superficies de las mesas y charoles en el momento de servir las comidas elaborados con el tipo de papel corrugado medio de 160gr/m²; con publicidad impresa con pintura vegetal.

CLIENTES

Nuestros potenciales clientes para los protectores de superficie de vehículos son las cadenas de establecimientos dedicadas al mantenimiento de vehículos como por ejemplo las lubricadoras, lavadoras y otros establecimientos más completos como las concesionarias de vehículos y tecnicentros.

Los clientes meta para los individuales son los restaurantes y cadenas de restaurantes así como los establecimientos de comida rápida. En este segmento, ya es común la utilización de individuales de papel bond, por lo que la introducción del mismo en papel kraft biodegradable y a menor costo resulta más atractivo.

4. TAMAÑO DEL MERCADO

Establecimientos de servicios automotrices en la ciudad de Guayaquil:

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
Concesionarias	70
Lubricadoras y Lavadoras	800
Talleres de automóviles	500
Canales de otros servicios para autos	80
Suman	1.450

El parque automotor de la ciudad de Guayaquil esta compuesto aproximadamente de 250,000 vehículos.

En la ciudad de Guayaquil se esperan vender aproximadamente 45 vehículos diarios para el 2006, es decir 11.700 vehículos en el año, lo que representaría un 6.48% de crecimiento anual.

Establecimientos de comida en general en la ciudad de Guayaquil:

ESTABLECIMIENTOS	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
Empresas medianas de expendio de comida	150
Otros establecimientos de comida (almuerzos, platos a la carta)	330
Suman	480

En Guayaquil el consumo de alimentos en este tipo de establecimiento ha aumentado en los últimos tiempos y con mayor acentuación en los establecimientos en centros comerciales.

5. TAMAÑO DE NUESTRO MERCADO

La estimación del tamaño de nuestro mercado se determina en base a las encuestas realizadas a los clientes en el mercado objetivo.

PROTECTORES DE SUPERFICIES		
	Vehículos	Mesas
No usan el producto, pero si lo desean	20%	40%

Usan el producto, pero desean los elaborados de papel kraft	30%	40%
No usan el producto, ni lo desean	50%	20%
Total del Mercado	100%	100%

Estimación de la demanda.

6. PLAN DE MERCADEO

Nuestro plan de mercadeo se fundamenta en la teoría en que los consumidores finales deben tener el mayor contacto posible con el material publicitario para la aceptación y posicionamiento de una marca o servicio, que para nuestros fines, nuestros productos se los otorgarán a los establecimientos de comida y de servicios automotrices.

Para el caso de los individuales, con este tipo de publicidad sobre la mesa, se busca posicionar los productos alimenticios que brinda un restaurante, y lograr un poder de recordación en los clientes que acuden a los restaurantes u otros establecimientos de comida. La estrategia será mantener ocupado al cliente, hasta que llegue su pedido.

El mismo efecto tendrá la utilización de protectores para superficies de vehículos.

Nuestro producto tendrá una presentación en paquetes de 500 unidades tanto para individuales de comida como para los productos de superficies de vehículos, y serán distribuidos a través de un servicio tercerizado de transporte. Estos productos no necesitan grandes espacios para su almacenamiento y transportación.

7. ANÁLISIS TÉCNICO

PRODUCCIÓN

Los individuales para comidas rápidas, serán producidos usando como materia prima el papel kraft Test Liner de 160gr/m², en medidas de 400 x 300mm, de color natural del papel, con la impresión de motivos ecológicos o según un diseño solicitado por el cliente.

Los protectores de superficies de vehículos, serán producidos usando como materia prima el papel Corrugado Medio de 146gr/m², en medidas de 600 x 500mm, de color natural del papel, con la impresión de motivos automotrices o según un diseño solicitado por el cliente.

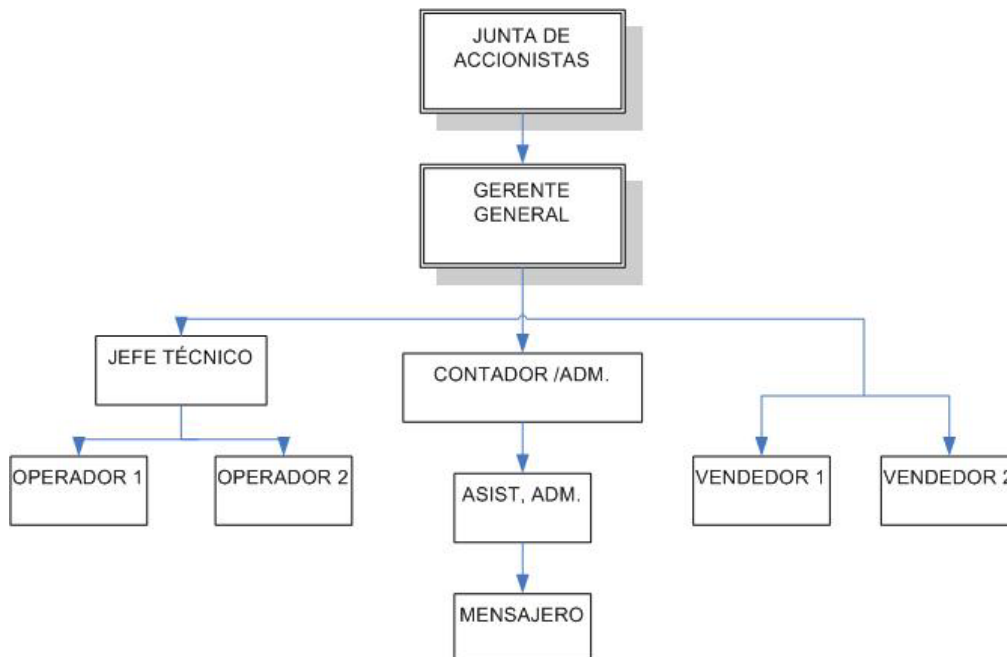
EQUIPOS Y MAQUINARIAS

1. Troqueladora
2. Impresora
3. Apiladora
4. Polipasto para alimentación de bobinas o Ribetes
5. Estación de desbobinaje
6. Puente para Polipasto
7. Compresor de aire

8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

La empresa será de responsabilidad limitada, sujeta a la ley de Compañías y demás Leyes ecuatorianas pertinentes a su operación.

El organigrama funcional es el siguiente:



9. ANÁLISIS ECONÓMICO

Los socios aportarán USD\$ 43,770 para cubrir las inversiones fijas, y USD\$ 106,366.86 para cubrir el capital de trabajo de los primeros seis meses.

De acuerdo con nuestro plan, en el primer año se prevé alcanzar un nivel de ventas de USD\$ 270,259.50, con un margen de utilidad de USD\$ 45,528.62. Consideraremos una

tasa de crecimiento de las ventas del 5% anual, obteniendo un Valor Actual Neto de la Inversión (VAN) de USD\$ 64,925.66 a una tasa TMAR del 20% y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34,94% en un período de vida del proyecto de 5 años.

Las instalaciones, maquinarias y los procesos de fabricación, así como la tecnología requerida son coherentes y plenamente viables para la capacidad de producción planteada. Es decir, no se necesita de equipos de alta tecnología ni de gran costo. Resulta útil establecer políticas como: políticas de compras, se planea disponer de stock de materias primas para 4 semanas; como política de pagos, los mismos serán con crédito hasta por 30 días y como política de cobro, se dará crédito hasta por 30 días.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Podemos concluir que aunque ya existen en el mercado varias marcas de los productos que ponemos a consideración, la novedad y seguridad la imponemos nosotros al presentar nuestros productos completamente biodegradables de papel kraft, pensando no solo en el medio ambiente sino en nuestros clientes con la implementación de diseños exclusivos y novedosos.

Si bien el proyecto no presenta márgenes de rentabilidad interesantes, puede constituirse en el punto de partida para la fabricación de una variedad de productos reciclables que son de utilidad diaria para la población, sustituyendo a productos o materias primas importadas, que con un desarrollo futuro pueden ser exportados.

RECOMENDACIONES

Consideramos, que con la aportación de pequeños accionistas se puede llevar a la práctica este proyecto, quienes pueden buscar el apoyo de instituciones financieras, o agrupaciones que están incentivando el emprendimiento en nuestra región.

Se debe incentivar este tipo de proyecto con un impacto positivo con el medio ambiente y que además presenten un potencial de exportación, aprovechando los bajos costos de mano de obra existentes en el país, generando además fuentes de trabajo.

Futuros equipos de trabajo deben analizar la alternativa técnico económica de continuar el desarrollo de nuevos productos que en base de esta materia prima de disponibilidad en el mercado nacional, puedan generar márgenes de rentabilidad, satisfaciendo la necesidad en el mercado o creando la necesidad.