

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

**INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN PROYECTO
DE GRADUACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y
PUBLICITARIO**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA IMPRESIÓN DE ETIQUETAS
MEDIANTE ESTAMPADOS CON SELLOS EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**

AUTORES

**DAYSI MARIBEL MOYA JÁCOME
GÉNESIS ANDREINA LEÓN DROUET**

DIRECTOR

MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA

**AÑO
2014**

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

**INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN PROYECTO
DE GRADUACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y
PUBLICITARIO**

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA IMPRESIÓN DE ETIQUETAS
MEDIANTE ESTAMPADOS CON SELLOS EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**

AUTORES

**DAYSI MARIBEL MOYA JÁCOME
GÉNESIS ANDREINA LEÓN DROUET**

DIRECTOR

MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA

AÑO

2014

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la resistencia en terminar mis estudios superiores; a todas y cada una de las personas que me ayudaron a elaborar el contenido de este proyecto.

A mi director de proyecto Mae. Enrique Salazar Meza por su paciencia, buena voluntad y energía de dirigirnos en ejecución de este documento.

Daysi Moya Jácome

DEDICATORIA

A Dios por haber permitido llegar a este punto y haber dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad de amor. A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación tanto académica como de la vida, gracias por amarme tanto.

Daysi Moya Jácome

AGRADECIMIENTO

Esta meta alcanzada es solamente un escalón más en mi vida profesional que se lo agradezco inicialmente a Dios por la inteligencia, fuerza, fe y vida que me ha dado para estar aquí y seguir adelante. El apoyo incondicional de mis padres en todo momento, es lo que nunca me alcanzará para agradecer todo lo que han hecho por mí.

Es por eso que este triunfo no es solo mío sino también de ellos, una pequeña recompensa ganada pero con optimismo y perseverancia que algún día será completa. A mi hermano por sus consejos y apoyo incondicional. Y mis amigas que siempre me han brindado su apoyo, en momentos difíciles y alegres.

Génesis León Drouet

DEDICATORIA

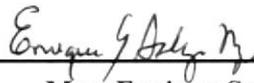
Este reto alcanzado le dedico en primer lugar a Dios por la sabiduría y destreza brindada, a mis padres por el apoyo incondicional, comprensión y paciencia en todo momento, familia y amigos que de una u otra forma nos brindaron su apoyo.

Génesis León Drouet

DECLARACIÓN EXPRESA

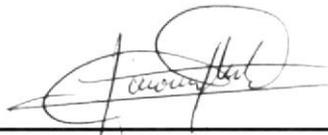
La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el Patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral

**FIRMAS DEL DIRECTOR DEL PROYECTO
Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL**



Mae. Enrique Salazar

PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN

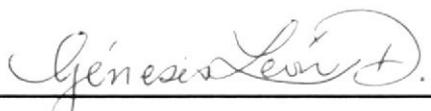


Msc. Glenda Jácome

DELEGADO

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE
MATERIA DE GRADUACIÓN**


Daysi Maribel Moya Jácome


Génesis Andreina León Drouet

RESUMEN

Con el paso de los años, se marca una gran necesidad de desarrollo en la industria de comunicación, donde se encuentran incluidas el área de publicidad, lo cual implica también un aumento en la demanda de un servicio de calidad y precios justos.

La idea de la fabricación de etiquetas impresas con sellos de goma surge de la necesidad de que existen muchos artesanos sin una marca en sus productos, perjudicándolos en sus ventas y reconocimientos.

Algunos artesanos suelen recurrir a la impresión de etiquetas existentes o a las únicas comunes en el mercado, realizadas por la industria gráfica (impresión), que no brindan la exclusividad y comunicación adecuada; en relación con el producto, tipo de empresa y mercado.

Por lo tanto, el nuevo método de impresión brindará un mayor valor agregado a la marca de los productos ecuatorianos principalmente los elaborados de forma manual y artesanal; cumpliendo así su función comunicativa y comercial al identificar con facilidad la marca del producto.

Este proyecto tiene como objetivo mostrar la oportunidad que existe para la fabricación de etiquetas impresas con sellos de goma. Se pretende contribuir al mejoramiento del sector artesanal para elevar su competitividad, dando impulso a la comercialización de artesanías mediante una imagen que los represente.

El estudio realizado a continuación demostrará que el proyecto es muy factible y rentable, gracias a la acogida y respuesta positiva del público objetivo que será los pequeños y medianos artesanos. De esta forma se puede conocer las limitaciones que tienen los clientes ante el uso de los medios impresos comunes en comparación a la impresión con sellos.

Al ser un producto poco común pero con un atractivo novedoso y diferente, etiquetas rápidas y económicas, se pretende captar gran cantidad de clientes, ya que existe un nicho de mercado que no ha sido explotado.

Las ventas se enfocarán inicialmente en el mercado local de la ciudad Guayaquil, sin dejar de lado la proyección a otras ciudades, manteniendo el interés de extender la oferta del producto donde se encuentran los grandes artesanos y/o productores del país.

El proyecto contará con todos los materiales y equipos necesarios para brindar un producto y servicio de buena calidad; atendidos por profesionales del medio, con experiencia en desarrollo de diseños creativos y elaboración de sellos e impresión.

Un buen uso del marketing de boca a boca, una buena promoción y organización, hará de ella una empresa estable y rentable. El éxito de la empresa, se reflejará en la satisfacción de los clientes; promoviendo un producto competente entre nuestros clientes.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1. ANÁLISIS TÉCNICO.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	3
1.2.1 MATERIAS PRIMAS.....	3
1.2.2 INSUMOS.....	5
1.2.3 TAMAÑO DE ETIQUETAS.....	6
1.2.4 COSTEO DE ELABORACIÓN DE UNA ETIQUETA:.....	7
1.2.5 FICHAS TÉCNICAS.....	8
1.3 FACILIDADES.....	9
1.4 EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	10
1.4.1 ESPECIFICACIONES DEL PROCESO.....	10
1.4.2 TIPOS Y TAMAÑOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS.....	11
1.4.3 FORMA DE ADQUISICIÓN DE EQUIPOS.....	15
1.4.4 PERSONAL NECESARIO.....	15
1.4.5 POLÍTICAS DE MANTENIMIENTO Y REPUESTOS.....	15
1.5 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	15
1.6 PLAN DE PRODUCCIÓN.....	17
1.7 PLAN DE CONSUMO.....	18
1.8 PLAN DE COMPRAS.....	18

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DE MERCADO.....	20
2.1 INTRODUCCIÓN.....	20
2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA COMPAÑÍA.....	21
2.3 MODELO DE LAS FUERZAS DE PORTER.....	22
2.3.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	22
2.3.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CONSUMIDOR.....	23
2.3.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	23
2.3.4 AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES.....	23

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO	23
2.4.1 PRODUCTO.....	23
2.4.2 ANÁLISIS FODA.....	25
2.4.3 CLIENTES	25
2.4.4 COMPETENCIA	30
2.4.5 MERCADO GLOBAL.....	30
2.4.6 PLAN DE VENTAS	31
2.5 PLAN DE MERCADEO.....	31
2.5.1 ANTECEDENTES.....	31
2.5.2 CONCEPTO DEL PRODUCTO.....	32
2.5.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	32
2.5.4 ESTRATEGIA DE VENTA.....	33
2.5.5 ESTRATEGIA PROMOCIONAL.....	34
2.5.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	34
2.5.7 POLÍTICAS DE SERVICIO	35
2.5.8 TÁCTICAS DE VENTA.....	36
2.5.9 PLAN DE CONTINGENCIA	36
2.6 INVESTIGACION DE MERCADO	37
2.7 MARCA	47
2.7.1 PROCESO DE DESARROLLO DE LA MARCA	47
2.8 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.....	48
2.8.1 LOGOTIPO	48
2.8.2 PROPORCIONES.....	48
2.8.3 ÁREA DE PROTECCIÓN.....	49
2.8.4 APLICACIONES DE COLOR.....	49
2.8.5 MARCA EN BLANCO Y NEGRO.....	50
2.8.6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	51
2.8.7 USOS Y COLORES NO PERMITIDOS.....	51

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	53
3.1 GRUPO EMPRESARIAL.....	53
3.2 NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS ACCIONISTAS.....	53

3.3 TIPO DE CONTRATO.....	53
3.4 POLÍTICAS SALARIALES	53
3.5 ORGANIZACIÓN.....	54
3.5.1 ORGANIGRAMA	54
3.5.2 FUNCIONES.....	54
3.5.3 PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	55
3.5.4 ORGANISMOS DE APOYO.....	55
3.6 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....	55
3.6.1 MARCO LEGAL.....	55
3.6.2 MICROEMPRESA	56
3.6.3 AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS.....	57
3.6.4 ELABORACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA.....	58
3.6.5 PERMISOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMIENTO.....	58
3.6.6 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL	59
3.6.7 OBTENCIÓN DEL RUC.....	59
3.6.8 OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL.....	59
3.6.9 TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS	60
3.6.10PERMISO DE USO DE SUELO	60
3.6.11PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS	61
3.6.12OBTENCIÓN DE CLAVE PATRONAL	62
3.6.13REGLAMENTACIÓN URBANA.....	62
3.7 ANÁLISIS AMBIENTAL	64

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS FINANCIERO.....	66
4.1 PARÁMETROS	67
4.2 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	67
4.3 PRODUCCIÓN MENSUAL.....	68
4.4 INVERSION ANUAL	69
4.4.1 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	69
4.4.2 MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	70
4.4.3 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	71

4.4.4 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	72
4.4.5 CAPITAL DE TRABAJO	73
4.5 PRESUPUESTO	74
4.5.1 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA	74
4.5.2 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA	75
4.5.3 PRESUPUESTO DE MATERIAL DIRECTO	76
4.5.4 PRESUPUESTO GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN.....	77
4.5.1 PRESUPUESTO DE PERSONAL	78
4.5.2 PRESUPUESTO GASTOS GENERALES.....	79
4.5.3 PRESUPUESTO GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	80
4.5.4 TOTALES DE PRESUPUESTO.....	81
4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO	82
4.7 DEPRECIACIÓN ANUAL.....	83
4.7.1 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	83
4.7.2 MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS	84
4.7.3 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	85
4.8 AMORTIZACIÓN.....	86
4.9 FLUJO DE CAJA	86
4.10 ESTADO DE RESULTADO	87
4.11 REPARTICIÓN DE UTILIDADES	87
4.12 BALANCE GENERAL	88
4.13 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	88
4.14 RAZONES FINANCIERAS	89

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
5.1 CONCLUSIONES	90
5.2 RECOMENDACIONES	90

BIBLIOGRAFIA	92
--------------------	----

ANEXOS.....	93
-------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO 1

FIGURA 1. TIPO DE PAPEL	3
FIGURA 2. COLORES DE TINTAS	4
FIGURA 3. LÁMINA DE GOMA	4
FIGURA 4. ROLLOS DE CINTAS.....	5
FIGURA 5. INSUMOS	5
FIGURA 6. FORMATOS DE ETIQUETAS	6
FIGURA 7. FICHA TÉCNICA DE UNA ETIQUETA CIRCULAR.....	8
FIGURA 8. FICHA TÉCNICA DE UNA ETIQUETA CIRCULAR.....	8
FIGURA 9. ESPECIFICACIONES DEL PROCESO	10
FIGURA 10. EQUIPOS - COMPUTADORIMAC	11
FIGURA 11. EQUIPOS – HERRAMIENTA DE CORTE.....	12
FIGURA 12. EQUIPOS – MESA DE TRABAJO	12
FIGURA 13. EQUIPOS - BROCHAS.....	12
FIGURA 14. EQUIPOS – HERRAMIENTA PARA REDONDEAR.....	13
FIGURA 15. EQUIPOS –HERRAMIENTA PARA PERFORAR	13
FIGURA 16. EQUIPOS –HERRAMIENTA PARA SELLAR.....	13
FIGURA 17. MAQUINARIA – MINI MÁQUINA DE GRABADO	14
FIGURA 18. PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	16
FIGURA 19. PLAN DE COMPRAS	19

CAPÍTULO 2

FIGURA 20. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO (CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL)	26
FIGURA 21. UBICACIÓN DE CLIENTES ESTRATÉGICOS (MERCADO).....	29
FIGURA 22. LOCALIZACIÓN DE POTENCIALES CLIENTES	30
FIGURA 23. PROCESO DE DESARROLLO DE LA MARCA	47
FIGURA 24. LOGOTIPO	48
FIGURA 25. PROPORCIONES DEL LOGOTIPO.....	48
FIGURA 26. ÁREAS DE PROTECCIÓN.....	49
FIGURA 27. APLICACIONES DE COLOR.....	49

FIGURA 28. LOGOTIPO IMPRESO EN POSITIVO	50
FIGURA 29. LOGOTIPO IMPRESO EN NEGATIVO.....	50
FIGURA 30. TIPOGRAFÍA.....	51
FIGURA 31. FORMA NO PERMITIDOS	51
FIGURA 32. COLOR NO PERMITIDO	51
FIGURA 33. GRADIENTE NO PERMITIDO	52

CAPÍTULO 3

FIGURA 34. ORGANIGRAMA	54
FIGURA 35. CLASIFICACIÓN DE DESECHOS	64

ÍNDICE DE GRAFICOS

CAPÍTULO 1

GRÁFICO 1. PRODUCCIÓN ANUAL	17
GRÁFICO 2. PRODUCCIÓN DETALLADA DE ETIQUETAS	17
GRÁFICO 3. TOTAL DE ETIQUETAS PRODUCIDAS.....	18

CAPÍTULO 2

GRÁFICO 4. RANGO DE EDADES.....	37
GRÁFICO 5. EDADES.....	38
GRÁFICO 6. ACTIVIDAD DE NEGOCIOS	39
GRÁFICO 7. PORCENTAJES DE NEGOCIOS QUE SON FABRICANTES O DISTRIBUIDORES.....	40
GRÁFICO 8. PRODUCTOS QUE TIENEN NOMBRES O MARCAS IMPRESAS...	41
GRÁFICO 9. TRABAJOS DE ARTESANOS RECONOCIDOS EN MERCADO	42
GRÁFICO 10. PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE PERSONAS QUE GUSTARÍAN QUE LOS PRODUCTOS TENGAS ETIQUETA IMPRESA.....	43
GRÁFICO 11. PORCENTAJE DE PERCEPCIÓN DE PRECIOS DE IMPRESIÓN DE ETIQUETAS	44
GRÁFICO 12. PORCENTAJE DE OPINIÓN DE LA PRESENTACIÓN DE ETIQUETAS	45

CAPÍTULO 3

GRÁFICO 13. PORCENTAJES DE ACEPTACIÓN DE RANGOS DE PRECIOS DE LAS ETIQUETAS	46
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO 1

TABLA 1. CARACTERÍSTICA DEL TIPO DE PAPEL	4
TABLA 2. CARACTERÍSTICAS DE LAS TINTAS	4
TABLA 3. CARACTERÍSTICAS DE LAS LÁMINAS	5
TABLA 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS CINTAS.....	5
TABLA 5. PRECIOS DE LOS INSUMOS.....	6
TABLA 6. DETALLE DE COSTEO DE UNA ETIQUETA DE CIRCULAR.....	7
TABLA 7. DETALLE DE COSTEO DE UNA ETIQUETA DE RECTANGULAR.....	7
TABLA 8. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA MÁQUINA DE GRABADO.....	14

CAPÍTULO 2

TABLA 9. ANÁLISIS FODA – FORTALEZAS Y DEBILIDADES	25
TABLA 10. ANÁLISIS FODA – OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	25
TABLA 11. PROYECCIONES DE VENTAS PARA 5 AÑOS	31
TABLA 12. DETALLE DE PRODUCTOS.....	33

CAPÍTULO 3

TABLA 13. POLÍTICAS SALARIALES.....	53
-------------------------------------	----

CAPÍTULO 4

TABLA 14. PARÁMETROS	67
TABLA 15. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	67
TABLA 16. PRODUCCIÓN MENSUAL	68
TABLA 17. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	69
TABLA 18. MAQUINARIAS HERRAMIENTAS Y EQUIPOS.....	70
TABLA 19. MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	71
TABLA 20. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	72
TABLA 21. CAPITAL DE TRABAJO	73
TABLA 22. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA	74
TABLA 23. PRESUPUESTO DE MATERIAL PRIMA	75
TABLA 24. PRESUPUESTO DE MATERIAL DIRECTO.....	76

TABLA 25. PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN	77
TABLA 26. PRESUPUESTO DE PERSONAL.....	78
TABLA 27. PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES	79
TABLA 28. PRESUPUESTO DE GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	80
TABLA 29. PROYECCIÓN A 5 AÑOS	81
TABLA 30. PUNTO DE EQUILIBRIO	82
TABLA 31. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	83
TABLA 32. DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS	84
TABLA 33. DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA –TOTAL ANUAL DEPRECIADO.....	85
TABLA 34. AMORTIZACIÓN	86
TABLA 35. FLUJO DE CAJA.....	86
TABLA 36. ESTADO DE RESULTADOS.....	87
TABLA 37. REPARTICIÓN DE UTILIDADES.....	87
TABLA 38. BALANCE GENERAL.....	88
TABLA 39. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	88
TABLA 40. RAZONES FINANCIERAS.....	89



CAPÍTULO I
ANÁLISIS TÉCNICO

1. ANÁLISIS TÉCNICO

1.1 INTRODUCCIÓN

En el análisis técnico se estudia todos los elementos que tengan relación con la funcionalidad básica del producto que ofrece la empresa, referente a la adquisición de equipos, adecuación del local, materiales y demás elementos; en el cual, se procederá a describir de manera detallada en los requerimientos fundamentales para la elaboración del análisis.

Centrando nuestro estudio en las etiquetas, señalamos que es una pieza gráfica que debe resumir en sus pequeñas dimensiones la información necesaria al presentar un producto, pero también debe ser concisa informativa y gráficamente atractiva para producir un alto impacto visual que la haga fácilmente reconocible y recordable.

La empresa estará enfocada a la fabricación de etiquetas impresas con sellos de goma, las cuales son dirigidas a ser utilizadas en los productos elaborados por artesanos en la ciudad de Guayaquil; que se utiliza para identificar un objeto cumpliendo con una función comunicativa y comercial muy importante, siendo factible su uso debido a que las artesanías son vendidas sin reconocimiento de la marca ni etiqueta alguna, logrando que las etiquetas elaboradas tenga gran acogida ya que cuenta con un precio accesible, entrega directa y buen acabado. De esta manera logramos que sea visualmente atractiva, de modo que atrape a los posibles consumidores, brindando beneficio al producto y diferenciándolo en el mercado.

Actualmente existe una gran variedad de formatos y materiales para la elaboración de dichas piezas gráficas, si nos enfocamos en la elaboración de estas etiquetas con impresión de estampado por sellos de goma, los cuales serán diseñados por una máquina especializada en el corte del caucho bajo un diseño ingresado, el mismo que será impresa con tintas vegetales que garantiza la durabilidad del mismo. Además contará con acabados que le den aspecto artesanal al producto final.

Para la producción de los sellos se contará con proveedores propios y distribuidores alternos como 3M, RUGERCORP S.A., CAUCHOS VIKINGO; como también en la adquisición de papel tenemos a GRUPO CARTOPEL, PAPELERA NACIONAL, KIMBERLY CLARK ECUADOR S.A.

Para la obtención de la máquina de grabado a láser se la comprará en el extranjero vía Internet, debido a que no existe en el mercado local. La inversión de esta máquina permitirá realizar los cortes de diseños en las gomas de sellos de manera precisa y rápida.

Del mismo modo se necesitará una máquina troqueladora de puntas la que se puede conseguir en la ciudad de Guayaquil. Ayudándonos a dar un acabado mucho más atractivo en las etiquetas después de su impresión en estampado de sello.

También, para la colocación de la plantilla de goma se utilizará una estampadora para realizar la impresión, el mismo que permitirá el cambio de plantillas fácilmente. Éste puede ser conseguido en un lugar de elaboración de madera bajo las especificaciones que la empresa requiera.

Se contará también con equipos de computación especializados en la elaboración de diseños, los cuales se comprará en un local comercial de cómputo que se dedique a la venta de estos equipos, ayudando a agilizar el trabajo por su eficiencia y rapidez que el mismo ofrece.

Los disolventes y las tintas son los productos químicos que con más frecuencia se utilizan en el sector de Artes de Gráficas, dado que alguno de éstos productos pueden ser sumamente peligrosos para la salud y hasta mortales cuando se utilizan sin las precauciones adecuadas, por tal motivo hemos elegido el uso de tintas vegetales cuidando la salud de nuestro personal como el medio ambiente, sin dejar de seguir la línea de la época ecológica actual.

Identificando nuestros equipos, máquinas, materias primas e insumos, el proceso a seguir contará primero con la elaboración del diseño que irá en el sello, realizado en el equipo de cómputo el cual será impreso; pasando luego al operativo que a través de la máquina de laser realizará el proceso del corte y modelo de la plancha de goma, para luego ser adherido al mango del sello. Finalmente, colocando de manera delicada y precisa el color de tinta elegido para el estampado de las etiquetas en el tipo de material previamente seleccionado por el cliente. La fuerza de trabajo estará conformada principalmente por 3 personas con conocimiento en diseño y manejo de máquinas especializadas referente a estampado con sellos.

Se contemplará los siguientes perfiles de personas:

- Contratación de una persona especializada en el manejo de máquina de elaboración de sello, que esté capacitado para el uso y corte del mismo.
- Persona encargada de la manufactura de los trabajos finales.
- En el área de diseño se va a requerir de un diseñador gráfico para la elaboración de los trabajos, contando con la experiencia de programas de diseño.
- En el área administrativa, se contará con una persona encargada de cotizar trabajos que el cliente solicite, entregar el producto final en el caso que el cliente visite las instalaciones y atender a proveedores tanto personal como vía telefónica.

1.2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

En el análisis del producto indicaremos las especificaciones de las etiquetas impresas con estampado de sellos, el proceso tecnológico, materias primas básicas, condiciones de operación con descripción de maquinarias y equipos necesarios.

A continuación haremos la descripción de los requerimientos utilizados en la elaboración y desarrollo del proyecto.

1.2.1 Materias primas

- Tipo de papel, para la impresión de las etiquetas:

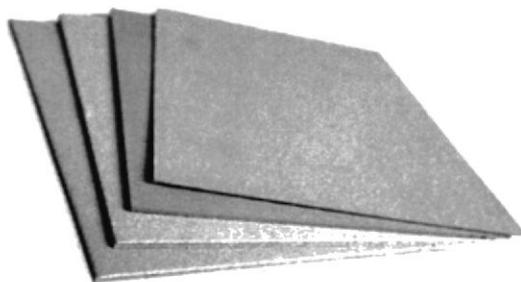


Figura 1.Tipo de papel

NOMBRE DEL SUTRATO	GRAMAJE	TAMAÑO	COLORES	CANTIDAD	PRECIO
Cartón Gris Kimberly Clark	450gr.	75x100cm	Único color	1 Resma	\$ 25.00

Tabla 1. Característica del tipo de papel

- Tinta vegetal de colores como:

GOLDEN STAMP



Figura 2. Colores de Tintas

TIPO DE TINTA	COLORES	TAMAÑO	PRECIO
Golden Stamp	Negro	1Lt.	\$ 7,50
Golden Stamp	Rojo	1Lt.	\$ 7,50
Golden Stamp	Amarillo	1Lt.	\$ 7,50
Golden Stamp	Azul	1Lt.	\$ 7,50

Tabla 2. Características de las tintas

- Lámina de goma para grabar sello en máquina de láser:

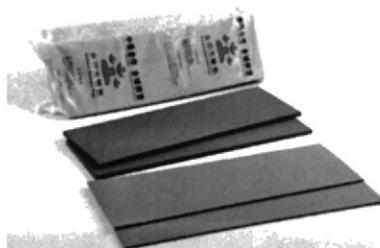


Figura 3. Lámina de goma

MATERIAL	DIMENSIONES	ESPESOR	PRECIO
Lámina de goma para grabar sellos- Golden Stamp	330x150cm	4mm	\$ 2,20

Tabla 3. Características de las láminas

- Rollos de cintas:



Figura 4. Rollos de cintas

MATERIAL	METROS	ANCHO	PRECIO
Rollos de Cintas - Yama	91m	½cm	\$ 2.40

Tabla 4. Características de las cintas

1.2.2 Insumos

- Materiales de insumos requeridos:



Figura 5. Insumos

MATERIAL	PRECIO
Jabón líquido	\$ 3,50
Bandejas metálicas	\$ 8,00
Limpiones	\$ 4,00
Estiletes	\$ 0,60
Esponjas	\$ 5,00

Tabla 5. Precios de los insumos

1.2.3 Tamaño de etiquetas

- Dos tamaños de etiquetas:

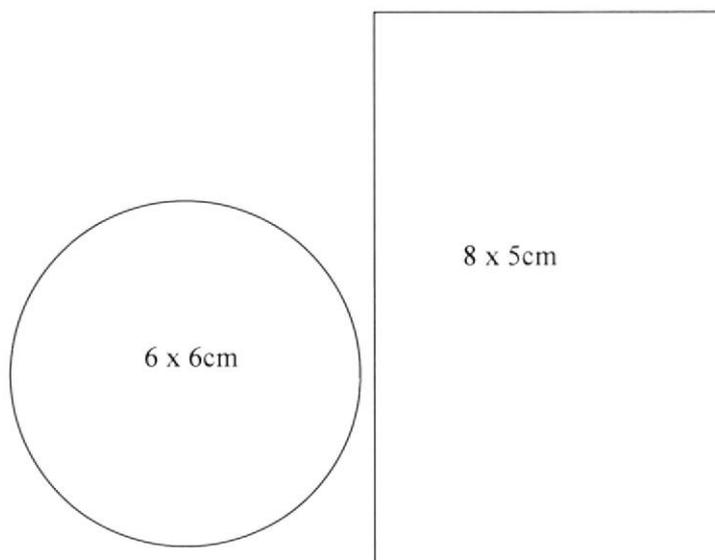


Figura6.Formatos de etiquetas

1.2.4 Costeo de elaboración de una etiqueta:

1) Las etiquetas circulares con un tamaño de 6x6cm impreso mediante estampado con sellos tendrán las siguientes características:

DETALLE	VALOR
Diseño e impresión en la lámina de goma	\$ 0.129
Cartón gris de 450gr de 8x5cm	\$ 0.035
Tinta vegetal de color	\$ 0.005
Troquel en forma de círculo	\$ 0.008
Cinta de 10cm	\$ 0.028
Uso de insumos	\$ 0.020
TOTAL	\$ 0.225

Tabla 6. Detalle de costeo de una etiqueta de circular

2) Para las etiquetas rectangulares con un tamaño de 8x5cm impreso mediante estampado con sellos tendrán las siguientes características:

DETALLE	VALOR
Diseño e impresión en la lámina de goma	\$ 0.129
Cartón gris de 450gr de 8x5cm	\$ 0.035
Tinta vegetal de color	\$ 0.005
El corte rectangular con el uso de guillotina	\$ 0.008
Tira de cabuya 10cm	\$ 0.028
Uso de insumos	\$ 0.020
TOTAL	\$ 0.225

Tabla 7. Detalle de costeo de una etiqueta de rectangular

1.2.5 Fichas Técnicas

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Etiqueta estampada	
DISEÑO:		Abeja	
	Etiqueta impresa con estampado de sello		
	Materia Prima	<ul style="list-style-type: none"> • Lamina de goma • Cartón Gris 450gr • Tinta vegetal 	
	Insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Bandejas metálicas • Limpiones • Esponja • Jabón Líquido 	
	Tamaño	6 x 6 cm	
	Color	Negro	
PEDIDO		100 ETIQUETAS	
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$0.225 x unidad	
PRECIO DE VENTA		\$0.45 x unidad	
OTRAS CARACTERÍSTICAS		Cinta - Perforación	

Figura 7. Ficha Técnica de una etiqueta circular

NOMBRE DEL PRODUCTO:		Etiqueta estampada	
DISEÑO:		Tipográfico	
	Etiqueta impresa con estampado de sello		
	Materia Prima	<ul style="list-style-type: none"> • Lamina de goma • Cartón Gris 450gr • Tinta vegetal 	
	Insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Bandejas metálicas • Limpiones • Esponja • Jabón Líquido 	
	Tamaño	8 x 5 cm	
	Color	Negro	
PEDIDO		100 ETIQUETAS	
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$0.225 x unidad	
PRECIO DE VENTA		\$0.45 x unidad	
OTRAS CARACTERÍSTICAS		Cinta - Perforación	

Figura 8. Ficha Técnica de una etiqueta rectangular

1.3 FACILIDADES

La empresa estará situada en el centro de la ciudad de Guayaquil, debido que el lugar consta con una perfecta distribución de servicios, entre ellos agua, luz, línea telefónica, y alcantarillado. La ubicación fue elegida ya que se encuentra cerca de las zonas de las distribuciones artesanales como el Mercado Artesanal, Malecón, Peñas, entre otros.

En el proyecto se ha estimado que el local tendrá una superficie de 10x6m. Éste espacio deberá ser distribuido en áreas separadas como:

- **Área de atención al público:** Comprende el espacio del local destinado al servicio de los clientes; en el cual se realiza la recepción y entrega del producto terminado en el caso de que estas sean retiradas por el cliente.
- **Área de trabajo:** Lugar donde se desarrollará el estampado comenzando desde el diseño hasta la impresión con estampado de sello.
- **Acondicionamientos:** El acondicionamiento eléctrico deberá cumplir las normas de ahorro de energía y estar preparado de forma que permita la correcta utilización de la máquina.

También se contará con el uso de una central de aire acondicionado para el abastecimiento de todo el local, debido que los equipos y máquinas necesitarán estar en ambientes frescos y ventilados para su mayor rendimiento y cuidado.

Teniendo en cuenta que el sector es un área comercial, da la facilidad de tener la infraestructura necesaria que se ajuste a las necesidades requeridas, instalando todos los elementos como extintores, luces y salidas de emergencia, que garanticen la seguridad del local.

Las instalaciones deben estar adecuadas bajo las indicaciones de accesibilidad para el personal y los clientes.

1.4 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

1.4.1 ESPECIFICACIONES DEL PROCESO



Figura 9. Especificaciones del proceso

Para más detalle del proceso se describe a continuación el proceso en particular de la producción de una etiqueta estampada con sello:

1. Se realiza el diseño de la etiqueta mediante el manejo del software Illustrator y Photoshop.
2. Se procede con la post impresión, el diseño se ajusta al tamaño del sustrato, se cambia a modo negativo (color negro), se lo refleja de lado contrario para que al momento de sellar su orientación sea correcta.
3. Se envía a la máquina láser con las propiedades adecuadas, la que se encarga de realizar el corte y grabado de la goma.

En éste paso el operador técnico tendrá que supervisar que todo el proceso de impresión de la goma se lleve a cabo con normalidad, para evitar imprevistos o fallas que la máquina pueda presentar.

4. Después del proceso de grabado, se retira el sello de la máquina y se lo limpia con una brocha.
5. Se coloca la plancha de goma en la parte superior de la máquina para sellar y se aplica la tinta vegetal, en la parte inferior se ubica el sustrato en el que se va a estampar.
6. Se debe de esperar 1 hora para que la tinta esté completamente seca en los sustratos.
7. El último paso es perforar las etiquetas para aplicar la cinta o tira de cabuya de 10cm, con las que serán colocadas en los productos.
8. Finalmente terminada la producción se empaca para ser entregada al cliente.

1.4.2 TIPOS Y TAMAÑOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Para el desarrollo del negocio, se necesita de equipos y maquinarias, los cuales son esenciales para la operación del negocio.

1.4.2.1 Equipos:

- Computadora de escritorio IMac de 21,5 pulgadas, 2,7 GHz de cuatro núcleos Intel Core i5, la cual permite realizar los diferentes diseños y modificaciones que deseen los clientes mediante los programas de Adobe Illustrator y Photoshop.



Figura 10. Equipos – Computador IMac

- Herramienta de corte pequeña, Guillotina Rexel CL200 A4 con protección de seguridad de plexiglás, cuchilla de acero inoxidable y base de madera rígida impresa con regla en cm, pulgadas, marcas de formato y ángulos. Con este equipo se hará el corte de los sustratos en los que se imprimirán las etiquetas.



Figura 11. Equipos – Herramienta de corte

- Mesas de trabajo de acero inoxidable con recubrimiento en calibre, para realizar cortes, troquelados e impresión de los sustratos y armados de las etiquetas.



Figura 12. Equipos – Mesa de trabajo

- Herramientas de limpieza, brocha multiuso de marca Wilson fabricadas con pura cerda de chanco importada de China y lámina de acero de primera calidad, se utilizará para limpiar el sello de goma cuando se termina de imprimir, eliminando así residuos que afecten al momento de sellar. Además, unas bandejas y jabones líquidos con los cuales se limpiarán los sellos para un próximo uso o cambio de color de tintas.



Figura 13. Equipos - Brochas

- Herramienta para redondear esquinas, máquina CYKLOS MC 6. Se utiliza en el acabado de las etiquetas para medidas de 54 a 120mm.

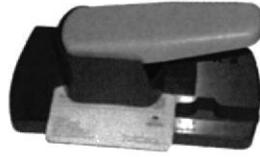


Figura 14. Equipos – Herramienta para redondear

- Herramienta para perforar, Perforadora KW Trio 952 de dos perforaciones con regleta para regular el perforado y con 4 bases de repuesto para orificios de 6 a 7 mm.



Figura 15. Equipos –Herramienta para perforar

- Instrumento para sellar las etiquetas, hecho en material de madera que se abre y al cerrarse hace presión para estampar.

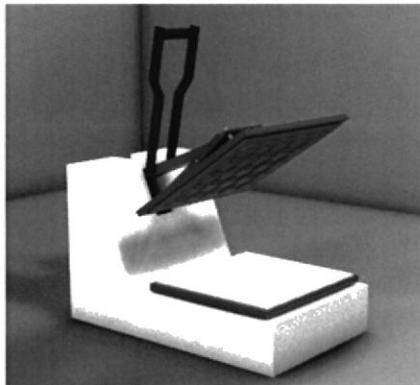


Figura 16. Equipos –Herramienta para sellar

1.4.2.2 Maquinaria:

- Mini máquina de grabado láser marca JQ-4030, para la elaboración de los sellos de goma, con los que se va a estampar las etiquetas.



Figura 17. Maquinaria – Mini máquina de grabado

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA MÁQUINA DE GRABADO LÁSER	
Modelo	JQ4030
Área de corte	400x300m mm
Energía del láser	40w
Tipo de láser	El CO2 sello el tubo del láser, refrigerado por agua.
Velocidad del grabado	0-60000mm/min
Salida del láser	Ajuste 1-100%software
Fuente de alimentación	CA 110 -220V+-EL 10%, 50 -60Hz
Temperatura de funcionamiento	0 - 45C
Humedad del funcionamiento	5 - el 95%
Carácter forma mínimo	Ingles 1.0mm x 1.0mm
Formato gráficoapoyado	BMP, PLT, DTS, DXF, AI
Software apoyado	Photoshop, Illustrator, Autocad
Sistema de conducción	De pasos
Modo de enfriamiento	Refrigeración por agua y sistema de protección
Dimensiones del equipo	720x520x480mm
Peso neto	55kg
Recambios opcionales	Grupo de Up-Down, sistema rotatorio, tabla de panel
Recambios recomendados	Tubo y lente del láser

Tabla 8. Especificaciones técnicas de la máquina de grabado

1.4.3 FORMA DE ADQUISICIÓN DE EQUIPOS

La forma en que se va adquirir todos los equipos y maquinaria que se necesita para el negocio, será mediante compra con recursos propios que están contemplados en la inversión.

1.4.4 PERSONAL NECESARIO

El talento humano con el que contaremos, para maniobrar los equipos y máquinas de uso especial estará conformado por:

- Un operador técnico capacitado, quien estará encargado de operar la mini máquina JQ-4030 de grabado láser para hacer los sellos de goma y será el mismo que haga el montaje del sello terminado en el instrumento para sellar.
- Un diseñador gráfico profesional, que se encargará del manejo de la IMac y su respectivo software. Además será el responsable de sellar las etiquetas. De este modo, se pretende fabricar etiquetas de calidad que tengan un gran impacto visual.
- Un troquelador, con experiencia que se encargue del uso y manejo de la guillotina, de la máquina para redondear puntas y perforadora. Él también tendrá a su cargo el proceso de colocar las cintas o tiras de cabuya a las etiquetas.

1.4.5 POLÍTICAS DE MANTENIMIENTO Y REPUESTOS

La mini máquina JQ-4030 de grabado láser, posee un año de garantía y soporte técnico vía email o telefónico las 24 horas del día sin costo.

Cada año se realizará un mantenimiento preventivo de la máquina en general, de igual manera se recomienda cambiar el tubo de láser y el lente del láser una vez al año.

Además se debe tener en cuenta posibles fallas mecánicas que se presenten después del año de garantía. En estos casos se deberá contratar los servicios de un profesional para su respectivo mantenimiento correctivo.

1.5 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Para garantizar un producto final de calidad, es necesario que el área de la elaboración de los sellos estén acondicionados adecuadamente, contando con un ambiente destinado

a la manufactura y colocación del trabajo final listo para su entrega, lo cual ayuda a mantener el orden e identificación de cada producto; siendo ésta área compartida para el estampado de las etiquetas en sus respectivos sustratos con los diseños terminados. Es necesario que ésta área cuente con repisas para materiales de impresión, insumos y productos terminados. Se contará con un lavadero donde se realice la limpieza de las plantillas de goma después del uso; espacio para la adhesión y recarga de las tintas con materiales necesarios que prevengan los derrame de la misma.

Habrà un segundo ambiente donde se elaboren los diseños requeridos con espacio para la tecnología necesaria, como equipos de cómputo, Internet, teléfono, escàner, impresora y materiales de oficina; los mismo que estaràn enlazados a una máquina principal de estampado.

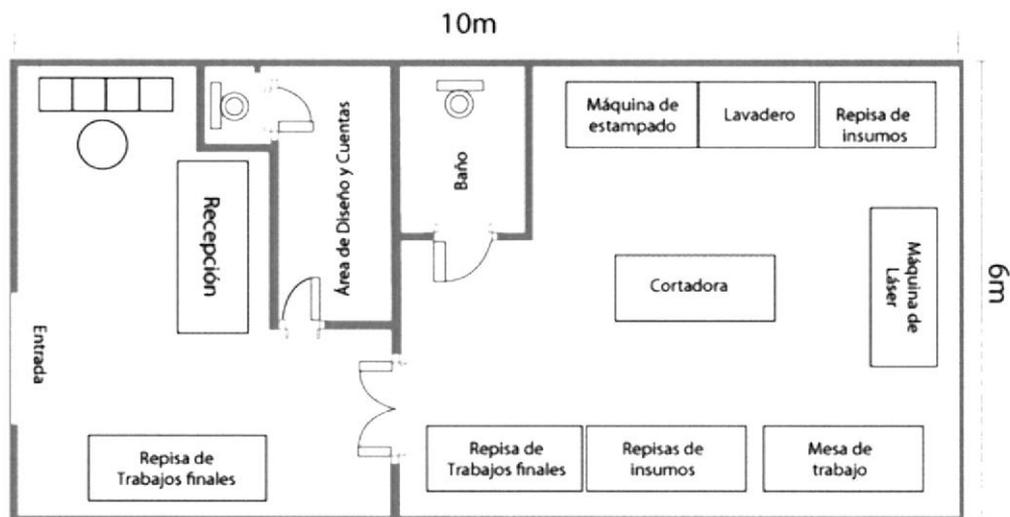


Figura 18. Plano de distribución de la planta

Según las necesidades requeridas, para garantizar un buen trabajo, la distribución de nuestra empresa se la ha realizado con las medidas, prevenciones necesarias y el espacio máximo de nuestro local.

1.6 PLAN DE PRODUCCIÓN

La empresa al inicio tendrá una producción mínima de etiquetas, las cuales se irán incrementando paulatinamente a medida que se vaya captando nuevos clientes y sumando a los ya existentes.



Gráfico 1. Producción Anual

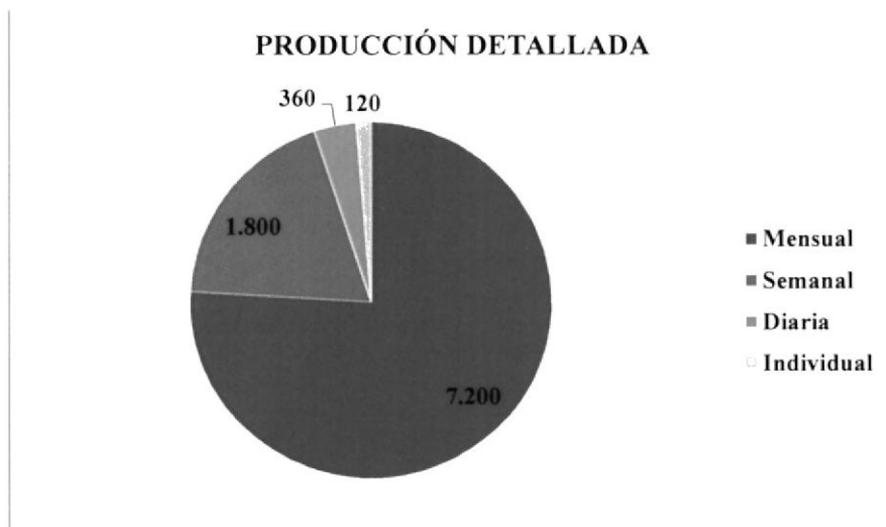


Gráfico 2. Producción Detallada de Etiquetas

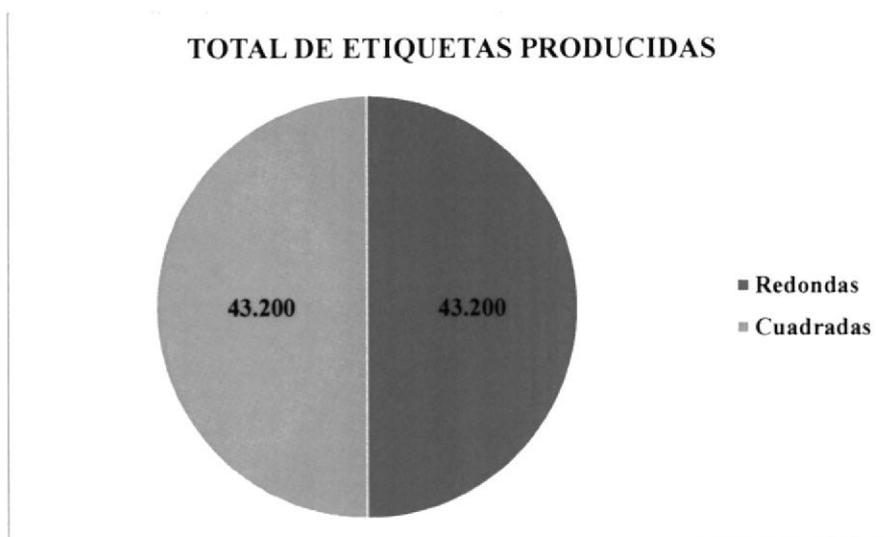


Gráfico 3. Total de Etiquetas Producidas

1.7 PLAN DE CONSUMO

Se considerará que la empresa necesita consumir en materia prima, para poder cumplir con las actividades diarias.

Los materiales deben ser comprados cada vez que el inventario indique que queda en reserva menos del 15%, o cuando existan pedidos que requieran más material del que se tenga en existencia en esos momentos, en caso de percibir falta de unidades, se procederá a contactar al proveedor para que haga llegar un nuevo pedido de la mercadería.

Los costos están expuestos en el análisis financiero.

1.8 PLAN DE COMPRAS

La empresa realizará una planificación de compras mensualmente en función de la producción programada, la cual va evitar la acumulación de excedentes en los inventarios o escases de los mismos.

- 1. Selección de proveedores:** Se revisará y valorará todas las propuestas para seleccionar al proveedor o proveedores más adecuados para trabajar.
- 2. Fijación de fechas de entregas y cantidades:** Se establecerá como fecha los primeros 5 días de cada mes de las cantidades requeridas para la producción planificada.
- 3. Características de la materia prima:** Se analizará las características de los insumos según su calidad para la elaboración de las etiquetas.
- 4. Análisis de los costes:** Se comparará los precios de los distintos proveedores y se escogerá el más conveniente.
- 5. Proveedores alternativos:** Se manejará una lista de proveedores adicionales en el caso que se presenten inconvenientes con los proveedores fijos.
- 6. Equilibrio entre compras y existentes:** Cada fin de mes se realizará un control de las existencias en las perchas y así poder realizar el pedido respectivo.

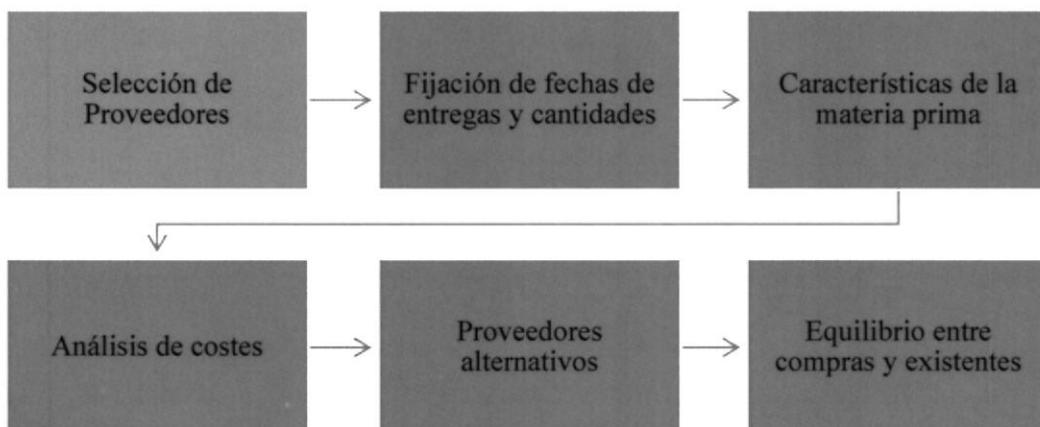


Figura 19. Plan de compras



CAPÍTULO II
ANÁLISIS DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 INTRODUCCIÓN

En los últimos cinco meses, el sector artesanal en el país ha experimentado un incremento en la demanda de sus productos, según el Ministerio de Industrias y Productividad, 2013, lo que significa un mayor crecimiento económico, incluso las empresas más grandes del sector están exportando sus productos a mercados extranjeros.

Por este motivo el artesano microempresario no puede quedarse atrás, cada día debe ir ganando más terreno en el mercado, dándose a conocer y que sus productos sean reconocidos en el medio. Existe un gran nicho de mercado que no cuentan con una etiqueta en la que esté su marca o nombre para que sus productos se identifiquen en el mercado y se diferencien unos de otros.

En la actualidad la etiqueta es una parte fundamental del producto puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño. En el mercado se comercializa una tendencia ya generalizada en lo que respecta a etiquetas pero existen nuevos estilos que permiten activar la creatividad tanto para diseñar como para imprimir etiquetas en la que sus costos no son muy elevados en comparación a la impresión tradicional y que es uno de los motivos por lo cual los pequeños artesanos no pueden acceder a este tipo de impresión.

Para determinar la viabilidad del proyecto se desarrollará una investigación de mercado considerando las preferencias y perspectivas de los artesanos, a través de encuestas que den como resultado la aceptabilidad de una empresa de este tipo. Además de conocer con qué tipo de clientes se va tratar, el perfil del consumidor que actualmente demanda el producto planteado, todas estas interrogantes expuestas anteriormente determinan el planteamiento de estrategias que se aplicarán en este plan de negocio.

Se pretende contribuir al mejoramiento del sector artesanal para elevar su competitividad, dando impulso a la comercialización de artesanías mediante una

imagen que los representa asegurando la participación creciente del sector en la economía del país.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA COMPAÑÍA

El sector artesanal es una fuerza productiva compuesta por la población y sus recursos cognoscitivos y tecnológicos, con los cuales se genera la artesanía dentro de un marco geográfico, histórico, social y cultural. El sector artesanal ecuatoriano crece cada año con un ritmo del 40% por la demanda de sus productos en el país los cuales se ubican en las regiones de la costa y sierra, según el MIPRO,2013.

Hoy, gracias al Estado se tiene como uno de sus objetivos enfocarse en la protección, inversión y desarrollo de los microempresarios, productores y artesanos ecuatorianos; brinda apoyo con préstamos financieros, colocando barreras arancelarias para productos extranjeros y a su vez incentiva por medio de campañas publicitarias al turismo. Con mira de que a un mediano plazo, éste sector alcance un mayor crecimiento, posicionamiento, desarrollo en la parte económica y el retorno de costumbres en el trabajo artesanal.

Favoreciendo así la acogida del producto brindado (etiquetas impresas mediante estampado de sello) en el mercado, ya que el mismo sirve como apoyo y es parte del desarrollo de los productos hechos por los artesanos, haciendo conocer la marca de sus productos.

En el Ecuador el mercado está dividido en tres sectores: los pequeños, los medianos y los grandes artesanos.

El sector enfocado solo será los pequeños y medianos artesanos. Los pequeños artesanos elaboran entre 6 a 8 horas seguidas sus artesanías; mientras que los medianos artesanos, se dedican a producir y exportar, aunque lo hacen en volúmenes inferiores.

Gracias a que el gobierno también incentiva con capacitaciones para los artesanos, con el fin de prepararlos para la exportación de sus productos, da la posibilidad de que este plan de negocio crezca y sea más necesario la utilización de las etiquetas, ya que en el comercio exterior es prioritario el nombre o marca del producto que se vende, influyendo en la decisión de compra.

Las tendencias económicas, sociales y culturales del Ecuador están dadas de la siguiente manera:

- Las tendencias económicas actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y la creatividad del artesano, así como los materiales utilizados.
- La tendencia cultural que se está alcanzando en el Ecuador es de consumir primero los productos ecuatorianos.
- Una de las tendencias sociales es el enfoque de las personas al consumo de los productos que tengan menor impacto y cuidado ambiental.

2.3 MODELO DE LAS FUERZAS DE PORTER

2.3.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores afectan a una empresa a través de su capacidad para aumentar los precios o reducir la calidad de los recursos adquiridos.

Nuestros proveedores principales son:

- **Proveedores de papel:** debido a la existencia de la variedad de proveedores de papeles en el país, se cuenta con el poder de negociación ante los proveedores de esta materia prima, es decir, si un proveedor nos aumenta el costo del material, es más fácil buscar un proveedor alternativo. Siendo recomendable en esta situación tener como medida cautelaría dos o más proveedores.
- **Proveedores de lámina de goma para la plantilla de sello:** al ser un material que cuenta con escasos productores, el poder de negociación de este material lo tienen ellos, rigiéndonos al precio que ellos nos impongan.
- **Proveedores de tintas vegetales:** en el mercado existe una cantidad considerable de proveedores de tintas vegetales, lo que da un poder de negociación equitativo, tanto en el proveedor como el consumidor.

2.3.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CONSUMIDOR

Los compradores afectan a la empresa a través de su capacidad para reducir los precios. Al inicio del negocio el poder de negociación lo tiene el consumidor, ya que éste es un producto nuevo que busca entrar a un mercado no explotado, tratando de convencer y conquistar al consumidor de la necesidad del producto a ser consumido por lo que el precio se va a regir por la economía actual y lo que ellos ofertan por el mismo.

A medida que se desarrolla el negocio según lo planificado, el poder de negociación cambiará de mano dejando sin opinión al consumidor en el precio, ya que al momento sería un producto conocido, utilizado y sin competencia directa.

2.3.3 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Existen en el mercado muchas empresas que pueden sustituir nuestro producto, como son las imprentas que ofrecen etiquetas en grandes cantidades debido a que su elaboración es tecnificada y automatizada.

El punto diferencial de nuestro producto con respecto a las empresas que son amenazas en el mercado, es la elaboración manual de etiquetas, motivo por el cual, se controlan detalles personalizados para cada cliente según sus exigencias.

2.3.4 AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

Debido a que es una idea innovadora en un mercado no atendido, la amenaza de nuevos competidores se daría al ver la acogida de este producto que está enfocado en la ciudad de Guayaquil, naciendo la competencia con ideas similares en otras ciudades del país.

2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.4.1 PRODUCTO

El producto se basa en la creación de etiquetas rápidas y económicas con diseños impresos mediante la técnica de sellado, siendo un proceso para reproducir textos y marcas, que consisten en aplicar tintas vegetales sobre un sello de goma el mismo que se aplica sobre sustratos de papel de distintas formas. La técnica de impresión se fija de manera correcta evitando que se manche la etiqueta por los excesos y tiene una

prolongada durabilidad; las mismas serán colocadas en los productos mediante el uso de colgantes de cintas o tiras de cabuya.

La elaboración de etiquetas mantendrá una mística artesanal, ya que la manufactura de las mismas se basa en procesos que requieren mayor porcentaje de mano de obra que el empleo de equipos o maquinaria tecnificada.

Actualmente muchas artesanías se presentan como una pieza genérica, donde no existe una asociación entre el producto y el artesano que fabrica y comercializa sus productos directamente a sus clientes; la identificación de las piezas artesanales tendría un sentido más de marca para diferenciarlas de sus similares en el mercado.

Este tipo de etiquetado es la manera más factible, económica, ágil y beneficiosa para los artesanos, profundizando en la técnica de impresión utilizando sellos de goma. Esto representa un beneficio económico porque se reducen costos de producción y tiempos de entrega, ofreciendo buenos acabados y sobre todo la oportunidad de adquirir estas etiquetas en cantidades inferiores a las requeridas en un proceso de impresión tradicional. Todo esto sin dejar de lado el cuidado del medio ambiente con el uso de materiales ecológicos.

Al ser un producto no común pero con gran impacto visual, se pretende captar gran cantidad de clientes, ya que existe un nicho de mercado que no ha sido explotado.

Se realizará la debida investigación de nuevas alternativas que existan para colocar las etiquetas, evaluando cada una de ellas para seleccionar las mejores opciones que se puedan adaptar a los distintos productos que requieran etiquetas. Así como también se debe de escoger los tipos de sustratos que sean absorbentes en los cuales se vaya a imprimir.

Para poder tener un producto de excelente calidad se debe de cuidar minuciosamente cada detalle evidenciando que si existe algún tipo de error se pueda corregir y así evitar el desperdicio de materiales o etiquetas con fallas.

2.4.2 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Etiquetas artesanales de calidad.	Dificultad al colocarla en ciertos productos.
Diseño de etiquetas no común.	El tiempo que se necesita para elaborar cada una de las etiquetas.
Elaboración manual del producto.	Pueden dañarse sino se trata con cuidado la etiqueta.
Etiquetas visualmente atractivas.	
Se puede imprimir las cantidades deseadas por el cliente.	Ciertos sustratos de papel que no absorben la tinta vegetal.

Tabla 9. Análisis FODA – fortalezas y debilidades

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El continuo crecimiento del sector artesanal.	Desconocimiento de la técnica de impresión por parte del mercado causando desconfianza en los clientes.
Fácil obtención de materia prima.	Uso de tipos de impresión tradicional.
Apoyo del gobierno a los nuevos microempresarios.	Nuevas alternativas de impresión a bajo costo.

Tabla 10. Análisis FODA – oportunidades y amenazas

2.4.3 CLIENTES

Los clientes están compuestos por artesanos productores, los mismos que venden sus productos directo al consumidor final. La edad de los fabricantes es de 30 a 75 años, que se encuentran en la ciudad de Guayaquil.

La segmentación del mercado está dada por localidades y ubicaciones estratégicas de los clientes potenciales, siendo el resultado el centro de la ciudad de Guayaquil, que tiene la gran mayoría de los locales de artesanías.



Figura 20. Segmentación del Mercado (centro de la ciudad de Guayaquil)

A continuación se detalla información facilitada por la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil, donde reposan los datos de artesanos registrados y la ubicación de cada uno de ellos:

- **Almacenes Artesanos**

Malecón 2000 Mercado Sur Lc. 16, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Arte Cuenca - Cerámica Vega**

V.E. Estrada 1109-B E/Jiguas y Laureles, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Acuario**

C.C. Unicentro Lc. 142, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Alexander**

Baquerizo Moreno y Loja Local 26, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Álvarez**

C.C. Malecón 200 Lc 26, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Andreita**

J. Montalvo, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Choéz**

C.C. Malecón 2000 Galería C. Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Guayas y Quil**

Loja, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Judith**

Mercado Artesanal, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Artesanías Kamas**

Guayaquil, Ecuador s/n, Guayaquil, Guayas.

- **Asociación Interpersonal de Arte**

Baquerizo Moreno, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Comercial Marisol**

Mercado Artesanal, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Durán Cino Samina**

C.C. Albán Borja Lc 43, Guayaquil Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Folklore Huancavilca**

Vélez, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **La Casa del Mimbre**

E. Alfaro 1414, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **La Economía**

Malecón 2000 Mercado Sur Lc 17, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Maderas Tropicales**

Mercado Artesanal Lc. 84, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Manos Boutique**

Urdesa, Cedros Norte 305 y 1era. Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Master Sport**

Alb. XII Et Mz. 18, V-9, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Nómada**

C.C. Rio Centro Los Ceibos P.A. Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Salomé**

C.C. Plaza Triángulo Lc 137, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Shamansprt S.A.**

Av. 9 de Octubre 100, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Taller Artesanal Primero de Abril**

Lavayen 233, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Taller Artesanal Romero**

Mapasingue Este s/n, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Taller Elite Artesanal**

Maldonado 2324, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Talleres Guayasamín**

Víctor Emilio Estrada Y Las Lomas Centro Comercial Urdesa Plazoleta
Interior, Guayaquil, Guayas.

- **Teak Handcraf**

Av. 9 de Octubre 109, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.



Figura 21. Ubicación de clientes estratégicos (Mercado)



Figura 22. Localización de potenciales clientes

2.4.4 COMPETENCIA

El producto no cuenta con competencia directa pero sí con competencia indirecta que son las imprentas que se dedican a elaborar etiquetas en modo tradicional, ya sean estas impresiones en offset y flexografía, que sólo se imprimen en grandes cantidades a un costo elevado, por tal motivo no pueden atender al nicho de mercado al cual se está apuntando.

2.4.5 MERCADO GLOBAL

El mercado global al que está dirigido el producto comprende la región costa de nuestro país que representa el 28.2% de los artesanos a nivel nacional, distribuidos en grupos fabricantes de cerámicas, paja toquilla, joyería, textiles y tejidos, tagua y afines, tallados de madera, entre otros. Los mismos están distribuidos en toda la ciudad de Guayaquil.

Se iniciará el negocio con los siguientes clientes:

- **Almacenes Artesanos**

Malecón 2000 Mercado Sur Lc. 16, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Taller Artesanal Primero de Abril**

Lavayen 233, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Teak Handcraf**

Av. 9 de Octubre 109, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **Maderas Tropicales**

Mercado Artesanal Lc. 84, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

- **La Economía**

Malecón 2000 Mercado Sur Lc 17, Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas.

2.4.6 PLAN DE VENTAS

Para establecer un precio que esté acorde al mercado, se tomará en cuenta los promedios de los valores ya ubicados en la actualidad de estos productos (etiquetas) y todos sus costos variables involucrados.

PROYECCIONES DE VENTAS PARA CINCO AÑOS			
AÑO	PVP	UNIDADES	INGRESO
Año 1	0,45	86.400	\$ 38.880,00
Año 2	0,47	97.920	\$ 46.267,20
Año 3	0,50	115.200	\$ 57.153,60
Año 4	0,52	138.240	\$ 72.013,54
Año 5	0,55	191.976	\$ 105.006,61
TOTALES		629.736	\$319.320.95

Tabla 11. Proyecciones de ventas para 5 años

2.5 PLAN DE MERCADEO

2.5.1 ANTECEDENTES

Las estrategias de marketing se constituyen en valiosa herramienta no sólo para “dar a conocer” el producto y sus características técnicas, sino también para que el consumidor tenga conocimientos de otras formas de impresión que satisfaga sus necesidades. Obviamente no faltará la asesoría al consumidor para la selección del producto que se desea obtener.

2.5.2 CONCEPTO DEL PRODUCTO

Las etiquetas son elaboradas y utilizadas con el fin de lograr la empatía comunicacional, es decir, captar la atención del público al que se dirige, comunicar y dar a conocer la marca del producto de manera individual que se está vendiendo o promocionando; logrando así mayor venta, beneficios y crecimiento, preferencia del consumidor y posicionamiento de la marca.

Las etiquetas impresas mediante estampado con sello son una forma de distinción del resto de etiquetas, demostrando que es un producto mucho más elaborado a través de los acabados únicos que brinda el mismo método de sellado. Elevando así el prestigio de los productos hechos por los artesanos Ecuatorianos.

2.5.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS

- El precio por el producto brindado es variable de acuerdo al:
- Tipo de material (papel, cartulina, etc.) en el que se va a realizar la impresión.
- Dimensiones de la plantilla para la elaboración de la goma de sello.
- Elaboración del diseño en caso que fuera necesario.
- Tamaño de etiqueta.
- Forma o modelo que va a tener la etiqueta final, sea ésta troquelada o con un corte recto.
- Insumos que abarcan todo lo relacionado al acabado final de las etiquetas.
- Cantidad del paquete que solicite el cliente (pedidos de paquetes con mayor cantidad de unidades - menor precio).

Teniendo en cuenta los puntos anteriores podemos determinar que el precio estará basado en el costo total más la utilidad (ganancia estimada del 50%) y más el valor del diseño elaborado.

Debido a que no se cuenta con competencia directa, el valor del precio no será tan significativo para la penetración en el mercado, teniendo en cuenta calidad y un valor razonable para el cliente final, al que se dirige el producto.

El cliente, una vez que solicite el pedido y de acuerdo a la cantidad requerida tendrá que cancelar el 50% de adelanto, y el 50% restante cuando se entregue el producto final; de esta forma se asegurará que el cliente regrese a retirar su encargo.

A continuación se detalla una tabla de los productos a ofrecerse:

UNIDAD TAMAÑO	TROQUEL	CANTIDAD DE PEDIDOS	COSTO UNIT.	PRECIO VENTA PÚBLICO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD
8 x5cm	Rectangular	100	\$ 0.225	\$ 0.45	50%
6x6cm	Circular	100	\$ 0.225	\$ 0.45	50%

Tabla 12. Detalle de productos

2.5.4 ESTRATEGIA DE VENTA

Unos de los factores más significativos para la motivación a la compra del producto es el ahorro de costo contra el beneficio.

Mediante ésta estrategia se pretende lograr un aumento progresivo en el nivel de aceptación del producto, lo cual es importante durante la etapa de introducción.

Debe hacerse énfasis en dirigir la estrategia a aquellos negocios que requieran dar a conocer su marca, poder diferenciarse, posicionarse en el mercado e incrementar la confianza de la calidad de su producto, logrando así mayor venta, beneficios y crecimiento, con trabajos rápidos generando fidelidad con los clientes.

Se realizarán visitas a clientes potenciales del mercado para dar a conocer el producto, de ésta manera se podrá abarcar al resto de clientes.

Las ventas se enfocarán inicialmente en el mercado local de la ciudad Guayaquil, manteniendo el interés de extender la oferta del producto sin dejar de lado la

proyección y acaparamiento del resto de ciudades donde se encuentran los grandes artesanos y/o productores del país.

2.5.5 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Para promocionar nuestro producto contaremos con una estrategia de promoción que se detalla a continuación:

- Realizar descuentos por pagos inmediatos o por volumen de compra.
- Presentación del prototipo a realizar.
- Elaboración de tarjetas de presentación representativa de la empresa.
- Consideramos que el marketing de boca en boca es una gran herramienta, se dirigirá de manera agresiva a los clientes o artesanos potenciales con el objetivo de satisfacer la propuesta (cuando se ha realizado un trabajo de manera profesional, nuestros clientes nos recomendarán a terceros).
- Promoción de las etiquetas en los eventos o ferias dirigidas a productos artesanales, como ferias que el Estado organiza para promover al emprendedor, microempresario, agricultores, artesanos, etc.
- Repartición de folletos, muestras y breves explicaciones como asesoramiento de la imagen que se desea engrandecer, a los artesanos de la ciudad de Guayaquil.
- Catálogos de venta con la información detallada del producto, como tipo de materiales y demostración de producto final

Se va a crear un plan de comunicación de nuestro producto mediante el cual se destaque esencialmente un acto de información, persuasión y comunicación, que incluyen varios aspectos de gran importancia, como reconocimiento de marca y aumento en ventas.

2.5.6 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia que se tiene en cuenta para establecer un canal óptimo de distribución es brindar a los clientes paquetes que sean atractivos para su negocio. Esto incluye poder ofrecer paquetes de descuento por pagos inmediatos o por volumen de compra.

Otro punto importante para la definición del canal de distribución, será el oportuno despacho de los pedidos y la respectiva facturación.

El tiempo de entrega del producto terminado estará regido a la cantidad de unidades pedidas.

La forma en que los productos serán entregados, se hará por medio de la siguiente distribución:

- Se realizará a través de entrega directa a los clientes (artesanos), como servicio extra que brinda la empresa.
- La segunda forma se dará mediante a la ubicación estratégica geográfica de la compañía, estando en la parte céntrica de la ciudad de Guayaquil en las calles de Junín y Panamá esquina, permitiendo a los clientes una rápida localización de la empresa.

2.5.7 POLÍTICAS DE SERVICIO

La empresa ofrece a sus clientes un servicio de calidad y rapidez, mostrando las cualidades de la empresa al público, incluyendo las siguientes ventajas:

- Excelente atención al cliente.
- Puntualidad en la entrega del trabajo final.
- Asesoramiento en comunicación visual.
- Entrega de pedidos directamente a los almacenes o talleres de los artesanos y emprendedores.
- Comunicación constante con los clientes para verificar resultados, demostrando interesados en el beneficio mutuo.
- Garantías en la duración del estampado con tinta vegetal, constatando que en caso que no ocurra se cambiarán las etiquetas imperfectas por unas nuevas.

- La política de cobro se realizará a través de una cuenta bancaria, donde facilitará al cliente el pago del pedido; evitando así la manipulación del dinero, cheques sin fondo, billetes falsos, robos etc.

2.5.8 TÁCTICAS DE VENTA

Se contratará con una ejecutiva de cuentas para contactar y manejar a potenciales clientes. La ejecutiva deberá tener firmes conocimientos técnicos del producto como del manejo de la marca, para poder demostrar un trabajo profesional de principio a fin.

Se detallan los requisitos que debe cumplir una ejecutiva son:

- Experiencia en venta activa, es decir venta directa y manejo de clientes (venta puerta a puerta)
- Estudios en Marketing y Ventas o afines.
- No ser mayor de 30 años.
- Sexo femenino.
- Habilidades de comunicación.
- Experiencia en el área que se desenvuelve la empresa.

Una de las estrategias de ventas que se utilizará es hacer énfasis de los descuentos otorgados en los pedidos al por mayor o en paquetes con mayor cantidad de unidades, en comparación con los pedidos de unidades promedios o menores. Aproximadamente el descuento otorgado está considerado entre el 10% - 15% del precio total de acuerdo se ha realizado el pedido.

2.5.9 PLAN DE CONTINGENCIA

En el caso de que no se obtenga los resultados esperados con el plan de mercadeo anteriormente planificado, se tiene como plan de contingencia enfocarse directamente a los artesanos y productores fuera de la ciudad de Guayaquil, gracias a que poseen una visión distinta del mercado local.

2.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para el proceso de este negocio, es significativo considerar que la cantidad de etiquetas que se realizarán y el grupo objetivo al que se dirige, estarán sustentados en una investigación cuantitativa, según muestra del mercado potencial, que en este caso son las personas particulares o negocios del sector artesanal de la ciudad de Guayaquil.

1.-Su edad se encuentra en el rango de:

Su edad se encuentra en el rango de

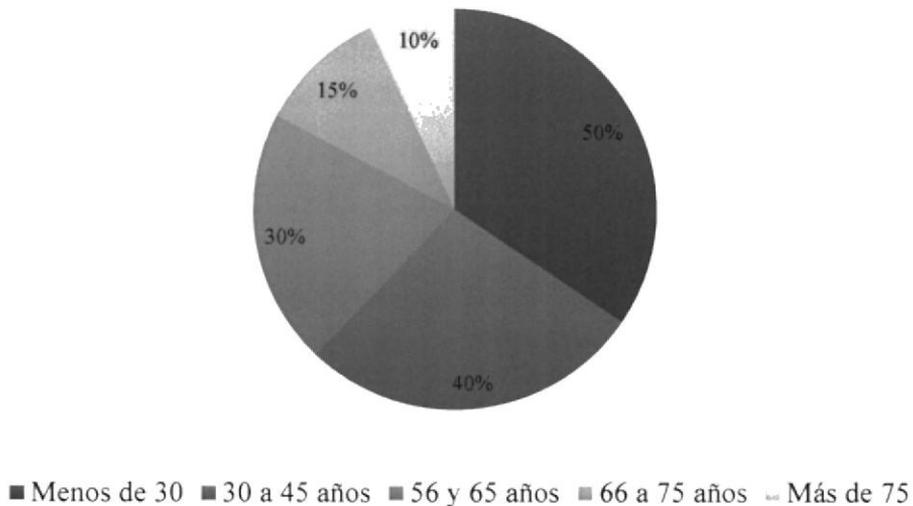


Gráfico 4. Rango de edades

Análisis:

La edad de las personas encuestadas de mayor porcentaje fueron menor de 30 años, seguido con el 40% las personas entre 30 a 45 años, dando la pauta para comprender que la mayoría de las respuesta de esta encuesta pertenece a este grupo.

2.-Género:

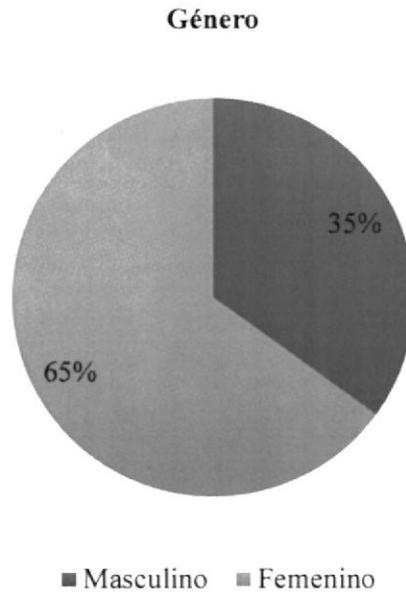


Gráfico 5. Edades

Análisis:

Del total de los encuestados el 65% corresponde al sexo femenino, tomando en consideración la pregunta número 1.

3.-Su negocio se dedica a la venta de:



Gráfico 6. Actividad de negocios

Análisis:

Siendo el total de los encuestados artesanos, se determina que el 25% corresponde a la venta de cerámica, seguido por la venta de productos de cuero y sombrero con el 20% cada uno. Dando a entender que son los que tienen una mayor presencia en la ciudad de Guayaquil.

4.- ¿Usted es fabricante o distribuidor?

¿Usted es fabricante o distribuidor?

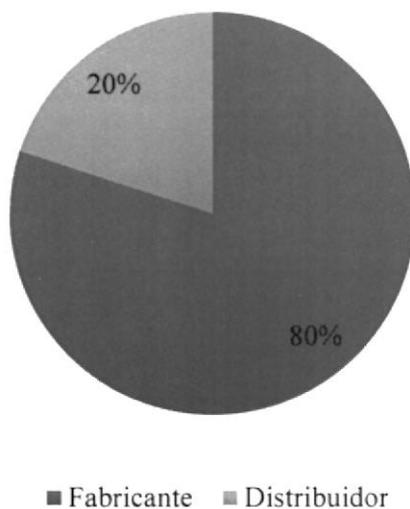


Gráfico 7. Porcentajes de negocios que son fabricantes o distribuidores

Análisis:

Con un 80% de fabricantes encuestados ayuda analizar que los artesanos en la ciudad de Guayaquil se dedican tanto a la producción como la venta de sus propios productos.

5. ¿Los productos que usted vende, tienen una marca o un nombre impreso que los identifique quién los elaboró?

¿Los productos que usted vende, tienen una marca o un nombre impreso que los identifique quién los elaboró?

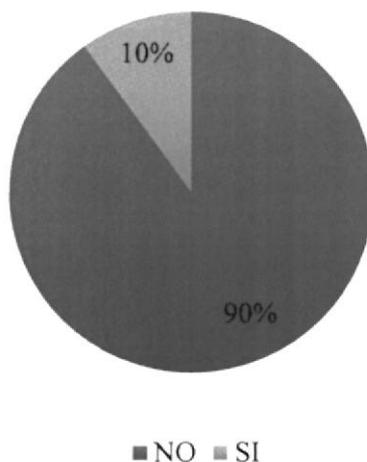


Gráfico 8. Productos que tienen nombres o marcas impresas

Análisis:

El 10% poseen un nombre o marca en sus productos, es decir que la mayoría no le da importancia a la colocación de un nombre representativo al empaque de su producto, favoreciendo el desarrollo del proyecto ya que es la base requerida para su desarrollo.

6.- ¿Cree usted, que el trabajo elaborado por los artesanos ecuatorianos es reconocido en el mercado?

¿Cree usted, que el trabajo elaborado por los artesanos ecuatorianos es reconocido en el mercado?

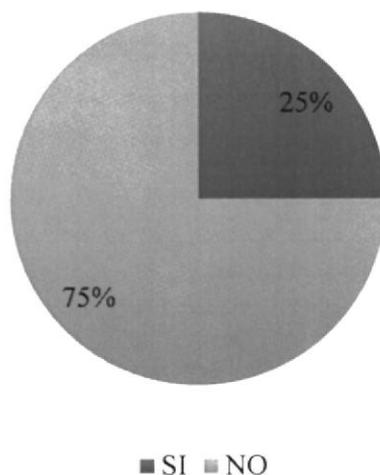


Gráfico 9. Trabajos de artesanos reconocidos en el mercado

Análisis:

La mayoría de los artesanos ecuatorianos sienten que su trabajo no es reconocido al igual que sus productos. Debido a la poca importancia que se le daba al producto ecuatoriano; dándonos la pauta para explotar el nombre o marca de ellos mediante el proyecto a plantear.

7.- ¿Le gustaría, que sus productos tengan una etiqueta impresa por sellos con toque artesanal, que los identifique y distinga de la competencia?

¿Le gustaría, que sus productos tengan una etiqueta impresa por sellos con toque artesanal, que los identifique y distinga de la competencia?

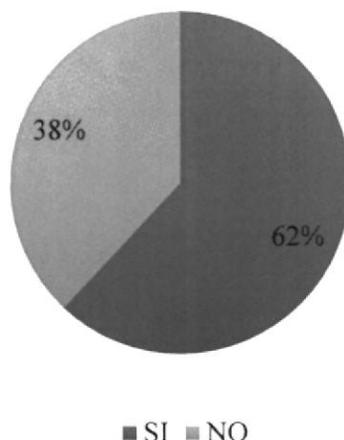


Gráfico 10. Porcentaje de aceptación de personas que gustaría que los productos tengan etiqueta impresa

Análisis:

A pesar que el 38% no está de acuerdo, tenemos el mayor porcentaje a favor de la implementación del etiquetado a base de sello en forma artesanal.

Gracias a la tendencia y a las campañas que realiza el Gobierno en el incentivo, capacitación e importancia en la implementación de técnicas básicas de marketing, la marca, diseño, etc.

Viéndose el cambio en la manera de pensar del artesano se ve reflejado en el 62% a favor de la implementación de la etiqueta impresa que se ofrece.

8.- ¿Qué le parece el precio de la impresión tradicional de etiquetas en nuestro país?

¿Qué le parece el precio de la impresión tradicional de etiquetas en nuestro país?

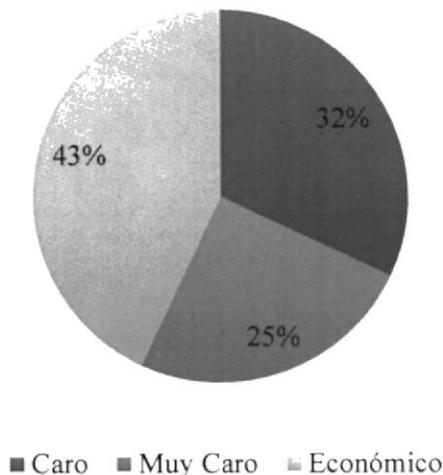


Gráfico 11. Porcentaje de percepción de precios de impresión de etiquetas

Análisis:

Teniendo en cuenta que la forma tradicional de impresión de etiquetas se da en las imprentas de forma sencilla, con materiales básicos y sin valor.

La mayoría (43%) cree que son de precios módicos, pero en comparación al producto que se desea brindar éste pasa a tener un valor elevado, ya que es de un precio similar pero con mayor elaboración y especializado para este tipo de productos.

9.- ¿Qué opina de la presentación de impresión de las etiquetas tradicionales en nuestro país?

¿Qué opina de la presentación de impresión de las etiquetas tradicionales en nuestro país?

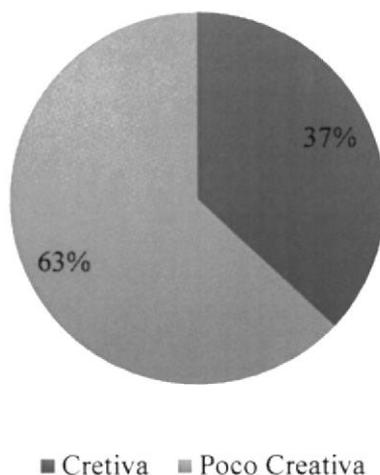


Gráfico 12. Porcentaje de opinión de la presentación de etiquetas

Análisis:

El gran porcentaje de encuestados denotan que la presentación de etiquetas son de muy poca creatividad, por el mismo motivo que son elaboradas e impresas de forma tradicional en imprentas, las cuales no se han preocupado en desarrollarse en esta línea de servicio; siendo una vía alterna para impresión de etiquetas mediante estampado con sello.

10.- ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por la elaboración de etiquetas para sus productos?

¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por la elaboración de etiquetas para sus productos?

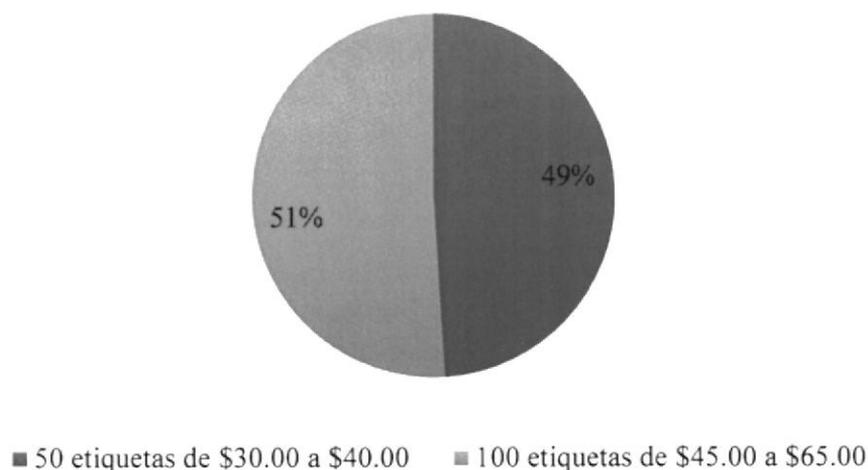


Gráfico 13. Porcentajes de aceptación de rangos de precios de las etiquetas

Análisis:

La respuesta de esta pregunta es muy pareja, con una ligera diferencia de un 2% la cual se da en:

El 49% de artesanos desea comprar 50 etiquetas por el precio de USD30-40 por motivo que elaboran pocos productos en un período largo o por temor de invertir en este producto sin recibir los resultados esperados, esto es gracias a la particularidad del ecuatoriano que espera recibir resultados inmediatos para luego seguir invirtiendo. En este caso el precio por unidad sería de USD0.60 a USD0.80.

La otra mitad con el 51% desea cantidades de 100 unidades por el precio de USD45-65 por motivos de reducción de costos en compras al por mayor, siendo de esta manera el precio unitario de USD0.45 a USD0.65 cada etiqueta, teniendo así un ahorro significativo dependiendo del interés y opinión que tenga el cliente.

2.7 MARCA

La identidad visual corporativa de la empresa en etiquetas impresas mediante estampado con sellos “Etiket Art”, recoge lo elementos gráficos y normas de aplicación con el fin de servir como herramienta eficaz en la identidad visual de la empresa.

La marca creada ha de establecer una conexión emocional con el cliente; el cliente no compra un producto o servicio, compra los valores que asocian al mismo. Esta parte se la denomina personalidad de la marca, también es considerada como la parte artística acompañada con la personalidad del cliente deseado o grupo objetivo dentro del mercado.

2.7.1 PROCESO DE DESARROLLO DE LA MARCA

Como primer paso, se procede a realizar los bocetos del logo.



Figura 23. Proceso de desarrollo de la marca

2.8 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.8.1 LOGOTIPO

El logotipo de “Etiket Art” usa un concepto a través de la forma y estilo, inspirados en productos manuales y artesanales.

Como forma primordial en el logotipo, resaltan dos objetos, una de ellas es el contorno de sello artesanal expresando la base fundamental del producto y el otro la letra “i” encerrada en la forma de una etiqueta, las cuales al estar juntas reflejan el objetivo que brinda la empresa, etiquetas impresas mediante estampado con sellos.



Figura 24. Logotipo

2.8.2 PROPORCIONES

El logotipo está diseñado con las proporciones de 4cm x 4cm.

En la siguiente diagramación se señalan las proporciones para su correcta reproducción, 1x representa la unidad base (1cm).



Figura 25. Proporciones del logotipo

2.8.3 ÁREA DE PROTECCIÓN

Siempre se debe mantener un mínimo de espacio limpio alrededor del logotipo para preservar su integridad. Para mantener su claridad visual y así proveer su legibilidad.



Figura 26. Áreas de protección

2.8.4 APLICACIONES DE COLOR

El logotipo se compone de cuatro colores

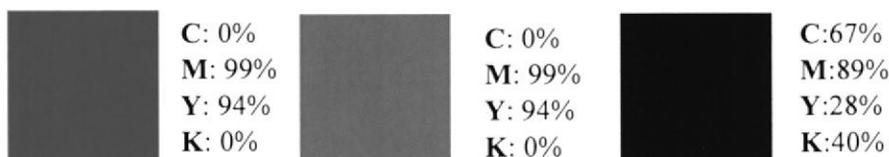


Figura 27. Aplicaciones de color

Se empleó el color rojo para obtener mayor atracción y fuerza en la comunicación del logotipo. Combinado con el color naranja para darle mayor realce, vida en forma simple y directa, brindando diferenciación, sencillez y accesibilidad a la marca.

El uso del púrpura da la característica esencial de la creatividad, influyendo en el ánimo y deseo de adquisición por parte del consumidor.

La combinación de todos los colores juega en la mente del consumidor, ya que por un lado muestra un producto exclusivo y creativo pero muy accesible a nuestro público

objetivo. Dando realce a los productos que usan etiqueta impresas con estampado de sello.

2.8.5 MARCA EN BLANCO Y NEGRO

Esta versión es utilizada comúnmente en prensa, revista y folletería donde no se utilice el color o donde se requiera el uso específico de una sola tinta.



Figura 28. Logotipo impreso en positivo



Figura 29. Logotipo impreso en negativo

2.8.6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Haettenschweiler

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Figura 30. Tipografía

Se utilizó la tipografía Haettenschweiler, por su sobriedad y fuerza de comunicación que complementa el logotipo.

2.8.7 USOS Y COLORES NO PERMITIDOS

No reducir la forma del sello.



Figura 31. Forma no permitidos

No está permitido el uso de otros colores de la marca.

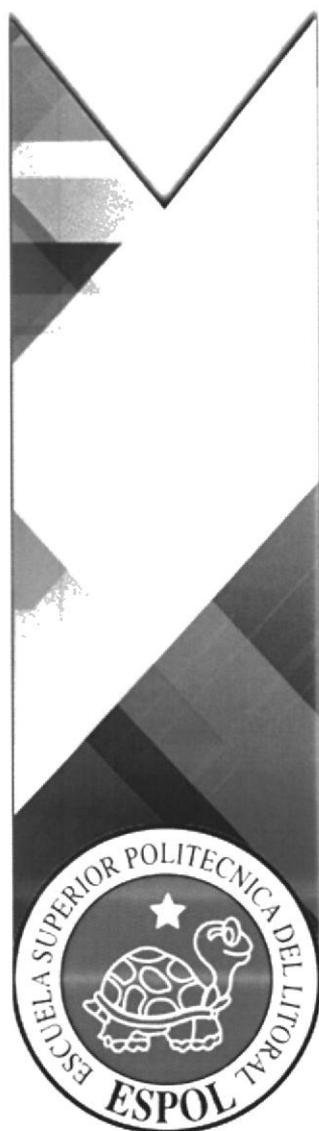


Figura 32. Color no permitido

No usar gradientes.



Figura 33. Gradiente no permitido



CAPÍTULO III
**ANÁLISIS ADMINISTRATIVO,
LEGAL Y SOCIAL**

3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

3.1 GRUPO EMPRESARIAL

La organización cuenta con dos accionistas:

- Daysi Moya Jácome, Gerente general
- Génesis León Drouet, Administradora

3.2 NIVEL DE PARTICIPACIÓN DE LAS ACCIONISTAS

Daysi Moya Jácome, tendrá el 50% de participación en la junta directiva.

Génesis León Drouet, manejará el 50% restante de la participación en la directiva.

De ésta manera, al ser ambas accionistas, se llevarán a cabo la toma de decisiones de acuerdo mutuo o cambios necesarios para el mejoramiento continuo del negocio.

3.3 TIPO DE CONTRATO

De acuerdo a la ley, se tendrá primero un tiempo de 3 meses para el control de prueba, luego de este período, se realiza la actualización firmando el contrato respectivo en forma anual.

3.4 POLÍTICAS SALARIALES

A continuación se detalla el sueldo de cada miembro de la empresa.

CARGO	SUELDO
Gerente	\$ 400.00
Administrador	\$ 400.00
DiseñadorGráfico	\$ 350.00
Técnico	\$ 320.00
Manufacturador	\$ 320.00

Tabla 13. Políticas salariales

3.5 ORGANIZACIÓN

3.5.1 ORGANIGRAMA

La organización tiene como objetivo repartir de manera óptima las actividades necesarias para obtener un trabajo eficiente en equipo, estableciendo objetivos del área, de acuerdo con los objetivos de la empresa misma y del resto de las áreas que lo conforma. Siendo importante en el futuro, ya que se espera el crecimiento de la empresa y así evitar la desorganización de la misma.

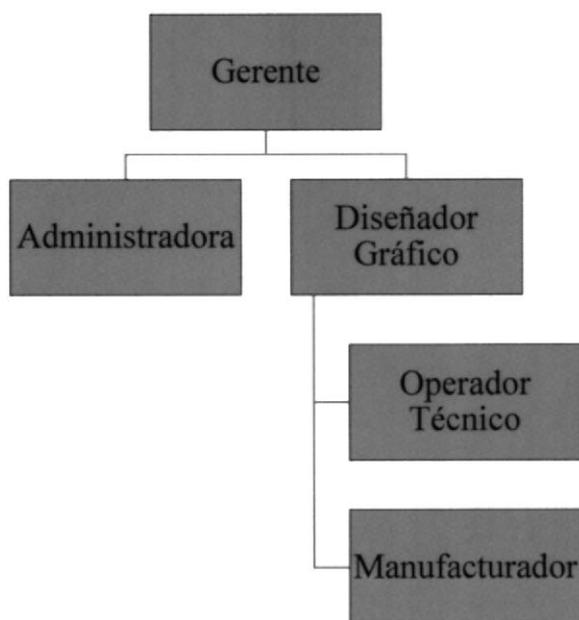


Figura 34. Organigrama

3.5.2 FUNCIONES

Gerente: representante legal de la empresa, encargado del direccionamiento estratégico, supervisará lo concerniente a la planta de producción y en general. Igualmente Será el encargado de dirigir, coordinar, planear y controlar la empresa, estará a su disposición el control de inventario, presupuesto y tamaño de producción.

Administrador: Persona entre los 22 y 30 años de edad, que tenga experiencia mínima de dos años y que se haya desempeñado en el área de contabilidad, compras y administración de nomina

Operadores: Jóvenes con experiencia mínima de dos años en la manipulación de máquinas de grabado y manufactura.

3.5.3 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Para la búsqueda de nuestros empleados vamos a recurrir a anuncios en los periódicos de mayor circulación nacional tales como: El Universo, Diario Expreso, bolsas de trabajo en páginas web como multitabajos.com, socioempleo.gob.ec y en el centro de promoción y empleo de la ESPOL.

El contrato que se realizará para cada empleado va a ser un contrato indefinido con cláusula de prueba de tres meses. Tampoco descartamos promover contratos de pasantías para facilitar a aquellas personas que finalizan sus estudios y necesitan incursionar en el mercado laboral.

3.5.4 ORGANISMOS DE APOYO

Se va a contar con el apoyo de Seguros Unidos S.A., este seguro cubre las pérdidas o daños materiales directos, originados por un hecho súbito imprevistos que sufran las maquinarias.

3.6 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

3.6.1 MARCO LEGAL

Una microempresa es un ente económico que brinda un bien o servicio y genera una utilidad, es importante porque es una unidad de producción que ayuda a la economía de un país, la misma que está integrada por elementos personales y materiales coordinados entre sí.

La microempresa a formarse está definida por los siguientes puntos:

- Por la actividad que cumple:
Industria: Se encarga de transformar ciertos bienes menores en un producto final mediante un proceso de producción definido.
- Por el tamaño:
Microempresa: Por el monto del capital.
- Por el sector:
Sector privado: Por su aporte de capital perteneciente a personas naturales.

3.6.2 MICROEMPRESA

La microempresa de diseño e impresión de etiquetas que se pretende crear, será una persona natural, pero se ha realizado las averiguaciones necesarias para que en un futuro el negocio se convierta en una compañía de responsabilidad limitada.

3.6.2.1 COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

A continuación se detallan los requisitos:

- **El nombre:** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías. (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 99.1.1.3.0013).
- **Solicitud de aprobación:** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
- **Números mínimo y máximo de socios:** La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. (Art. 95 de la Ley de Compañías).
- **Capital mínimo:** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.008, en concordancia con el Art. 99 literal g. de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles.

En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.

- **El objeto social:** De acuerdo a la actividad que la empresa se va a dedicar es obligación afiliarse a la cámara de industriales de o pequeñas industrias.

-
- **El origen de la inversión:** Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional.

3.6.3 AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS

La Cámara de la Pequeña Industria del Guayas CAPIG, es una organización no gubernamental sin fines de lucro que agrupa y representa a las **Mypymes** pequeñas y medianas empresas de la provincia del Guayas que busca el desarrollo del sector industrial a través de herramientas de **Servicio de Desarrollo Empresarial** y la defensa de los intereses de sus agremiados.

Los requisitos para ser socio de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas son:

- Llenar el formulario de Afiliación y Croquis de ubicación física.
- Copia a color de Cédula de Ciudadanía.
- Copia a color del Certificado de votación.
- Copia a color del Registro Único de Contribuyentes RUC
- Pagar el costo de afiliación USD 47.00 (cheque certificado o efectivo).

La Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, ofrece los siguientes beneficios:

- Asesoría empresarial y financiera
- Asesoría jurídica
- Asesoría internacional
- Centro de capacitación
- Centro de salud
- Alquiler de aulas y auditorio (descuentos para socios)
- Beneficios red MIPYMES
- Portal comercial MIPYMES

- Oportunidades comerciales
- Boletines

3.6.4 ELABORACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA

Es el documento legal que el notario otorga para dar fe de la conformación de la empresa.

Para obtener el Testimonio Notarial se siguen los siguientes pasos:

- Realizar un depósito bancario en una cuenta corriente a nombre de la empresa por el monto estipulado por la superintendencia de compañías que valor que deberá estar en el capital declarado en los estatutos.
- Llevar la minuta a la notaria, los comprobantes de pago y la fotocopia de la cédula de ciudadanía papeleta de votación de los socios para que el notario elabore el testimonio de constitución.
- Los socios irán a la notaria a firmar y poner su huella digital.
- Publicar por una sola vez en el diario de mayor circulación un extracto de constitución.

Como en un comienzo el desarrollo de las actividades se efectuará como microempresa es importante que esta cumpla con ciertas formas legales necesarias para su legal funcionamiento que son establecidas por entidades reguladoras.

3.6.5 PERMISOS LEGALES PARA EL FUNCIONAMIENTO

- Matricula de comercio- Código de comercio.
- Registro único de contribuyentes – SRI.
- Ley de régimen municipal – Registro de patente municipal.
- Permiso a cuerpo de bomberos.
- Permiso de funcionamiento.
- Obtención del código patronal – IESS.

3.6.6 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL

Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

3.6.7 OBTENCIÓN DEL RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Para obtener el RUC de una compañía debe presentar:

- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copias de la cédula y de la papeleta de votación del representante legal. Si éste fuere extranjero, a falta de cédula, copia fotostática del pasaporte.
- Certificación de la dirección domiciliaria en que la compañía desarrolle su actividad económica.
- Formulario del RUC en que consten todos los datos en él exigidos para la inscripción de persona jurídica, y la firma de su representante legal.

Plazo de inscribirse es de treinta (30) días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

3.6.8 OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL

Toda persona natural o jurídica que ejerce alguna actividad comercial debe tener el respectivo registro municipal de patente, en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa, junto con el pago de la patente anual que establece la Ley de Régimen Municipal.

Se debe cumplir los siguientes requisitos:

- Formulario solicitud para Registro de Patente Personas Naturales.

- Original y copia legible de la cédula de ciudadanía del contribuyente.
- Original y copia legible del RUC actualizado.
- Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Cuerpo de Bomberos).
- Copia legible de las declaraciones del Impuesto a la Renta o las declaraciones del impuesto al Valor del ejercicio económico anterior al que va a declarar.

3.6.9 TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación.
- Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

3.6.10 PERMISO DE USO DE SUELO

Se debe estar autorizado para hacer uso de ese suelo comercial. La institución que otorga este permiso es el Municipio de Guayaquil.

La constitución de la microempresa de diseño e impresión de etiquetas estará respaldada por la ordenanza de uso de suelo que, reglamenta el uso del suelo en la ciudad de Guayaquil.

Se establecen los siguientes requisitos únicos para la obtención de la Tasa de Habilitación y Control, determinados en el Art 7 de la Reforma a la Ordenanza que regula la emisión de la Tasa de Habilitación y Control de actividades económicas en establecimientos:

- Copia de patente municipal del año exigible.
- Tasa por servicio contra incendio (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigente o definitivo. Presentar original y copia.
- Consulta de uso de suelo no negativa.
- Copia de última actualización del RUC.
- Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación (comprar en las ventanillas municipales).
- Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica).
- Copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural).
- Sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.
- Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada.

3.6.11 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local.

Los requisitos para obtener este servicio son:

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.

- Fotocopia nítida del ruc actualizado.
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local.

3.6.12 OBTENCIÓN DE CLAVE PATRONAL

Para la emisión del número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal.
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico).
- Digitar el número del RUC.
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral, la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro).
- Copia del RUC.
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz.
- Calificación artesanal si es artesano calificado.

3.6.13 REGLAMENTACIÓN URBANA

Recolección de Ordenanzas y Reglamentos de la M. I. Municipalidad de Guayaquil.

- **Art. 18.- RECIPIENTES PARA LA BASURA.-** Los administradores de todo establecimiento comercial e industrial, debe mantener recipientes apropiados

para la basura, suficientemente visible para que sus clientes y transeúntes puedan arrojar papeles y desechos.

- **Art. 22.- HORARIOS ESPECÍFICOS PARA RECOLECCIÓN DE BASURA DE HOTELES Y OTROS.-** Los hoteles, restaurantes, establecimientos comerciales, fabriles y hospitales, para la recolección de basura, deberán sujetarse a las disposiciones especiales que emanen de la Municipalidad o de la entidad respectiva, y tendrán horarios específicos para la recolección de basura.
- **Art. 55.- LETREROS Y AVISOS PUBLICITARIOS.-** Todo letrero, o aviso publicitario situado en la vía pública deberá ser registrado reglamentariamente. Se exceptúan los letreros completamente fijados adheridos a las fachadas de los edificios, que no sobresalgan visualmente más de treinta centímetros y aquellos ornamentales instalados temporalmente, en razón de fiestas cívicas o navideñas.
- **Art. 56.- REGISTRO MUNICIPAL DE AVISOS PUBLICITARIOS.-** En el registro municipal correspondiente constará además del nombre y dirección del propietario o interesado, la ubicación del letrero, la codificación, las dimensiones de superficie total publicitaria y la fecha de concesión inicial. Para facilitar el control del Delegado Municipal en cada letrero, o en sus o porte, estará impreso y con tamaño de letra visible, la codificación establecida, la fecha original del permiso y la superficie total destinada a la publicidad.

Fuentes de investigación:

- <http://www.iess.gov.ec/site.php?content=1124-lista-de-tramites-que-los-ciudadanosrealizan-en-el-iess>
- <http://www.lacamara.org/website/>
- <http://www.capig.org.ec/>
- <http://www.sri.gob.ec/>
- <http://www.guayaquil.gob.ec/>

3.7 ANÁLISIS AMBIENTAL

Como ya se sabe, el medio ambiente nos necesita. Y como empresa se debe comenzar a capacitarse, formarse e interiorizarse en las normas o aspectos que brinden soluciones y alternativas más sostenibles para llevar a cabo los respectivos negocios. Para ser un empresario respetuoso y comprometido con el medio ambiente se necesita involucrarse con mecanismos más sostenibles, la involucración y predisposición para realizar actividades sin dañar, o dañar lo menos posible al medio ambiente.

La empresa de diseño e impresión de etiquetas mediante el estampado con sello, será amigable con el medio ambiente, porque la actividad a la que se dedicará, está pensada en no contaminar y la materia prima con la que se trabajará tampoco afecta al medio ambiente.

Entre las gestiones empresariales verdes que se ha pensado son:

- Los sustratos que no se puedan usar, por fallas de corte o de impresión se reciclarán.
- La plancha de goma con la que se realiza el sello, mediante un proceso especializado se puede reciclar para usarlo en nuevos productos.

Todos los procesos de reciclaje de desechos, se realizarán mediante contenedores de cartón y una vez que estén llenos se los entregará a una persona que se dedica a reciclar.



Figura 35. Clasificación de desechos



CAPÍTULO IV
ANÁLISIS FINANCIERO

4. ANÁLISIS FINANCIERO

El propósito de este análisis, ayuda a definir lo rentable que resulta el proyecto, ya que permite analizar el impacto que tienen los ingresos y egresos, arrojando una utilidad que indique que la empresa es viable, para sí poner en marcha el funcionamiento operativo y comercial de la empresa.

Este estudio financiero define de donde proviene los fondos, a donde van y como son recuperados, se estudian también los costos y beneficios derivados de todas las fases del proyecto, especialmente la implementación y operación. Todo esto permite la toma de decisiones oportunas en adquisiciones nuevas, inversiones y estrategias favorables para la empresa en forma rentable.

La inversión inicial es de \$20,000.00, teniendo en cuenta dicha inversión para dar inicio a las actividades de la empresa, el capital será aportado por las emprendedoras en cantidades iguales, es decir \$10,000.00 por cada una.

Este capital será destinado a la compra de los elementos necesarios para iniciar las operaciones de la compañía.

Los equipos pierden valor con el paso del tiempo y lo que ha dado a su nivel de rápida obsolescencia para lo cual se ha considerado una depreciación en línea recta de 3 años y de igual manera los muebles y enseres.

Se muestra un consolidado de los costos de administración requeridos para gestionar las actividades y los productos ofrecidos por ETIKET ART. Estos están distribuidos entre equipos de computación, maquinaria, herramientas, servicios públicos, suministros y muebles de oficina y gastos de constitución.

Los costos de producción se encuentran reflejados en el valor necesario para la producción de etiquetas que está proyectado a 5 años, en la que se contemplan los gastos de mano de obra, materia prima, material directo salarios del personal de la compañía.

De acuerdo a los estados financieros y las proyecciones de ventas, se recupera la inversión en 2.19 años, obteniendo un margen de contribución del 0,57.10%.

4.1 PARÁMETROS

Para realizar este plan de negocio, se ha considerado los siguientes parámetros necesarios para su desarrollo.

Considerando la inflación del país, la cual es brindada por el Banco Central del Ecuador y cuyo nivel determina la variante en los precios generales de manera anual, por ende el precio de la elaboración de las etiquetas, como se muestra a continuación:

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación	5,05%	5,05%	5,05%	5,06%	5,06%
Descuento sobre ventas	0%	0%	0%	0%	0%
Incremento en la producción	0%	13,33%	17,64%	20,0%	38,88%
Índice de incremento de precios	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05
Impuestos	22%	22%	22%	22%	22%
Participación de trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%

Tabla 14. Parámetros

4.2 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

AÑO	OPERARIOS	HORAS x DÍA	DÍAS x SEMANA	SEMANAS x MES	MESES x AÑO	ETIQUETAS x HORA	PRODUCCIÓN ANUAL
1	3	8	5	4	12	15	86.400
2	3	8	5	4	12	17	97.920
3	3	8	5	4	12	20	115.200
4	3	8	5	4	12	24	138.240
5	4	8	5	4	12	25	192.000

Tabla 15. Planificación de la producción

4.3 PRODUCCIÓN MENSUAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5							
	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total				
Etiqueta circular (6x6)	3.600	0,45		1.620,00	4.080	0,47		1.927,80	4.800	0,50		2.381,40	5.760	0,52		3.000,56	7.999	0,55		4.375,28
Etiqueta rectangular (8x5)	3.600	0,45		1.620,00	4.080	0,47		1.927,80	4.800	0,50		2.381,40	5.760	0,52		3.000,56	7.999	0,55		4.375,28
TOTAL MENSUAL	7.200			3.240,00	8.160			3.855,60	9.600			4.762,80	11.520			6.001,13	15.998			8.750,55
PRODUCCIÓN ANUAL	86.400			38.880,00	97.920			46.267,20	115.200			57.153,60	138.240			72.013,54	191.976			105.006,61
Precio de Venta Unitario			0,45				0,47				0,50					0,52				0,55
Incrementos en producción			0%		13,33%				17,68%			20%					38,88%			
Índice de incremento de precios			1,05				1,05				1,05					1,05				1,05

Tabla 16. Producción mensual

4.4 INVERSIÓN ANUAL

4.4.1 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo
Computadora Imac	1	1.620,00										
TOTAL	1	1.620,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Tabla 17. Equipos de computación

4.4.2 MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo	Cant.	Costo
Guillotina de mesa	1	50,60							2	50,60		
Troqueladora Manual	1	2,50							2	2,50		
Máquina Selladora de Etiquetas	1	120,00							2	120,00		
Mesa de Trabajo	2	200							3	200		
Perforadora Manual	1	5,00							2	5,00		
Herramientas	1	100,00							2	100,00		
Grabadora Láser	1	600,00							1	600,00		
TOTAL	8	1.278,10	0	0,00	0	0,00	0	0,00	14	1.756,20	0	0,00

Tabla 18. Maquinarias herramientas y equipos

4.4.3 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Costo	Cant.	Total	Cant.	Total	Cant.	Total	Cant.	Total	Cant.	Total
Aire Acondicionado	1	500,00										
Escritorio	1	130,00										
Sillas	3	20,00										
Teléfono	1	18,00										
Varios Útiles	1	79,00		100,00								
TOTAL	7	787,00	0	100,00	0	150,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

Tabla 19. Muebles y equipos de oficina

4.4.4 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	
Constitución de la Compañía			600,00																
Registro Sanitario Industrial			50,00																
Permisos y Contratos			200,00																
TOTAL	0		850,00	0		0,00	0												

Tabla 20. Gastos de constitución

4.4.5 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	
Mano de Obra	3	990,00	2.970,00																
Administración y Ventas	3	800,00	2.400,00																
Material Directo	3	228,00	684,00																
Gastos Generales	3	95,00	285,00																
TOTAL	12	6.339,00	10.874,10	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
TOTAL INVERSIÓN			10.874,10			100,00			150,00			0,00			1.756,20			0,00	0,00
RUBROS			AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5	
Inversión en Activos Fijos			3.685,10			100,00			150,00			0,00			1.756,20			0,00	0,00
Costos de constitución			850,00			0,00			0,00			0,00			0,00			0,00	0,00
Capital de trabajo			6.339,00			0,00			0,00			0,00			0,00			0,00	0,00
Activos a asegurar			3.685,10			3.785,10			3.935,10			3.935,10			5.691,30			5.691,30	0,00
Seguro de incendio (3/1000)			11,06			11,36			11,81			11,81			17,07			17,07	0,00
Seguro de robo (3/100)			110,55			113,55			118,05			118,05			170,74			170,74	0,00
Total Seguro			121,61			124,91			129,86			129,86			187,81			187,81	0,00

Tabla 21. Capital de trabajo

4.5 PRESUPUESTO

4.5.1 PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Cant.	Saldo								
Director	1	350,00	1	385,00	1	404,25	1	424,46	1	445,69
Operarios	2	320,00	2	352,00	2	367,60	2	388,08	3	407,48
Total Mensual	3	990,00	3	1.089,00	3	1.143,45	3	1.200,62	4	1.268,14
TOTAL ANUAL	3	11.880,00	3	13.068,00	3	13.721,40	3	14.407,47	4	20.017,65

Tabla 22. Presupuesto de mano de obra

4.5.2 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			
	Cant.	Unid.	Costo	Total	Cant.	Unid.	Costo	Total	Cant.	Unid.	Costo	Total	Cant.	Unid.	Costo	Total
Cartón Gris 450gr	1	Resma	25,00	25,00	1	Resma	26,25	26,25	1	Resma	27,50	27,50	2	Resmas	46,30	46,30
Punchas de Gorm	10	Unidades	2,20	22,00	11	Unidades	2,31	26,18	13	Unidades	2,43	32,34	16	Unidades	2,55	40,74
Plástico de Tinta	4	Litros	7,50	30,00	5	Litros	7,88	35,70	5	Litros	8,27	44,10	6	Litros	8,68	55,56
Total Mensual				77,00			91,63	113,18				142,61				207,95
TOTAL ANUAL				924,00			1.099,53	1.358,16				1.711,28				2.495,46

Tabla 23. Presupuesto de material prima

4.5.3 PRESUPUESTO DE MATERIAL DIRECTO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5						
	Cant.	Unid.	Costo	Cant.	Unid.	Costo	Total	Cant.	Unid.	Costo	Total	Cant.	Unid.	Costo	Total				
Bollos de Cinta	95	Metros	2,40																
Total Mensual			228,00	108	Metros	2,52	271,31	122	Metros	2,65	322,85	138	Metros	2,78	384,18	157	Metros	2,92	457,16
TOTAL ANUAL			2.756,00				3.255,74				3.874,21				4.610,19				5.485,96

Tabla 24. Presupuesto de material directo

4.5.4 PRESUPUESTO GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Total								
Energía Eléctrica		45,00		47,25		49,61		52,09		54,70
Agua Potable		15,00		15,75		16,54		17,36		18,23
Teléfono		25,00		26,25		27,56		28,94		30,39
Otros		10,00		10,50		11,03		11,58		12,16
Total Mensual		95,00		99,75		104,74		109,97		115,47
TOTAL ANUAL		1.140,00		1.197,00		1.256,85		1.319,69		1.385,68

Tabla 25. Presupuesto de gastos generales de producción

4.5.1 PRESUPUESTO DE PERSONAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Salario	Total	Cant.	Salario	Total	Cant.	Salario	Total	Cant.	Salario	Total	Cant.	Salario	Total
Gerente General	1	400,00	400,00	1	420,00	420,00	1	441,00	441,00	1	463,05	463,05	1	486,20	486,20
Administrador	1	400,00	400,00	1	420,00	420,00	1	441,00	441,00	1	463,05	463,05	1	486,20	486,20
Total Mensual	2	800,00	800,00	2	840,00	840,00	2	882,00	882,00	2	926,10	926,10	2	972,41	972,41
TOTAL ANUAL	2	9.600,00	9.600,00	2	10.080,00	10.080,00	2	10.584,00	10.584,00	2	11.113,20	11.113,20	2	11.688,86	11.688,86

Tabla 26. Presupuesto de personal

4.5.2 PRESUPUESTO GASTOS GENERALES

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Energía Eléctrica	15,00	15,75	16,54	17,26	18,23					
Agua Potable	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08					
Teléfono	8,33	8,75	9,19	9,65	10,13					
Alquiler	200,00	210,00	220,00	230,00	240,00					
Artículos de limpieza	75,00	80,00	85,00	90,00	95,00					
Otros	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00					
Total mensual	328,33	344,75	361,24	377,80	394,44					
TOTAL ANUAL	3.940,00	4.137,00	4.334,85	4.533,59	4.733,27					

Tabla 27. Presupuesto de gastos generales

4.5.3 PRESUPUESTO GASTOS DE DISTRIBUCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
			Total			Total			Total			Total			Total
Gasolina			80,00			90,00			100,00			110,00			120,00
Total Mensual			80,00			90,00			100,00			110,00			120,00
TOTAL ANUAL			960,00			1.080,00			1.200,00			1.320,00			1.440,00

Tabla 28. Presupuesto de gastos de distribución

4.5.4 TOTALES DE PRESUPUESTO

Total Presupuesto Mensual	2.998,33	3.027,46	3.251,29	3.935,57
Total Presupuesto Anual	31.180,00	36.329,48	39.015,42	47.226,88
BIBLIOS		ANO 1	ANO 4	ANO 5
Costo Variable Mensual	1.390,00	1.684,22	1.837,39	2.448,73
Costo Variable Anual	16.680,00	20.210,63	22.048,63	29.384,75
Costo Variable Unitario	0,1951	0,1754	0,1995	0,1531
Total Costos Fijos Mensuales	1.208,33	1.343,24	1.413,90	1.486,84
Total Costos Fijos Anuales	14.900,00	16.118,85	16.966,79	17.842,13

Tabla 29. Proyección a 5 años

4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN ANUAL (UNIDADES)	86.400,00	97.920,00	115.200,00	138.240,00	191.976,00
Costo Variable Unitario					
Materia Prima	0,0107	0,0112	0,0118	0,0124	0,0130
Mano de Obra	0,1375	0,1335	0,1191	0,1042	0,1043
Material Directo	0,0317	0,0332	0,0336	0,0333	0,0286
Gastos Generales de Producción	0,0132	0,0122	0,0109	0,0095	0,0072
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO	0,1931	0,1902	0,1754	0,1595	0,1531
Costo Fijo					
Personal	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
Gastos Generales	3.940,00	4.137,00	4.334,85	4.533,59	4.733,27
Gastos de Distribución	960,00	1.080,00	1.200,00	1.320,00	1.440,00
TOTAL COSTO FIJO	14.500,00	15.297,00	16.118,85	16.966,79	17.842,13
Precio de Venta Promedio por Unidad	0,45	0,47	0,50	0,52	0,55
Margen de Contribución Marginal	0,2569	0,2798	0,3246	0,3605	0,3969
Margen de Utilidad sobre la Venta	57,10%	59,54%	64,91%	69,33%	72,17%
PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades)	56.432	54.663	49.664	47.064	44.950
PUNTO DE EQUILIBRIO (monto)	25.394,51	25.691,61	24.831,88	24.473,28	24.722,39

Tabla 30. Punto de equilibrio

4.7 DEPRECIACIÓN ANUAL

4.7.1 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

AÑO	VALOR INICIAL		VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR		% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VALOR	%	VALOR	%		486,00	486,00							
1	1.620,00	10%	162,00	10%	3	1.458,00	33%	486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	0,00	1.458,00
2														
3														
4														
5														
TOTAL	1.620,00		162,00			1.458,00		486,00	486,00	486,00	486,00	486,00	0,00	1.458,00

Tabla 31. Depreciación de equipos de computación

4.7.2 MAQUINARIAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

AÑO	VALOR INICIAL		VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	VALOR	%	VALOR	%									
1	1.278,10	10%	127,81	10%	3	1.150,29	33,33%	383,43	383,43	383,43	0,00	0,00	1.150,29
2	0,00	10%	0,00	10%	3	0,00	33,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3	0,00	10%	0,00	10%	3	0,00	33,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4	1.756,20	10%	175,62	10%	3	1.580,58	33,33%	0,00	0,00	0,00	526,86	526,86	1.053,72
5	0,00	10%	0,00	10%	3	0,00	33,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	3.034,30		303,43			2.730,87		383,43	383,43	383,43	526,86	526,86	2.204,01

Tabla 32. Depreciación de maquinarias, herramientas y equipos

4.7.3 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

AÑO	VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR		%	AÑO					TOTAL
	VALOR INICIAL	%		VALOR	DEPRECIAR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	887,00	10%	3	88,70	798,30	33%	266,10	266,10	266,10	266,10	266,10	1.330,50
2	150,00	10%	3	15,00	135,00	33%	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	180,00
3	0,00	10%	3	0,00	0,00	33%						
4	0,00	10%	3	0,00	0,00	33%						
5	0,00	10%	3	0,00	0,00	33%						
TOTAL	1.037,00			103,70	933,30		266,10	311,10	311,10	311,10	311,10	1.510,50
TOTAL DEPRECIACION	5.691,30			569,13	5.122,17		1.135,53	1.180,53	1.180,53	837,96	837,96	5.172,51

Tabla 33. Depreciación de muebles y equipos de oficina –total anual depreciado

4.8 AMORTIZACIÓN

RUBROS	VALOR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de constitución	850,00	20%	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	850,00
Capital de Trabajo	6.339,00	20%	1.267,80	1.267,80	1.267,80	1.267,80	1.267,80	6.339,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	7.189,00		1.437,80	1.437,80	1.437,80	1.437,80	1.437,80	7.189,00

Tabla 34. Amortización

4.9 FLUJO DE CAJA

SALDO ANTERIOR	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	0,00	9.125,90	13.074,17	17.094,36	28.355,09	43.028,56
Ingresos						
Ventas		38.880,00	46.267,20	57.153,60	72.013,54	105.006,61
Total Ingresos		38.880,00	46.267,20	57.153,60	72.013,54	105.006,61
Egresos						
Inversión Inicial de Activos Fijos	3.685,10					
Gastos de constitución	850,00					
Capital de trabajo	6.339,00					
Inversión en Activos Fijos		100,00	150,00	0,00	1.756,20	0,00
Costos de Producción		16.680,00	18.620,27	20.210,63	22.048,63	29.384,75
Gastos de administración y ventas		14.500,00	15.297,00	16.118,85	16.966,79	17.842,13
Permisos		750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Impuestos			656,50	1.347,24	2.618,37	4.495,85
Utilidades de Trabajadores			818,44	1.679,56	3.264,23	5.604,83
Dividendos		2.901,73	5.954,80	5.786,59	9.935,84	18.150,94
Total Egresos	10.874,10	34.931,73	42.247,01	45.892,87	57.340,06	76.228,50
Flujo Caja	-10.874,10	3.948,27	4.020,19	11.260,73	14.673,48	28.778,11
Flujo Neto	-10.874,10	13.074,17	17.094,36	28.355,09	43.028,56	71.806,67
Aportación de Socios	20.000,00					
Caja Final	9.125,90	13.074,17	17.094,36	28.355,09	43.028,56	71.806,67

Tasa Interna de Retorno	TIR	158,14%
Valor Actual Neto	VAN	80.613,05
Tasa de Descuento	I%	6%
Número de períodos (años)	N	5

Tabla 35. Flujo de caja

4.10 ESTADO DE RESULTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Brutas	38,880.00	46,267.20	57,153.60	72,013.54	105,006.61
- Descuentos sobre Ventas	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Ventas Netas	38,880.00	46,267.20	57,153.60	72,013.54	105,006.61
- Costo de Ventas	16,680.00	18,620.27	20,210.63	22,048.63	29,384.75
UTILIDAD BRUTA	22,200.00	27,646.93	36,942.97	49,964.91	75,621.86
Gastos					
Gastos Administración	9,600.00	10,080.00	10,584.00	11,113.20	11,668.86
Gastos Generales	3,940.00	4,137.00	4,334.85	4,533.59	4,733.27
Gastos de Distribución	960.00	1,080.00	1,200.00	1,320.00	1,440.00
Permisos	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
Amortización	1,437.80	1,437.80	1,437.80	1,437.80	1,437.80
Depreciación	1,135.53	1,180.53	1,180.53	837.96	837.96
Total Gastos	17,823.33	18,665.33	19,487.18	19,992.55	20,867.89
Utilidad antes de trabajadores	4,376.67	8,981.60	17,455.79	29,972.35	54,753.97
- Participación de trabajadores (15%)	656.50	1,347.24	2,618.37	4,495.85	8,213.10
Utilidad antes de impuestos	3,720.17	7,634.36	14,837.42	25,476.50	46,540.88
- Impuestos (22%)	818.44	1,679.56	3,264.23	5,604.83	10,238.99
UTILIDAD NETA	2,901.73	5,954.80	11,573.19	19,871.67	36,301.88
Margen de Utilidad Bruto	57.10%	59.75%	64.64%	69.38%	72.02%
Margen de Utilidad Neto	7.46%	12.87%	20.25%	27.59%	34.57%

Tabla 36. Estado de resultados

4.11 REPARTICIÓN DE UTILIDADES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Porcentaje de Utilidad Retenida	0%	0%	50%	50%	50%
Utilidad Retenida	0.00	0.00	5,786.59	9,935.84	18,150.94
Dividendos	2,901.73	5,954.80	5,786.59	9,935.84	18,150.94

Tabla 37. Repartición de utilidades

4.12 BALANCE GENERAL

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Caja y Bancos	9.125,90	13.074,17	17.094,36	28.355,09	43.028,56	71.806,67
Activos Fijos	3.685,10	3.785,10	3.935,10	3.935,10	5.691,30	5.691,30
Depreciación Acumulada		-1.135,53	-2.316,06	-3.496,59	-4.334,55	-5.172,51
Inversión amortizable	7.189,00	7.189,00	7.189,00	7.189,00	7.189,00	7.189,00
Amortización		-1.437,80	-2.875,60	-4.313,40	-5.751,20	-7.189,00
Total Activos	20.000,00	21.474,94	23.026,80	31.669,20	45.823,11	72.325,46
PASIVOS Y PATRIMONIO						
Impuesto a la renta	0,00	818,44	1.679,56	3.264,23	5.604,83	10.238,99
Participación de trabajadores	0,00	656,50	1.347,24	2.618,37	4.495,85	8.213,10
Total Pasivo Corriente	0,00	1.474,94	3.026,80	5.882,60	10.100,68	18.452,09
Total Pasivos	0,00	1.474,94	3.026,80	5.882,60	10.100,68	18.452,09
Capital Social	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Utilidades Retenidas	0,00	0,00	0,00	5.786,59	15.722,43	33.873,37
Total Patrimonio	20.000,00	20.000,00	20.000,00	25.786,59	35.722,43	53.873,37
Total Pasivo y Patrimonio	20.000,00	21.474,94	23.026,80	31.669,20	45.823,11	72.325,46

Tabla 38. Balance general

4.13 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	2.901,73	5.954,80	11.573,19	19.871,67	36.301,88
Más : Depreciación	1.135,53	1.180,53	1.180,53	837,96	837,96
Más : Amortización	1.437,80	1.437,80	1.437,80	1.437,80	1.437,80
Total	5.475,06	8.573,13	14.191,52	22.147,43	38.577,64
Inversiones Netas	10.874,10				
Flujo de Caja Neto	-5.399,04	8.573,13	14.191,52	22.147,43	38.577,64
Balance del Proyecto	-5.399,04	3.174,09	17.365,61	39.513,04	78.090,68
Período de Recuperación	0,00	0,00	2,19	0,00	0,00

Tabla 39. Recuperación de la inversión

4.14 RAZONES FINANCIERAS

DETALLE	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razones de Liquidez						
Circulante	AC/PC	8,86	5,65	4,82	4,26	3,89
Razones de Apalancamiento						
Deuda a Capital Contable	PT/C	7,37%	15,13%	22,81%	28,28%	34,25%
Deuda a Activos Totales	PT/AT	6,87%	13,14%	18,58%	22,04%	25,51%
Razones de Productividad						
Retorno sobre Ventas	UN/Ventas	7,46%	12,87%	20,25%	27,59%	34,57%
Tasa de Utilidad Bruta	UB/Ventas	57,10%	59,75%	64,64%	69,38%	72,02%
Margen de Operación	UO/Ventas	11,26%	19,41%	30,54%	41,62%	52,14%
Razones de Rentabilidad						
Rendimiento sobre Activos	UN/AT	13,51%	25,86%	36,54%	43,37%	50,19%
Rendimiento sobre Inversión	UN/C	14,51%	29,77%	44,88%	55,63%	67,38%

Tabla 40. Razones financieras



CAPÍTULO V
CONCLUSIONES
Y RECOMENDACIONES

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

La iniciativa surge de la búsqueda constante del medio y/o método de enaltecer el trabajo de los productos artesanales de Guayaquil, dándole un valor diferencial con el acabado de su marca, a bajos costos y sin mucha inversión.

Mediante el estudio de mercado realizado, a través de las encuesta podemos determinar que nuestro grupo objetivo no utiliza alguna marca que los distinguan, siendo aquí una oportunidad para ellos de utilizar etiquetas a costos accesible para ayudar al reconocimiento de su producto. Dicho estudio de mercado se lo realizo a personas que podrían llegar a ser posibles consumidores.

Al concluir con la investigación se demuestra que la fabricación de etiquetas impresas con sellos de goma tiene mucha acogida en el medio, debido que hoy en día se busca apoyar al productor ecuatoriano, consumiendo nuestros productos e incentivándolos a las exportaciones.

Por ende, este producto es ideal para generar el incentivo y la valoración necesaria que requiere el productor ecuatoriano en invertir en su negocio y así poder competir con los de afuera.

5.2 RECOMENDACIONES

La creación de etiquetas impresas con sellos de goma puede considerarse únicas en su estilo hacia los clientes. Para que esta calidad se vea reflejada, es necesario que se tomen en consideración algunos factores en el momento de crear los diseños en las etiquetas.

1. Estar actualizado y enterado de la situación actual de los mercados a dirigirse, así como las necesidades de los clientes, las nuevas tendencias del mercado, herramientas y materiales para realizar los diferentes tipos de trabajo.
2. Nunca dejar de tener una buena comunicación con el cliente para la satisfacción del mismo y de esta manera conseguir que nuestro trabajo se venda debido a su excelente calidad y presentación.

3. Observar y analizar a la competencia, tratar de estar un paso más delante de los competidores, analizar sus propuestas. Esta información ayudará a generar ideas.
4. Mantener el orden de los procesos y generar nuevos métodos que ayuden a agilizar u optimizar el tiempo.
5. Contar con una base de datos actualizada de los clientes para mantenerse en constante comunicación.
6. Si el cliente tiene alguna queja o problema con el producto o servicio, se ofrecerá opciones para que ambas partes puedan estar satisfechas sin tener que recurrir a la pérdida de una buena comunicación con el cliente.
7. Llevar a cabo un diseño sostenible y duradero para demostrar que la organización cuenta con profesionales adecuados.
8. No prometer entregas rápidas cuando realmente no se podrá cumplir a tiempo. Donde perjudicará la reputación y prestigio de la empresa.
9. Capacitación constante en el uso de nuevos métodos, técnicas en impresiones y diseños.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

Artesanías en Ecuador. Disponible en http://www.chimborazo.net/artesantias_riobamba.htm

Fábrica de etiquetas & papel. Disponible en <http://www.locespana.es/>

Proyecto Aurora. Disponible en <http://proyectoaurora.com/35659/50-disenos-de-etiquetas-para-tu-marca/>

Label Design. Disponible en <http://www.label-designers.com/sp/historia-de-la-etiqueta.htm>

Ali Express. Disponible en <http://es.aliexpress.com/item/LX40B-laser-machine-to-make-rubber-stamps/568284333.html>

Alibaba Global trade starts here. Disponible en <http://spanish.alibaba.com/products/laser-machine-to-make-rubber-stamps.html>

Énfasis packaging. Tendencias en conversión de etiquetas. Disponible en <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/21131-tendencia-conversion-etiquetas>

Club Darwin.net. Panorama del Mercado de etiquetas. Disponible en <http://www.clubdarwin.net/seccion/packaging/panorama-del-mercado-de-etiquetas>

Repalco. Impresión flexográfica en Ecuador. Disponible en <http://www.repalco.com/>

Artesanos Ecuador. Disponible en <http://www.artesantiasdeecuador.com/inicio.php>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

Registro Oficial No. 104 de Ordenanza de Guayaquil. Ley de Régimen Municipal. Junio del 2003

Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

IEPI. Guía Ciudadana del Ecuador. Guayaquil – Ecuador.



ANEXOS

ANEXOS

ENCUESTA

Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al diseño e impresión de etiquetas mediante estampado con sello en la ciudad de Guayaquil.

1.-Su edad se encuentra en el rango de:

Menos de 30 30 a 45 años 56 y 65 años
66 a 75 años Más de 75

2.-Género:

Masculino Femenino

3.-Su negocio se dedica a la venta de:

Cerámicas Alfombras Productos de cuero
Artesanías Sombreros Objetos de tagua
Ropa de lana Artículos de cabuya
Otros Especifique _____

4.- ¿Usted es fabricante o distribuidor?

Fabricante Distribuidor

5.- ¿Los productos que usted vende, tienen una marca o un nombre impreso que los identifique quién los elaboró?

Sí No

6.- ¿Cree usted, que el trabajo elaborado por los artesanos ecuatorianos es reconocido en el mercado?

Sí

No

7.- ¿Le gustaría, que sus productos tengan una etiqueta impresa por sellos con toque artesanal, que los identifique y distinga de la competencia?

Sí

No

8.- ¿Qué le parece el precio de la impresión tradicional de etiquetas en nuestro país?

Caro

Muy caro

Económico

9.- ¿Qué opina de la presentación de impresión de las etiquetas tradicionales en nuestro país?

Creativa

Poco creativa

10.- ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por la elaboración de etiquetas para sus productos?

50 etiquetas de \$20.00 a \$40.00

100 etiquetas de \$45.00 a \$65.00