



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN
DE FIGURAS INFANTILES Y DEMÁS VARIEDADES
ELABORADAS A BASE DE GOMA EVA (FOMIX, FOAMY)
UTILIZANDO MAQUINARIAS DE CORTE Y GRABADO CON
TECNOLOGÍA LÁSER PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN EL
CANTÓN EL TRIUNFO, PROVINCIA DEL GUAYAS**

**AUTORA:
LÓPEZ URGILES, BRIGITTE JOSELINE**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERA COMERCIAL**

**TUTOR:
ING. CHRISTIAN BERMÚDEZ GALLEGOS**

**Guayaquil, Ecuador
2013**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, **Brigitte Joseline López Urgiles**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**

TUTOR

Ing. Christian Bermúdez Gallegos, Mgs

REVISORES

Ing. Héctor Briones Quinde, Mgs

Ing. Juanita Bohórquez Velasco, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs

Guayaquil, a los 29 días del mes de abril del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Brigitte Joseline López Urgiles**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para el diseño y producción de figuras infantiles y demás variedades elaboradas a base de goma eva (fomix, foamy) utilizando maquinarias de corte y grabado con tecnología láser para su comercialización en el Cantón El Triunfo, Provincia del Guayas** previo a la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días el mes de abril del año 2014

LA AUTORA

Brigitte Joseline, López Urgiles



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Brigitte Joseline López Urgiles**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para el diseño y producción de figuras infantiles y demás variedades elaboradas a base de goma eva (fomix, foamy) utilizando maquinarias de corte y grabado con tecnología láser para su comercialización en el Cantón El Triunfo, Provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días el mes de abril del año 2014

LA AUTORA:

Brigitte Joseline, López Urgiles

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida, por su infinito amor y por todas sus bendiciones.

Mis agradecimientos sinceros hacia mis padres, por sus consejos, confianza, apoyo, dedicación y preocupación en cada proyecto que he emprendido; por regalarme la educación.

A mi amado esposo, por su paciencia, amor y por su incondicional apoyo durante este largo recorrido; por regalarme su hermosa compañía en cada momento en que lo necesite.

Agradezco a mis queridas amigas, a quienes conocí durante esta gran etapa, como es la universidad, por su amistad, ayuda y perseverancia, demostrando que el trabajo en equipo nos lleva a obtener excelentes resultados.

Y a todos quienes fueron mis profesores, por los conocimientos impartidos que me han servido para desarrollar mi tesis y me servirán el día de mañana en mi vida profesional.

Brigitte Joseline López Urgiles

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de tesis principalmente a Dios, puesto que sin él, no hubiese podido alcanzar este gran logro.

A mis padres, por el gran esfuerzo que han hecho al darme la educación, también por la confianza que han depositado en mí.

A mi esposo, por darme fuerzas día a día para seguir mi camino y enseñarme que una caída no es una derrota, sino más bien una nueva experiencia para aprender.

Por último, a todos aquellos jóvenes y estudiantes, quiénes tienen deseos de salir adelante, el camino no ha sido fácil pero de la mano de Dios y con perseverancia, estudio y ganas de aprender se llega a la recta final.

Brigitte Joseline López Urgiles

DECLARACIÓN

Yo, Brigitte Joseline López Urgiles declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Brigitte Joseline López Urgiles

AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

Brigitte Joseline López Urgiles

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

ING. CHRISTIAN BERMÚDEZ GALLEGOS

PROFESOR TUTOR

ING. DARIO VERGARA PEREIRA

PRROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

ING. CHRISTIAN BERMÚDEZ GALLEGOS

PROFESOR TUTOR

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES.....	2
PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	7
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	8
OBJETIVOS.....	9
I. OBJETIVOS GENERALES	9
II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
CAPÍTULO I.....	10
ESTUDIO DE MERCADO.....	10
1.1 Método de investigación	10
1.2 Tipo de investigación	10
1.3 Recolección de datos	12
1.3.1 Población	12
1.3.2 Muestra	14
1.3.3 Encuesta	15
1.3.4 Entrevista	16
1.3.5 Análisis de datos	16
1.4 Resultados de investigación	17
1.4.1 Tabulación y gráficos de encuestas	17
1.4.2 Resumen de entrevistas.....	32
1.4.3 Análisis e interpretación de los resultados	42
1.5 Síntesis del capítulo.....	44
CAPÍTULO II.....	45
ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	45
2.1 Producto	45

2.1.1	Atributos del producto	48
2.2	Identificación de la marca	49
2.3	Segmentación de mercado.....	50
2.4	Posicionamiento	51
2.5	Competencia	52
2.6	Precios.....	53
2.7	Publicidad y promoción.....	54
2.8	Síntesis del capítulo.....	58
CAPÍTULO III		59
ASPECTOS LEGALES Y LABORALES		59
3.1	Constitución de la compañía.....	59
3.1.1	Registro Único de Contribuyentes.....	61
3.1.2	Registro de la Marca	61
3.1.3	Patente Municipal.....	62
3.1.4	Permiso de Bomberos	63
3.2	Obligaciones de la empresa con entes Gubernamentales.....	63
3.2.1	Superintendencia de Compañías	63
3.2.2	Servicio de Rentas Internas	64
3.2.3	Instituto ecuatoriano de seguridad social	67
3.2.4	Ministerio de relaciones laborales	69
3.3	Planeación estratégica de la empresa.....	70
3.3.1	Modelo de negocios	70
3.3.2	Misión de la empresa	75
3.3.3	Visión de la empresa.....	75
3.3.4	Objetivos de la empresa.....	75
3.3.5	Principios y valores	75
3.3.6	Estructura organizacional.....	76
3.3.7	Análisis FODA.....	84
3.3.8	Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter	87
3.4	Síntesis del capítulo.....	91
CAPÍTULO IV.....		92
ASPECTOS TÉCNICOS		92
4.1	Datos generales.....	92

4.2	Tamaño del proyecto	92
4.2.1	Capacidad de producción.....	92
4.2.2	Cálculo de demanda	93
4.3	Localización del proyecto.....	95
4.3.1	Macro localización.....	95
4.3.2	Micro localización	96
4.3.3	Aspectos para la localización	97
4.4	Ingeniería del proyecto	98
4.4.1	Procesos	98
4.4.2	Tecnología	106
4.4.3	Maquinaria	108
4.4.4	Cálculo de la eficiencia productiva	110
4.4.5	Distribución de la planta	112
4.5	Síntesis del capítulo.....	114
CAPÍTULO V.....		115
ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS.....		115
5.1	Inversión y financiamiento	115
5.1.1	Inversiones.....	115
5.1.2	Estructura de la inversión.....	119
5.1.3	Financiamiento.....	120
5.2	Presupuesto de ingresos	121
5.2.1	Cálculo de ventas.....	121
5.3	Presupuesto de egresos	123
5.3.1	Costos de producción.....	124
5.3.2	Gastos de administración y ventas.....	132
5.3.3	Depreciaciones y amortizaciones.....	135
5.4	Estados financieros	137
5.4.1	Balance inicial	137
5.4.2	Estado de resultados proyectados	138
5.4.3	Flujo de caja proyectado	140
5.4.4	Balance general	142
5.5	Determinación del VAN y TIR	145
5.6	Síntesis del capítulo.....	146

CONCLUSIONES	147
RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	149
GLOSARIO	152
ANEXOS.....	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conocimiento del foamy.....	17
Tabla 2: Conocimiento de las Figuras elaboradas con Foamy	18
Tabla 3: Compra de Figuras de Foamy	19
Tabla 4: Usos del Producto.....	21
Tabla 5: Razones de Compra	22
Tabla 6: Tipos de negocios	23
Tabla 7: Negocios Mejores Posicionados.....	25
Tabla 8: Características del producto	26
Tabla 9: Aceptación de las nuevas figuras foamy.....	28
Tabla 10: Disposición de Pago para el nuevo Producto	29
Tabla 11: Usos para el nuevo producto	30
Tabla 12: Capacidad de Producción	93
Tabla 13: Nivel de Satisfacción de Demanda	94
Tabla 14: Distribución de unidades producidas	94
Tabla 15: Seguro Rotura y Maquinaria	109
Tabla 16: Cálculo de la eficiencia productiva	110
Tabla 17: Indicador de Productividad.....	111
Tabla 18: Adecuaciones e Instalaciones de la empresa	116
Tabla 19: Maquinaria de Producción	116
Tabla 20: Herramientas de planta.....	116
Tabla 21: Equipos de Cómputo de oficina y planta.....	117
Tabla 22: Equipos de Oficina y de planta	117
Tabla 23 : Muebles y Enseres de oficina y planta.....	117
Tabla 24: Vehículo	118
Tabla 25: Total de Inversiones Fijas	118
Tabla 26: Inversiones de Activos Diferidos	118
Tabla 27: Capital de Trabajo.....	119
Tabla 28: Estructura de Inversión	120
Tabla 29: Financiamiento del Proyecto.....	120
Tabla 30: Cálculo de Precios de Venta para el Primer Año de operación .	121
Tabla 31: Cálculo de precios de venta para los siguientes años de operación	122

Tabla 32: Cálculo de Ventas Netas.....	123
Tabla 33: Costos Directos – Tamaño 50x50cm	124
Tabla 34: Costos Directos – Tamaño 21x29cm	125
Tabla 35: Costos Directos – Tamaño 16x16cm	126
Tabla 36: Total Costos Directos Proyectados.....	127
Tabla 37: Mano de Obra Directa.....	127
Tabla 38: Costos Indirectos - Mantenimiento.....	128
Tabla 39: Mano de Obra Indirecta	129
Tabla 40: Total Costo de Producción Proyectado.....	130
Tabla 41: Distribución de Costos de Producción	131
Tabla 42: Gastos de Personal de Administración y Ventas	132
Tabla 43: Suministros de Oficina	133
Tabla 44: Materiales Auxiliares	133
Tabla 45: Gastos por seguro	134
Tabla 46: Gastos de Publicidad	134
Tabla 47: Gastos de Arrendamiento	134
Tabla 48: Otros Gastos.....	135
Tabla 49: Total Gastos de Administración y Ventas Proyectados.....	135
Tabla 50: Depreciación de Activos Fijos	136
Tabla 51: Amortización de Activos Diferidos.....	136
Tabla 52: Balance Inicial.....	137
Tabla 53: Estado de Resultados.....	138
Tabla 54: Cálculo de Rentabilidad del Negocio	139
Tabla 55: Flujo de Caja Proyectado.....	141
Tabla 56: Balance General Proyectado	143
Tabla 57: Determinación del VAN y TIR	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Conocimiento del foamy	18
Gráfico 2: Conocimiento de las Figuras elaboradas con Foamy	19
Gráfico 3: Compra de Figuras de Foamy	20
Gráfico 4: Usos del Producto	21
Gráfico 5 Razones de Compra.....	22
Gráfico 6 Tipos de Negocios.....	24
Gráfico 7: Negocios Mejores Posicionados	25
Gráfico 8 Características del producto.....	27
Gráfico 9: Aceptación de las nuevas figuras foamy	28
Gráfico 10: Disposición de pago para el nuevo producto.....	29
Gráfico 11: Usos para el nuevo producto.....	31

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Detalle del problema de investigación	6
Ilustración 2: Población.....	14
Ilustración 3: Diseño de la Marca.....	50
Ilustración 4: Publicidades en medios locales.....	56
Ilustración 16: Lienzo de Modelo de Negocios: Nueve Componentes básicos	71
Ilustración 17: Lienzo de Modelo de Negocios de esta FoamyArt Cía. Ltda.	72
Ilustración 18: Organigrama de la Empresa.....	76
Ilustración 19: Funciones Administrativas.....	77
Ilustración 5: Mapa de la Provincia del Guayas	96
Ilustración 6 : Croquis de la ubicación de la planta	97
Ilustración 7: Flujograma de Proceso de Diseño.....	100
Ilustración 8: Flujograma de Proceso de Producción.....	102
Ilustración 9: Flujograma de Proceso de Comercialización	105
Ilustración 10: Simbología para Flujogramas.....	106
Ilustración 11: Foto de la máquina de corte y grabado con tecnología láser	108
Ilustración 15: Plano de la Empresa FoamyArt.....	113

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se lo realizó en el cantón El Triunfo, provincia del Guayas, el cual muestra la factibilidad para el diseño y producción de figuras elaboradas a base de foamy, utilizando maquinaria con tecnología láser, para su comercialización a nivel nacional.

En este proyecto se plantea la creación de una empresa llamada FoamyArt Cía. Ltda., donde se muestra una nueva marca, representando un producto también nuevo en el mercado.

Según el estudio de mercado que se realizó, se determinó que el producto sí será aceptado en el cantón El Triunfo, y con muy buenas expectativas.

En función de este resultado, se procedió a elaborar los diferentes planes de negocios, partiendo su análisis del planteamiento del modelo de negocios que se seguirá, estando este dentro del plan estratégico organizacional, donde además se analizaron cuáles serían los objetivos que perseguirá FoamyArt.

Se elaboró también un plan de marketing, donde se crearon muy buenas propuestas como estrategias, a fin de indicar cómo se logrará el posicionamiento de la nueva marca en el mercado.

Luego se desarrollaron los aspectos legales del proyecto, aspectos técnicos, donde intervienen los procesos el diseño del nuevo producto, producción y comercialización del mismo.

Finalmente se concluyó este trabajo, desarrollando los aspectos económicos y financieros, en donde se demuestra la viabilidad del proyecto, y se garantiza la efectividad de sus proyecciones.

Palabras Claves: Foamy, Estudio, figuras, diseño, arte, láser, tecnología.

SUMMARY

This degree work is conducted in the city El Triunfo, province of Guayas, which shows the feasibility studies for the design and production of figures made based on foamy, using equipment with laser technology, for its marketing nationally.

This project proposes the creation of a company called FoamyArt Cía Ltda., showing a new brand, representing a new product on the market.

According to the market study which was carried out, it was determined that product if accepted in the city El Triunfo, and with great expectations.

Based on this result, proceeded to draw up different business plans, based on its analysis of the approach of the business model that is, remain on this within the organizational strategic plan, where also discussed what would be the objectives which will pursue FoamyArt.

Also developed a marketing plan, where were very good proposals such as strategies, in order to indicate how the positioning of the new brand in the market will be achieved.

Then the legal aspects of the project, technical aspects, where involved processes of new product, production and marketing of the same design were developed.

Finally it was concluded this work, developing the economic and financial aspects where demonstrates the viability of the project, and guarantee the effectiveness of its projections.

Key words: Foamy, study, figures, design, art, laser technology.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se trata sobre el estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedique al diseño y producción de diversas figuras elaboradas a base de foamy, utilizando maquinaria con tecnología láser, para su posterior comercialización en el cantón El Triunfo, de la provincia del Guayas.

Es una empresa netamente familiar, que nace con el objetivo de cambiar el método actual de producción de figuras de foamy, esto es, convertirlo de manual a automático, mediante la inserción de maquinaria con tecnología avanzada, en el que se produzca el mismo producto pero con mayor eficiencia, mejores acabados, diseños innovadores, y sobre todo optimizando los recursos disponibles.

La clave para lograr la aceptación en el mercado es la calidad del producto, haciéndolo de distinta forma, con colores llamativos y diseños innovadores. Todo esto, con el beneficio de la diversidad de usos que tienen las figuras de foamy.

Para determinar la factibilidad de la creación de esta empresa, se procederá a realizar una investigación de mercado, donde en función de los resultados de la misma, se desarrollarán los capítulos del proyecto.

En cada capítulo se explicarán diferentes temas como marco teórico, metodología de la investigación, estudio administrativo donde se explicarán los aspectos legales, laborales y el plan de marketing; otro de los temas a analizarse en los capítulos del proyecto son aspectos técnicos y por último el estudio económico y financiero, en donde se determinará la viabilidad del proyecto.

ANTECEDENTES

Etileno Vinil Acetato (EVA) es el nombre científico del material conocido como Goma Eva o foamy, es un termoplástico que se obtiene por la copolimerización del etileno con acetato de vinilo. Maroto Borrego, Josep V., (2008).

Este material tuvo su origen en el siglo XX en Inglaterra. Gracias a que el químico Hermann Staudinger (1881-1965), director del instituto de química de Friburgo, mediante sus estudios teóricos sobre la estructura y la propiedad de los polímeros naturales (celulosa, isopreno) y sintéticos, iniciados en 1920, demostró que muchos productos naturales y todos los plásticos, contienen macromoléculas, muchos laboratorios de Universidades y grandes Industrias Químicas concentraron sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos plásticos, aprendiendo técnicas para encausar y dirigir casi a voluntad las reacciones químicas. Marchelli, Renzo, (1995).

Entre los años de 1930 y 1950, debido a la segunda Guerra Mundial surge la necesidad de desarrollar nuevos materiales que cumplan con mejores propiedades, mayor resistencia, menor costo y que sustituyeran a otros que escaseaban. Contemporáneamente se aclaraba en los aspectos esenciales el mecanismo químico de la polimerización y de la copolimerización, estudios que culminaron en 1954 con los descubrimientos de K. Ziegler y de G. Natta sobre los catalizadores de polimerización del etileno. En ese mismo año Natta y sus colaboradores del Politécnico de Milán y de la Montecatini obtienen con esos catalizadores una clase de polímeros altamente cristalinos que fueron denominados isotáctiles, porque eran caracterizados por la presencia de largas secuencias de unidades monoméricas con la misma configuración. Marchelli, Renzo, (1995).

La revelación de este polímero fue de enorme importancia industrial y su producción aumenta rápidamente en todo el mundo, en particular en los Estados Unidos. Marchelli, Renzo, (1995).

Existen diferentes grados de este polímero que se obtienen aumentando o disminuyendo la cantidad de acetato de vinilo. A medida que se incrementa el contenido de este monómero la flexibilidad y transparencia del producto son mayores. Marchelli, Renzo, (1995).

De acuerdo a Marchelli, Renzo, (1995) este polímero “Es una de las materias plásticas más difundida y más conocida. Las características del polímero se pueden resumir así: bajo costo, facilidad de elaboración, tenacidad y flexibilidad aún a bajas temperaturas, no tiene olor y transparencia”.

A este polímero se lo conoce como Goma Eva o Foamy, y hasta hoy su uso ha sido considerado como un trabajo netamente artesanal.

Comúnmente "artesanal" se utiliza como sinónimo de “hecho a mano”, “casero”, no industrial, es decir cualquier actividad que emplee el trabajo manual. La Tarde, Diario Vespertino de Cuenca, (2013).

Actualmente, las artesanías de Ecuador son una de las más admiradas de Sudamérica, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones. La Tarde, Diario Vespertino de Cuenca, (2013).

Este proyecto tiene como finalidad distribuir el producto dentro del cantón El Triunfo, con grandes proyecciones de distribución a más cantones de la provincia, hasta llegar a nivel nacional.

El cantón El Triunfo, perteneciente a la provincia del Guayas, tiene aproximadamente 44.778 habitantes, según el censo realizado por el INEC en el año 2010. Está ubicado a 61 kilómetros de Guayaquil, tiene límites: Al norte con los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña. Al sur con el cantón Naranjal y la Provincia del Cañar. Al este con Cumandá, Provincia del Cañar, y al oeste con Yaguachi y Naranjal. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Triunfo, (2012).

Por su extraordinario desarrollo agrícola, comercial, industrial, ganadero, entre otros, el cantón El Triunfo es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas. Es sin duda un verdadero epicentro de la nacionalidad ecuatoriana, no solamente porque en poco tiempo se ha convertido en un importante polo de desarrollo, sino porque también es el nexo entre todos los pueblos de esta Patria. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Triunfo, (2012).

El foamy es distribuido en negocios comerciales como papelerías, imprentas, librerías, entre otros; así mismo lo utilizan en su mayor parte las diferentes escuelas, centros educativos y centros de formación, como material didáctico y herramienta escolar.

El Foamy es un material muy liviano, cualidad que lo hace útil para muchas personas con distintos intereses, entre ellos las manualidades tanto para uso profesional como para uso doméstico. El foamy es portador de muchas características que lo hacen único en su especie: no posee filos, no es tóxico, se lo puede lavar, se le puede dar cualquier tipo de forma, entre otras. Otra de las características que posee el foamy es que, sobre él se pueden utilizar cualquier tipo de esferográfico, tinta o pintura, borrable o permanente, sin ocasionar ningún tipo de daño en el material; además se puede aplicar cualquier técnica de corte o grabado, usando tecnología láser u otra maquinaria.

Este proyecto tiene como objetivo cambiar la actividad artesanal, utilizando maquinaria en la producción; se intenta cambiar el sentido de lo “hecho a mano” y generar más valor hacia el producto que se elabore, de tal manera que se optimicen costos, tiempo y material en los procesos. Al cambiar este sentido, el trabajo dejaría de ser artesanal y pasaría a pertenecer a la Industria de Diseños y Artes, utilizando como material principal el foamy.

PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En el cantón El Triunfo existen pequeños empresarios que se dedican a la producción de productos, figuras elaboradas a base de un material llamado GOMA EVA, también conocido como foamy, para la posterior venta del producto terminado a pequeños comerciantes y consumidores finales.

Utilizando principalmente recurso humano, ellos adquieren la materia prima (foamy) y manualmente elaboran variedades de figuras, como infantiles de personajes reconocidos y también figuras variadas como escudos de equipos populares a nivel nacional e internacional y demás figuras.

Está claro que este método de producción es efectivo pero mas no eficiente, ya que a medida que se elabora dicho producto se genera bastante desperdicio de la principal materia prima (foamy), muy aparte del tiempo que conlleva el corte cuidadoso de cada pieza para su posterior unión y pegado, para así darle la forma correspondiente a la figura.

Este método de producción tiende a ser obsoleto, pues se requiere de abundante capital humano, y el producto terminado no es de buena calidad, ya que para el corte de un material como el foamy se requiere de mucho cuidado, y para esto es necesario gastar tiempo y dedicación.

El presente proyecto tiene como finalidad contrarrestar y dar solución ante la problemática existente en este mercado, esto será mediante una eficiente investigación tomando como muestra a las poblaciones más cercanas a la comunidad a estudiar.

De esta manera, mediante los resultados que se obtengan de la investigación se podrá determinar la mejor manera de llevar a cabo el proyecto, seleccionar los mejores mercados, saber cómo actuar frente a la posible competencia, y conocer de las oportunidades existentes en dichos sectores.

A continuación se presenta un cuadro en donde se detalla de forma más concreta la problemática existente, los síntomas que se presentan y cuáles son sus causas, además de lo que se espera resolver del problema planteado.

Ilustración 1: Detalle del problema de investigación

Problema de Investigación	
Método manual actual de producción de figuras variadas a base de goma eva es obsoleto y carece de recursos para mejorarlo	
Planteamiento del problema	
Síntomas	Causas
<ul style="list-style-type: none"> • Productos de mala calidad • Pérdida de tiempo • Desperdicios de materia prima • Elevada cantidad de empleados 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración manual de figuras de foamy • Se carece de control en el uso de material • Lleva tiempo dibujar, recortar y pegar cada pieza
Formulación del problema	
Mediante la inserción de maquinaria de corte y grabado con tecnología láser se podrá disminuir la mano de obra, optimizar los recursos mediante la eliminación de desperdicios y aprovechamiento de tiempo, además de que se obtendrán productos de mejor calidad.	

Elaborado por: Brigitte Joseline López Urgiles, 2014

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

En el presente proyecto es necesario plantear un determinado número de preguntas, que ayudarán a definir y orientar el curso de la investigación, siguiendo los objetivos planteados.

¿Estarían dispuestos los pequeños productores de figuras de foamy, convertirse en clientes para esta empresa, garantizándoles un alto margen de utilidad e incremento de su demanda?

¿Cambiarían los consumidores finales sus gustos y preferencias, por inclinarse hacia un producto mejor elaborado?

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El método actual de producción manual de figuras elaboradas a base de foamy, el mismo que desde cierto punto se está volviendo obsoleto por falta de eficiencia en el proceso de la elaboración del producto, es un aspecto que ha sido considerado como problema, del cual surge la necesidad de implementar nuevas estrategias que cambien radicalmente el proceso de producción que se ha estado llevando, mediante la creación de una compañía de responsabilidad limitada donde se automaticen todos los procesos que se llevan a cabo para la elaboración de las figuras de foamy.

Se trata de una moderna, rápida y eficiente forma de producir el mismo producto, optimizando los recursos y automatizando una industria, utilizando maquinaria especializada en corte y grabado con tecnología láser, para la posterior comercialización y distribución del producto terminado en el cantón El Triunfo, con proyecciones de alcances hasta los diversos cantones de las diferentes provincias tales como: La Troncal, Milagro, Quevedo, Bucay, entre otros, en donde se puede encontrar mayor afluencia de zonas comerciales y estratégicas que permitan cumplir con los objetivos y visiones de la empresa.

La importancia de este proyecto radica en que se va a dar un proceso de mecanización y automatización de la industria, que permitirá reducir la mano de obra, además de simplificar el trabajo, para que así se de lugar a algunas máquinas de realizar las operaciones de manera automática; esto significa que los procesos de producción serán más rápidos y eficientes.

Al lograr mayor eficiencia en el sector de maquinaria se conseguirá una considerable disminución de piezas defectuosas en la producción, y por lo tanto una mayor calidad en los productos que se logran mediante la exactitud de las máquinas automatizadas; todo esto ayudará a que la empresa aumente toda su competitividad en un porcentaje considerable con respecto a toda su competencia.

OBJETIVOS

I. OBJETIVOS GENERALES

Evaluar la factibilidad para el diseño y producción de diversas figuras, elaboradas con material llamado goma eva (fomix, foamy), mediante la utilización de maquinaria de corte y grabado con tecnología CNC láser, permitiendo elevar el volumen de producción para la comercialización en el cantón El Triunfo, provincia del Guayas.

II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un Plan Estratégico que involucra el modelo de negocios a realizarse y la estructura organizacional del proyecto.
- Elaborar un Plan de Marketing mediante una investigación de mercado y la formulación de adecuadas Estrategias de Marketing.
- Analizar los aspectos legales y laborales de la empresa que ejecuta la fabricación con tecnología a láser.
- Identificar los aspectos técnicos del proyecto que incluyen aspectos de producción y los diferentes procesos que intervienen en el mismo.
- Valorar los aspectos económicos y financieros del proyecto que permitan elevar los ingresos y por ende la utilidad.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se mencionará en detalle cuál va a ser la metodología de investigación a aplicar en el presente proyecto, donde se especificará método de investigación, técnicas de recogida de información, entre otros aspectos importantes. Además se realizará el planteamiento de la información a investigar, donde se indicará la población, muestra y aspectos a considerar para la elaboración del formato de encuestas y entrevistas.

1.1 Método de investigación

El método de investigación que se va a utilizar en este proyecto es el Método Inductivo, debido a que este se basa en la observación de hechos o casos reales, de los cuales se llega a un análisis y conclusión general. Gómez López, (2004).

Se considera que este método de investigación es el más indicado para llevar a cabo este proyecto porque existen fuente de información real y conocida que ayudarían bastante en el proceso de investigación, facilitando así la generalización.

1.2 Tipo de investigación

Para realizar este proyecto se va a utilizar complementariamente dos tipos de investigación: Cualitativa y Cuantitativa.

“La investigación cualitativa proporciona información sobre aspectos internos del individuo tales como motivaciones, actitudes, creencias, opiniones, a través de pequeñas muestras con representatividad tipológica. Su objetivo no es cuantificar dichas variables sino mostrar una visión del espectro de formas y matices con el que aparecen, profundizando en toda su extensión sobre el tema a investigar”. Talaya, Águeda Esteban, (2008).

Dentro de este tipo de investigación, se va a utilizar como técnica de recogida de datos la entrevista.

“La entrevista es una técnica de índole psicológica, que a través de un método directo pero no estructurado y utilizando preguntas abiertas, permite el descubrimiento de las motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos más profundos que presenta el sujeto”. Talaya, Águeda Esteban, (2008).

En este caso, la entrevista, se la va a realizar a los dueños de los locales comerciales, como tiendas, bazares, librerías, entre otros, mediante visitas a sus locales ya establecidos que se dedican a la misma actividad o similar a esta, ubicados en el cantón El Triunfo, provincia del Guayas.

Esta técnica de recogida de información permitirá conocer sobre el manejo de este tipo de negocios y saber sobre su margen de ganancias. Además se conocerá su opinión en cuanto a la llegada de una nueva empresa que sea competencia para ellos.

Con la información que se obtendrá, se podrá elaborar acertadas estrategias al momento de considerar a la competencia como posibles clientes.

“La investigación cuantitativa pone énfasis en el aspecto numérico de la información recogida, aplicando para ellos determinadas técnicas estadísticas, con el fin de averiguar a partir del estudio de las variables de interés en una muestra representativa, la estimación de los valores que presentan dichas variables para el conjunto de la población estudiada”. Talaya, Águeda Esteban, (2008).

Las encuestas es una de las técnicas cuantitativas de recogida de información más utilizada por los investigadores de mercados, consiste en la realización de una serie de preguntas, generalmente de forma estructurada y en un orden predeterminado, que se incluyen en un documento, denominado cuestionario, a una muestra de entrevistados, a través de un contacto

personal, telefónico, postal o mediante una variante de estos medios de comunicación. Su mayor utilización radica en su versatilidad, coste y rapidez, flexibilidad y validez externa. Talaya, Águeda Esteban, (2008).

Las encuestas, aplicadas a este proyecto, se las realizará a los habitantes del cantón El Triunfo, es decir, a los consumidores finales de las figuras de foamy, ya que ellos serán los que decidirán si el producto será aceptado o no en el mercado.

Esto permitirá estimar la demanda, en números y porcentajes a cuantas personas les gustaría el producto, si estarían dispuestos a cambiarlo y preferirlo, cuanto estarían dispuestos a pagar por él. Además, conocer sobre posibles proveedores del producto y establecer una red de contactos que será necesaria para la comercialización del mismo.

1.3 Recolección de datos

Como ya es de conocimiento el método y tipos de investigación a utilizar en el presente proyecto, se procede a desarrollar el plan o estrategia para obtener la información que se requiere para la investigación. Para esto se especifica cómo se va realizar la investigación, es decir, los datos que se van a necesitar, entre ellos está la población, el tamaño de la muestra y el método de recogida de información; además de aplicación de fórmulas que ayudan en la obtención de resultados.

1.3.1 Población

La población es el conjunto de todos los posibles individuos, objetos o medidas de interés. Douglas, Lind; Marchal, William; Mason, Robert, (2005).

Se empieza esta investigación, por definir el lugar donde se la va a realizar, en donde además estará ubicada la planta o matriz de la empresa de la cual se está elaborando este proyecto.

Entonces, la población a considerar en esta investigación es la cantidad de habitantes mujeres del cantón El Triunfo, perteneciente a la provincia del Guayas. La decisión de considerar únicamente a las mujeres radica en la diversidad de usos que tienen las figuras de foamy, ya que en su mayoría son para decoraciones de fiestas, cuadernos, carpetas, habitaciones de niños, entre otros; este tipo de actividades las realizan por naturaleza las mujeres, por ende ellas van a responder con más conciencia y conocimiento las preguntas que se les va a realizar mediante las encuestas, lo que permitirá obtener resultados más verídicos.

El cantón El Triunfo tiene un total de 44.778 habitantes, según el último Censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, de los cuales solo el 49% son mujeres, siendo en cifras la cantidad de 21.954. Sin embargo esta muestra incluye a las mujeres de todas las edades, considerando niños y adultos mayores, por tanto, si las encuestas van dirigidas a esas personas, no se obtendría datos exactos. Por tal motivo se requiere de un índice más específico, refiriéndose a una determinada edad.

Dicho esto, se ha escogido que la variable de edad más óptima es desde los 15 y 64 años de edad en las mujeres, en porcentaje este dato corresponde a un 59% de la población femenina; en cifras este porcentaje equivale a 13.016 mujeres.

Entonces se establece que la población a considerar para la selección de la muestra para la presente investigación es de 13.016.

Ilustración 2: Población

CEPAL/CELADE Redatam +SP
12/15/2013

Base de datos					
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010					
Área Geográfica					
Selección\PROVIN_09.sel					
Crosstab					
de Grandes grupos de edad					
por Sexo					
AREA # 0909			EL TRIUNFO		
Grandes grupos de edad		Sexo			
	Hombre	r	Muje	l	Tota
De 0 a 14 años	8081		7815	6	1589
De 15 a 64 años	13371	6	1301	7	2638
De 65 años y más	1372		1123		2495
Total	22824	4	2195	8	4477

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, 2010

1.3.2 Muestra

El tamaño de la muestra depende de la población determinada. Para obtener este dato exacto se va a aplicar la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = tamaño de la población

e = margen de error

z = nivel de confianza

p = participación de mercado

q = diferencia de la participación de mercado

Considerando los siguientes datos:

$$N = 13.016$$

$$e = 5\%$$

$$z = 95\% = 1,96 \text{ (según la tabla z)}$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

Aplicando la fórmula, se obtiene como resultado que el tamaño de la muestra es de 341. Es decir que se van a realizar 341 encuestas a los habitantes del cantón El Triunfo, mujeres de 15 hasta 64 años, escogiéndolas al azar.

1.3.3 Encuesta

El instrumento principal para la elaboración de encuestas, son los cuestionarios. Estos están compuestos por preguntas en su mayoría cerradas, es decir, que el encuestado no se expresa libremente, ya que se proporcionan opciones de respuestas prefijadas: en algunas preguntas el encuestado solo tiene dos respuestas (SI o NO), además se le pide la explicación de su respuesta, y en otros casos, se proporcionan varias alternativas de respuesta, donde el encuestado tiene opción a elegir entre alguna de ellas. Las preguntas cerradas facilitan la codificación de las respuestas, tabulación y análisis de las mismas.

El cuestionario está compuesto, además, por preguntas abiertas, permitiéndole al encuestado expresarse libremente, en respuesta a lo que lee. Aunque son pocas las preguntas abiertas colocadas en el cuestionario, sus

respuestas constituirán una parte muy importante al momento de analizar la competencia.

Ambos tipos de preguntas están formuladas de forma clara y concisa, de forma que ayude a la comprensión del encuestado o lector.

1.3.4 Entrevista

En este caso, también se han elaborado cuestionarios que contienen preguntas completamente abiertas, esto es con la finalidad de abrirle campo al entrevistado, dejando que relate y dé a conocer sus ideas, formas de hacer negocios, entre otra información importante para su posterior análisis y emprendimiento de estrategias.

Para que el entrevistado facilite suficiente información, es necesario que las preguntas sean claras, muy bien elaboradas, pero no tan directas, de manera que la persona no se sienta presionada a dar dicha información.

1.3.5 Análisis de datos

Las preguntas de las encuestas que se realizarán, en su mayoría son cerradas y de respuesta múltiple. Esto se elaboró con la finalidad de que brinde facilidad al momento de codificar las respuestas de las encuestas, por cada pregunta.

Una vez que se realicen las codificaciones se procederá a realizar tabulaciones de las respuestas que se obtengan por cada pregunta, asignándoles peso (porcentaje) a cada respuesta.

Las tabulaciones irán acompañadas de gráficos pastel, puesto que la explicación mediante gráficos brinda un mayor entendimiento hacia el lector

1.4 Resultados de investigación

En esta sección se procede a analizar e interpretar la información obtenida de las encuestas. Esto se ha hecho con ayuda del programa de cálculo Excel, ya que es una herramienta que facilita la codificación de datos, sus cálculos, filtros y además cuenta con amplias capacidades gráficas.

En base a la codificación de resultados, se realizará la tabulación de los datos y representación gráfica para cada pregunta, explicando con qué objetivo se realizó dicha pregunta y finalizando con el análisis respectivo de los resultados.

1.4.1 Tabulación y gráficos de encuestas

Población: Mujeres de 15 a 64 años

Nº de Encuestas: 341

a) PREGUNTA #1: ¿Conoce Ud. el foamy?

Pregunta para saber si conocen o no sobre el material del que están realizadas las figuras de foamy.

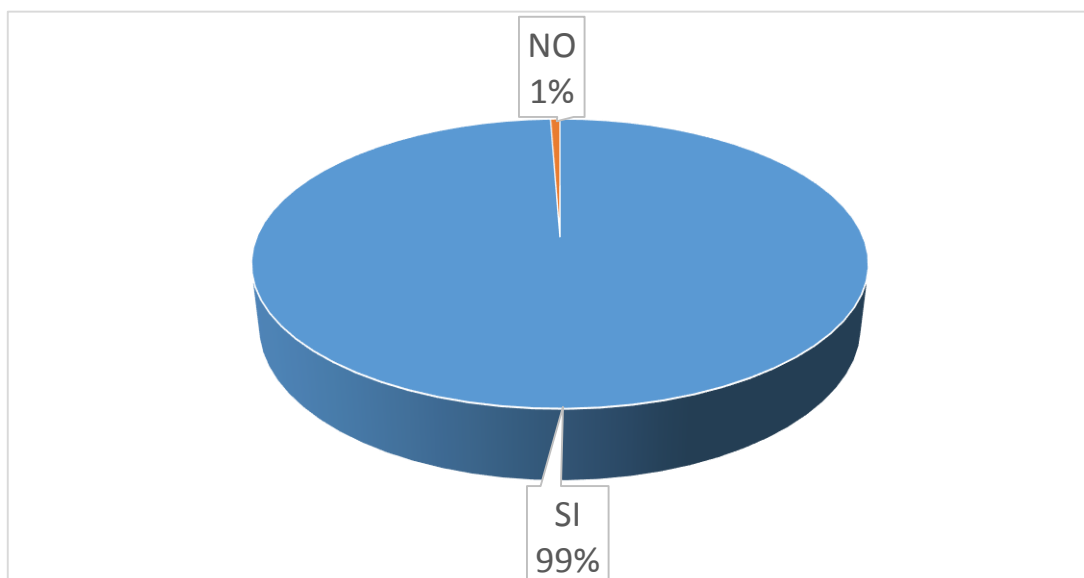
Tabla 1: Conocimiento del foamy

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	339	99%
NO	2	1%
TOTAL	341	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de encuestas

Gráfico 1: Conocimiento del foamy



Elaborado por: La Autora

Un 99% de las mujeres encuestadas respondieron que si conocían este material. Esto significó de que si conocían del producto se iba a tratar en la encuesta, por lo que si se les pudo seguir encuestando. Lamentable no se pudo seguir con la encuesta hacia 2 personas, ya que respondieron que no conocían el foamy, representando apenas el 1% del total de encuestas.

b) PREGUNTA #2: ¿Alguna vez ha visto caricaturas, personajes animados, o cualquier otro modelo elaborados con foamy?

Pregunta que ayuda a conocer si saben de las figuras de foamy y si las reconocen o pasan desapercibidas.

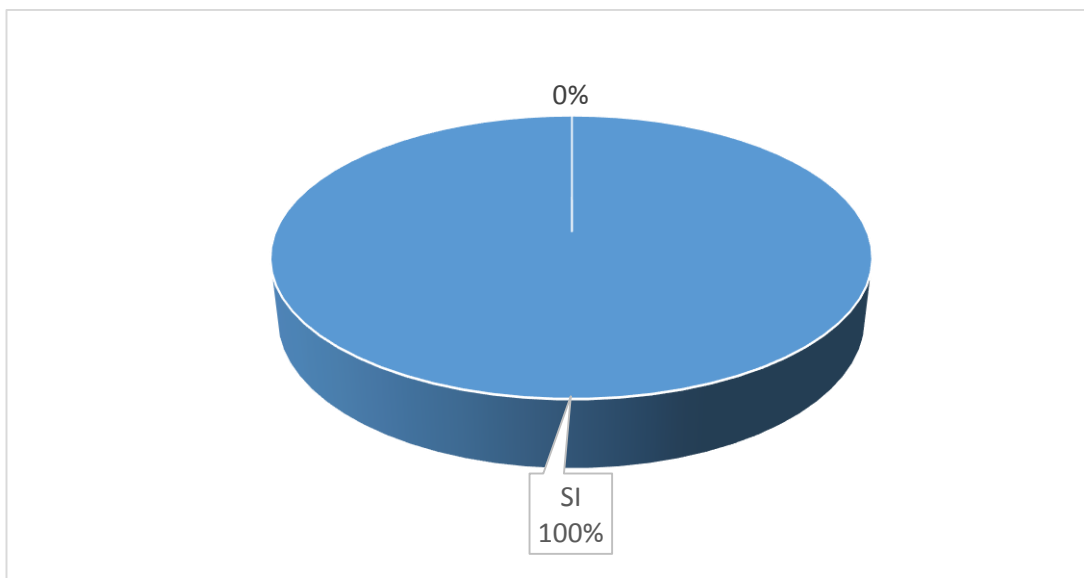
Tabla 2: Conocimiento de las Figuras elaboradas con Foamy

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	339	100%
NO	0	0%
TOTAL	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 2: Conocimiento de las Figuras elaboradas con Foamy



Elaborado por: La Autora

El 100% de las mujeres respondieron que si habían visto alguna vez figuras elaboradas a base de foamy. Esto significa que la gente si conoce del producto y sobre todo lo reconoce y lo diferencia.

c) PREGUNTA #3: ¿Alguna vez ha comprado esas figuras elaboradas con foamy?

Ayuda a conocer si dichas personas han adquirido el producto de la competencia, y así estimar una posible demanda, por medio de los consumidores finales.

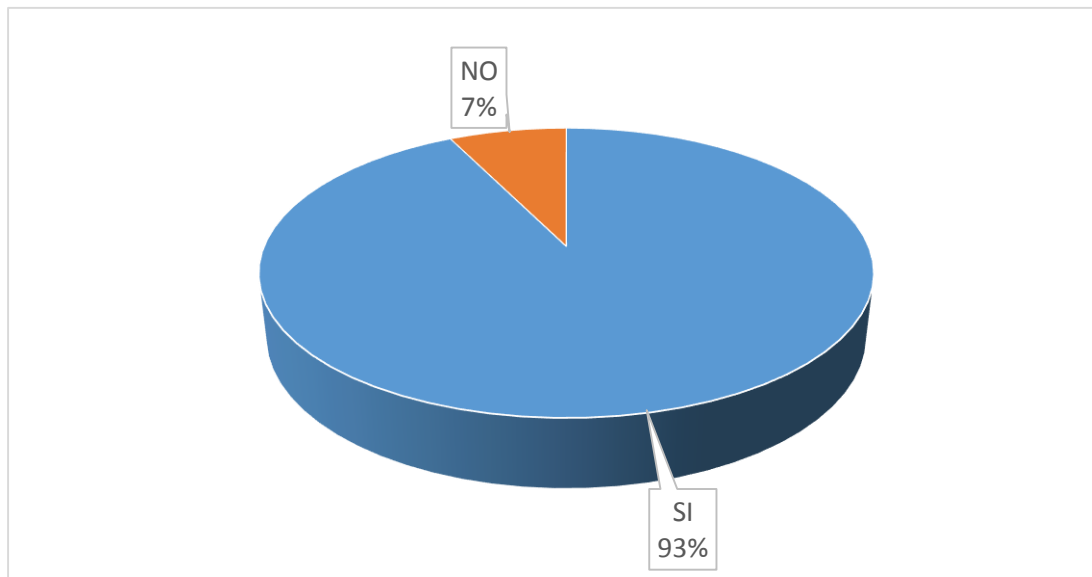
Tabla 3: Compra de Figuras de Foamy

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	314	93%
NO	25	7%
TOTAL	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 3: Compra de Figuras de Foamy



Elaborado por: La Autora

El 93% de las mujeres si han comprado alguna vez las figuras de foamy, en cualquier modelo. Esto demuestra que el producto de la competencia si se vende en el mercado y es accesible a todos los niveles socioeconómicos; además permite estimar la posible demanda para FoamyArt Cía. Ltda.. Solo el 7% de las encuestadas respondieron que nunca han comprado las figuras de foamy, pero algunas de ellas superaron decir que preferían comprar el material y ellas mismo lo hacían, ya que les resultaba más barato.

d) PREGUNTA #4: ¿En qué ocasión las ha visto o las ha utilizado?

Para Conocer cuáles son los usos que le dan al producto de la competencia.

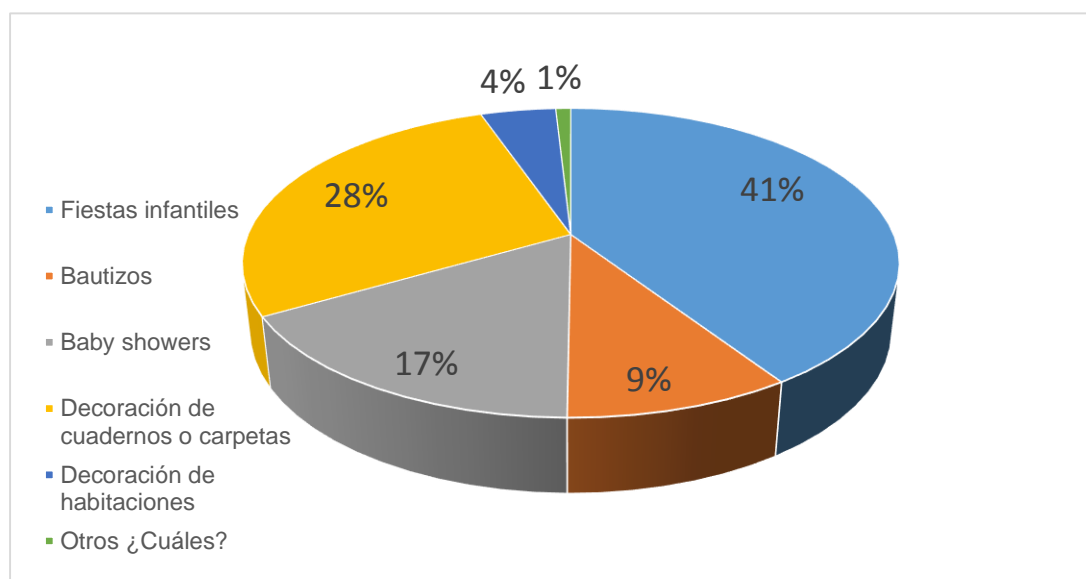
Tabla 4: Usos del Producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Fiestas infantiles	138	41%
Bautizos	32	9%
Baby showers	56	17%
Decoración de cuadernos o carpetas	95	28%
Decoración de habitaciones	15	4%
Otros ¿Cuáles?	3	1%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 4: Usos del Producto



Elaborado por: La Autora

De las 339 mujeres encuestadas, el 41% de ellas dijeron que habían visto las figuras de foamy en fiestas infantiles, seguido de la decoración de cuadernos y carpetas con el 28%, ya que les pedían en las escuelas. En los baby showers y bautizos también suelen ver esas figuras, pero en menos ocasiones, representando un 17% y 9% respectivamente. El 4% de ellas coincidieron en que las habían utilizado para decorar las habitaciones de sus

niños, y el 1% de ellas dijeron que sus usos eran diferentes, en el que se destaca la colección de variadas figuras de foamy.

e) PREGUNTA #5: Cuando las ha comprado, ¿Cuál ha sido la razón principal?

Para Conocer lo que motiva a los consumidores a comprar las figuras de foamy.

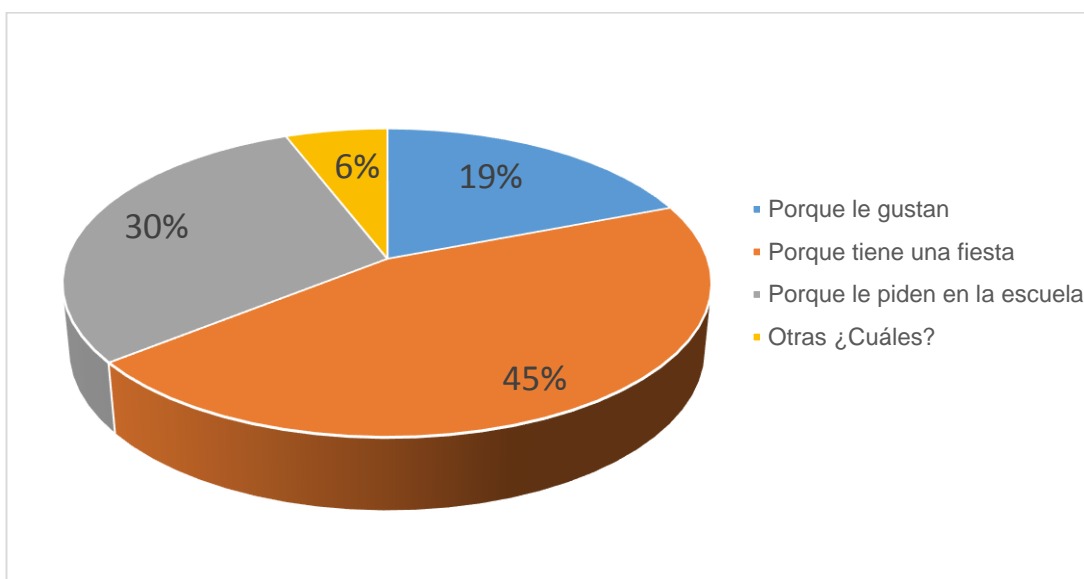
Tabla 5: Razones de Compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Porque le gustan	65	19%
Porque tiene una fiesta	153	45%
Porque le piden en la escuela	101	30%
Otras ¿Cuáles?	20	6%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 5 Razones de Compra



Elaborado por: La Autora

En su mayoría, la razón principal por la que compran las figuras de foamy es porque tiene una fiesta, ya sea cumpleaños, bautizo, quinceañera, entre otras opciones, representando el 45% de las encuestas. El 30% de las mujeres dijeron que compran porque les piden en las escuelas, para decorar cuadernos, carpetas, etc. El 19% dijeron que las compraban simplemente porque les gustaban las figuritas, mientras que el 6% de las mujeres contestaron otras razones, entre ellas está la colección de figuras de foamy.

f) PREGUNTA #6: Cuando Ud. ha querido comprar las figuras de foamy, ¿en dónde las ha encontrado?

Para Conocer los tipos de negocios que el consumidor sabe que en ése el lugar puede encontrar el producto. Esto permitirá conocer hasta qué negocios se puede distribuir el producto.

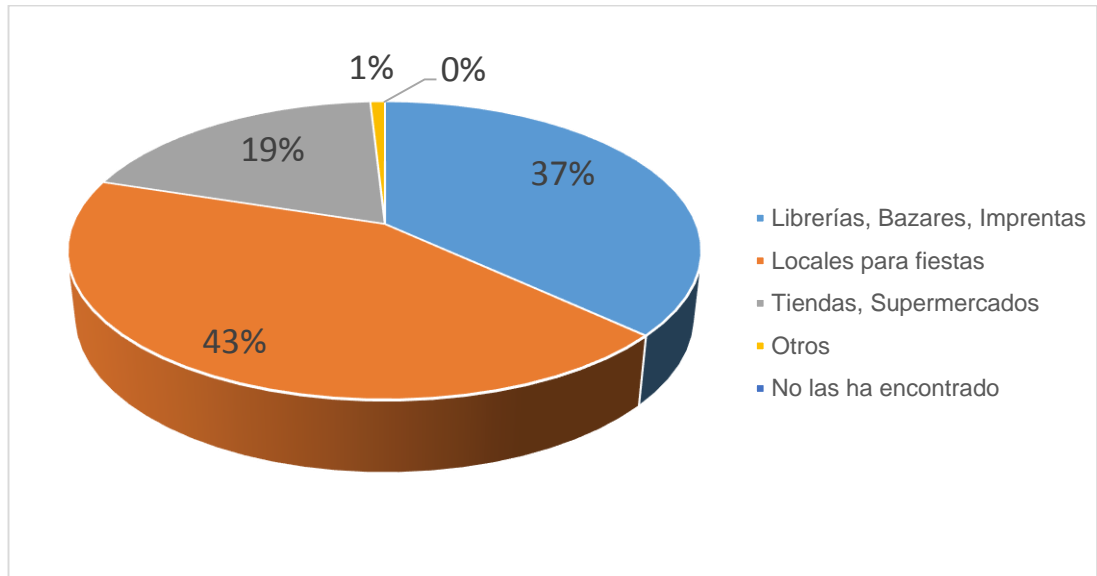
Tabla 6: Tipos de negocios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Librerías, Bazares, Imprentas	125	37%
Locales para fiestas	146	43%
Tiendas, Supermercados	65	19%
Otros	3	1%
No las ha encontrado	0	0%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 6 Tipos de Negocios



Elaborado por: La Autora

La mayoría de las mujeres encuestadas dijeron que suelen encontrar las figuras de foamy en locales para fiestas, ocupando un 43% del total de encuestas. Muy seguido estuvieron las librerías, bazares e imprentas con un 37% y las tiendas y supermercados con 19%. Sin embargo el 3% de mujeres dijeron que las encontraban en otros lugares, de los que supieron responder que ellas mismas las hacían.

Se concluye que como estrategia de venta y distribución, la prioridad será de ofrecer el producto a los locales con mayor porcentaje de afluencia.

g) PREGUNTA #7: Mencione el nombre del local donde usted compra las figuras de foamy.

Para Conocer el nombre de los negocios posicionados en la mente de los consumidores, para de esta manera distribuirles el producto a dichos negocios, donde se sabe que el cliente primero va a ir a esos lugares en busca del producto.

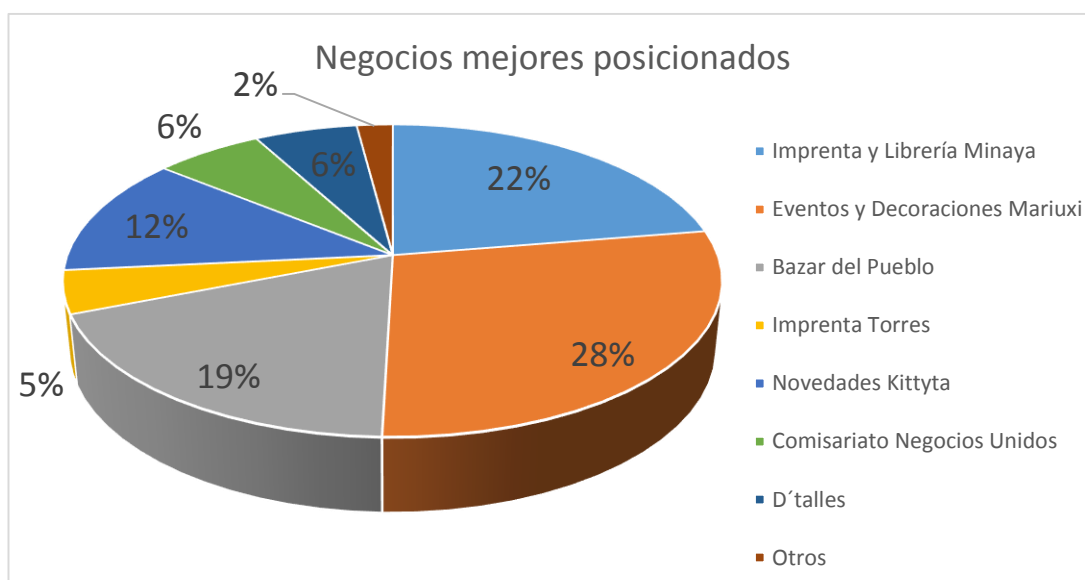
Tabla 7: Negocios Mejores Posicionados

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Imprenta y Librería Minaya	76	22%
Eventos y Decoraciones Mariuxi	95	28%
Bazar del Pueblo	63	19%
Imprenta Torres	15	4%
Novedades kittyta	42	12%
Comisariato Negocios Unidos	21	6%
D'talles	20	6%
Otros	7	2%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 7: Negocios Mejores Posicionados



Elaborado por: La Autora

Los negocios mejores posicionados en la mente de los consumidores son Eventos y Decoraciones Mariuxi con un 28%, seguido por la Imprenta

Minaya con 22%, Bazar del pueblo con 19% y Novedades Kittyta con 12%. Las mujeres también nombraron al Comisariato Negocios Unidos, D'talles e Imprenta Torres, representando un 6% en los dos primeros locales y 4% el último. Apenas el 2% de las encuestadas se refirieron a pequeños locales ubicados en sectores rurales, los cuales no tenían nombre, por lo que no se los pudo cuantificar.

h) PREGUNTA #8: ¿Qué atributo le coloca a las figuras de foamy que ha comprado?

Para Conocer cuáles son las características del producto que les llama la atención a los consumidores finales.

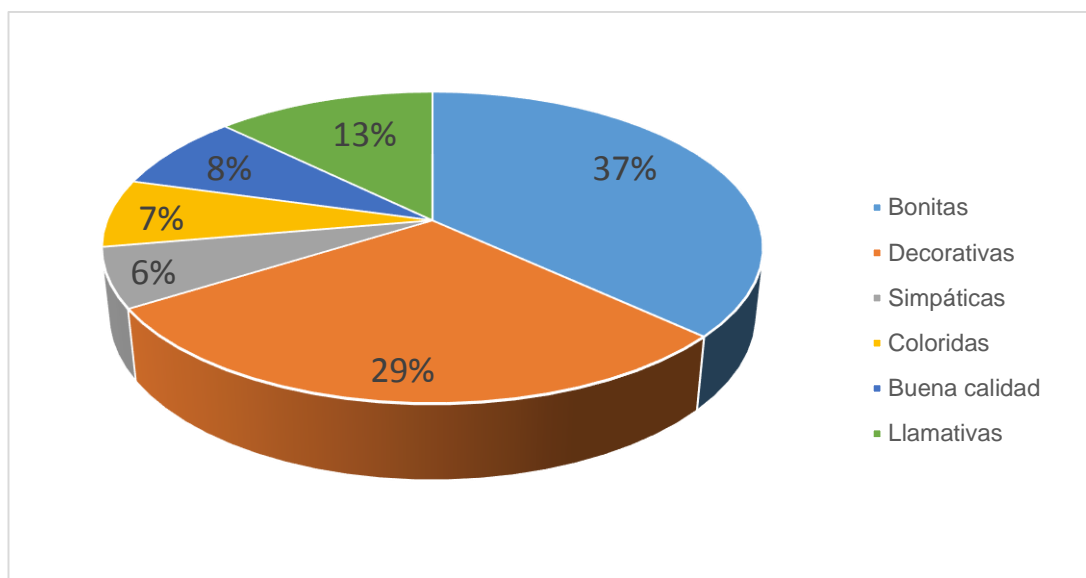
Tabla 8: Características del producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bonitas	125	37%
Decorativas	99	29%
Simpáticas	21	6%
Coloridas	24	7%
Buena calidad	27	8%
Llamativas	43	13%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 8 Características del producto



Elaborado por: La Autora

El 37% de las mujeres coincidieron en que el principal atributo que tienen las figuras de foamy es que son bonitas, al 29% de las mujeres les parecen decorativas y al 13% llamativa. Para algunas de las encuestadas, las figuras de foamy les parecen de buena calidad, coloridas y simpáticas, ocupando un 8%, 7% y 6% respectivamente.

i) PREGUNTA #9: Si usted hallara otras figuras de foamy mucho más bonitas, con colores más llamativos, excelente acabado y exactamente iguales a las caricaturas y personajes reales, es decir, un nuevo producto con atributos que superan a los habituales. ¿Lo compraría? Independientemente del precio.

Para Saber si los consumidores estarían dispuestos a cambiar sus gustos y preferencias, y aceptar el nuevo producto.

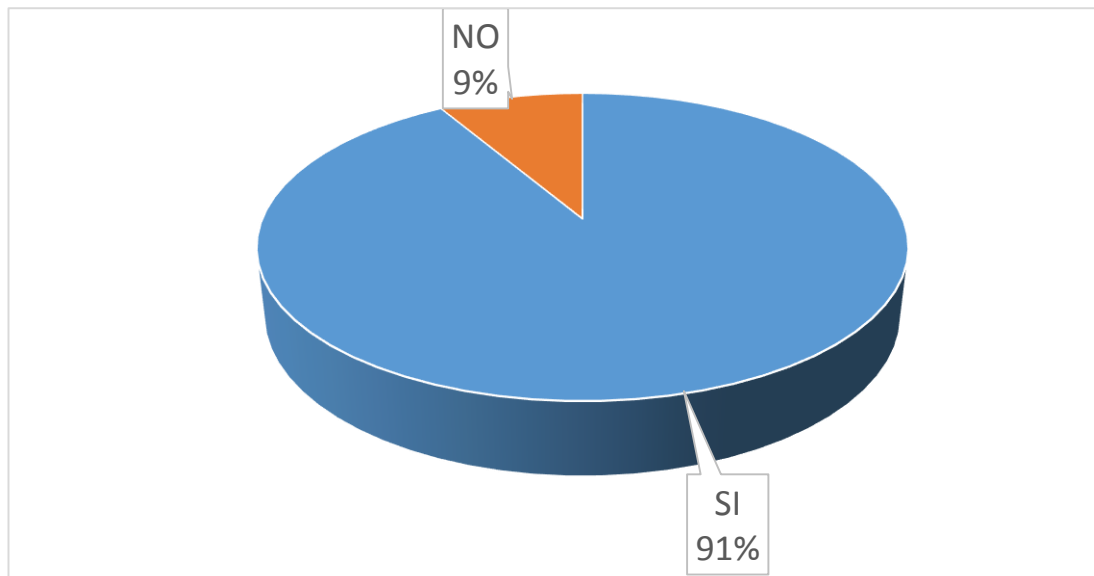
Tabla 9: Aceptación de las nuevas figuras foamy

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	310	91%
NO	29	9%
TOTAL	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 9: Aceptación de las nuevas figuras foamy



Elaborado por: La Autora

El resultado de las encuestas arrojó que los consumidores SI estarían dispuestos a comprar el nuevo producto, que supera los atributos de las anteriores figuras de foamy, representando el 91% de las encuestas. Sólo el 9% de las encuestadas, dijeron que no lo comprarían, respaldando sus respuestas en que preferían las otras, ya que asumían que serían un poco más económicas.

j) PREGUNTA #10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las nuevas figuras de foamy?, considerando que son mucho mejor que las habituales.

Para Conocer cuánto estarían dispuestos a pagar los consumidores, por el producto nuevo, respecto al anterior.

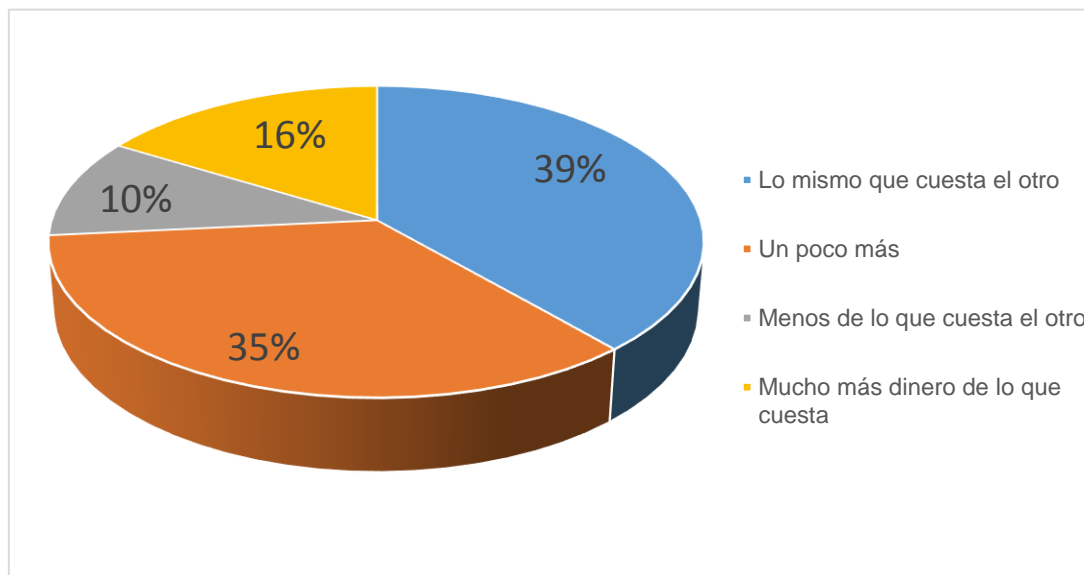
Tabla 10: Disposición de Pago para el nuevo Producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Lo mismo que cuesta el otro	131	39%
Un poco más	118	35%
Menos de lo que cuesta el otro	35	10%
Mucho más dinero de lo que cuesta	55	16%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 10: Disposición de pago para el nuevo producto



Elaborado por: La Autora

El 39% de las mujeres coincidieron en que adquiriendo el nuevo producto, estarían dispuestas a pagar lo mismo que cuesta el otro producto. Pero en porcentajes muy seguidos, el 35% de las mujeres si estarían dispuestas a pagar un poco más por el nuevo producto, pues decían que si

era mucho mejor, si justificaría su precio. Sin embargo, el 16% de las encuestas arrojaron que las mujeres estarían dispuestas a pagar por el producto mucho más dinero de lo que cuesta el otro producto y solo el 10% respondieron que pagarían menos que el anterior producto.

k) PREGUNTA #11: ¿Qué usos le daría a este nuevo producto?

El objetivo principal de esta pregunta es saber el uso que le darían al producto, para de esta manera determinar el tamaño de figura de foamy que se deberá producir en mayor cantidad, porque es el que tendrá mayor rotación.

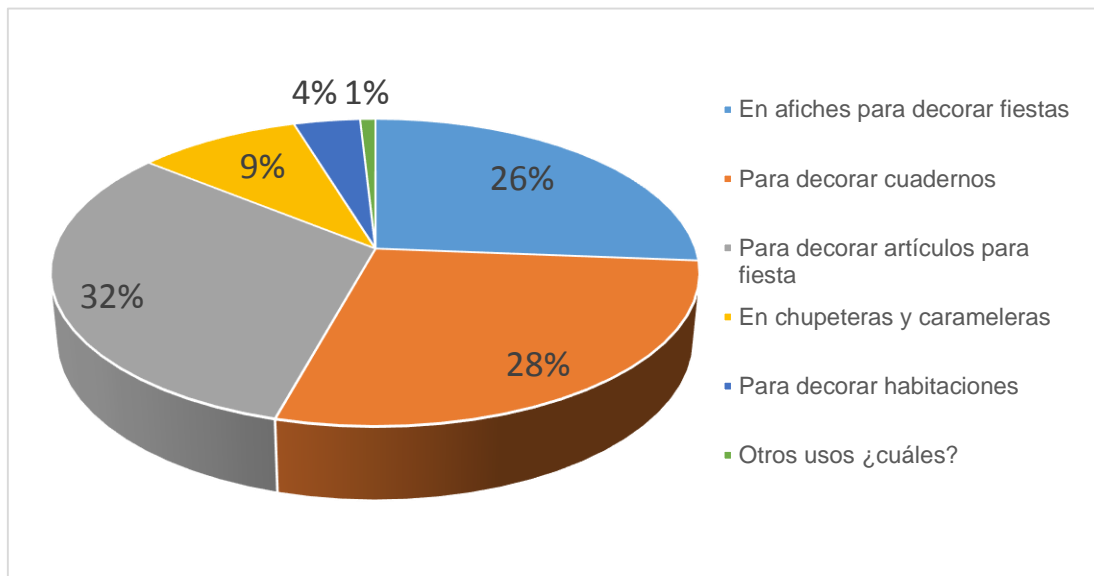
Tabla 11: Usos para el nuevo producto

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
En afiches para decorar fiestas	89	26%
Para decorar cuadernos	95	28%
Para decorar artículos para fiesta	107	32%
En chupeteras y carameleras	32	9%
Para decorar habitaciones	13	4%
Otros usos ¿cuáles?	3	1%
Total	339	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Encuestas

Gráfico 11: Usos para el nuevo producto



Elaborado por: La Autora

El 32% de las encuestas dieron resultados inclinados hacia el uso de las figuras de foamy en artículos para fiesta, muy seguidos los de para la decoración de cuadernos, con un 28% y en afiches para fiestas con un 26%. El 9% de las mujeres encuestadas dijeron que las usarían en chupeteras y carameleras, mientras que el 4% las usaría para decorar habitaciones. Solo el 1% de las mujeres dijeron que no les darían ningún uso, porque les gustaba coleccionar las figuras de foamy en variados diseños.

1.4.2 Resumen de entrevistas

Se realizaron entrevistas a los dueños de los negocios similares, ubicados en el cantón El Triunfo. Para la selección de los locales comerciales a visitar, se tomó los resultados de la pregunta 7 de la encuesta, donde los consumidores finales indicaron los nombres de los negocios donde compran las figuras de foamy:

- Eventos y Decoraciones “Mariuxi”
- Imprenta y Librería Minaya
- Bazar del Pueblo
- Novedades Kittyta

La finalidad por la que se escogió visitar estos locales se debe a que son ellos los que están mejor posicionados en la mente de los consumidores, puesto que si los clientes necesitan este producto, van a acudir a dichos locales. Por lo tanto, fue necesario entrevistar a sus dueños y conocer si estarían dispuestos o no a convertirse en clientes para la empresa.

Pregunta #1: ¿Ud. vende foamy y figuras elaboradas a base de foamy?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones “Mariuxi”	Si vende y además las utiliza en decoraciones para fiestas	Su respuesta facilito el seguimiento de la entrevista.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Si vende	Si se pudo continuar con la entrevista
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Si vende	Si se pudo continuar con la entrevista
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Si vende, pero más las utiliza para decorar en fiestas.	Si se pudo continuar con la entrevista

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #2: ¿Cuántas variedades en diseños de figuras de foamy vende?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Muchas, desde estrellitas, corazones, hasta personajes grandes, princesas, escudos, etc. Y para toda ocasión en fiestas, bautizos, cumpleaños, bodas, quinceañeras.	Favorece a la empresa que este negocio venda variedad de diseños y en todos los tamaños, ya que conoce perfectamente el producto y sus usos.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Algunos diseños diferentes, muy bonitos. Para bautizos, cumpleaños, quinceañeras.	Al igual que el anterior negocio, tiene una amplia variedad de productos. Favorece bastante a la empresa.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Más vende para bautizos, quinceañeras y bodas.	Su respuesta fue bastante clara, por lo tanto con este cliente sería de enfocar la venta de los diseños que nombró.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Muchos diseños, más vende para fiestas infantiles y para quinceañeras.	Supo contestar su mayor demanda, por lo tanto se enfocará venderles de esos diseños.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #3: ¿Qué cantidad de figuras de foamy le compra normalmente cada cliente?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Es difícil estimar, se vende más en temporada escolar y ahí es una figura por cada cuaderno y carpeta. También se vende para las fiestas.	Excelente respuesta, supo decir cuándo los productos tienen mayor rotación.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Este producto se vende muy bien durante todo el año, más en temporada escolar y las cantidades no lo sabe.	Respuesta favorable para la empresa.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Ella vende más para la temporada escolar, y pues en cada lista de útiles vende entre 5 a 10 figuras de foamy porque le piden para cada cuaderno, carpeta y libro también.	Respuesta favorable para la empresa y además dio información importante para estimar la demanda
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Las vende dentro del paquete para fiestas, ya que ella solo organiza y decora. No puede estimar porque las vende en todo los artículos que incluyen en el paquete.	Aunque el cliente no venda individualmente las figuras, las necesita para sus decoraciones, por esto favorece a la empresa.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #4: ¿Con qué frecuencia sus clientes le compran las figuras de foamy?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	La temporada escolar es fuerte durante tres semanas más o menos y de ahí es menos pero igual se vende. De ahí para los cumpleaños, tiene mínimo 4 fiestas al mes que ella organiza y de ahí vende los artículos para fiesta, mínimo 3 fiestas al mes, aunque hay padres que van comprando poco a poco y con tiempo.	Excelente información para estimar la demanda.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Para la temporada escolar, es mínimo una lista de útiles por persona, de ahí el producto se lo vende durante todo el año, pero él no podría estimar cantidades ni la frecuencia.	Buena información.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Lo fuerte de la temporada escolar dura tres semanas más o menos, de ahí se sigue vendiendo pero poco.	Buena información.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Lo fuerte de ella son las fiestas infantiles, tiene mínimo una fiesta cada semana, donde incluye las figuras en todos los artículos con los que decora	Buena información.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #5: ¿De dónde obtiene las figuras de foamy?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Ella misma las produce con ayuda de su esposo para exhibirlas y las hacen con anticipación cada vez que tiene un contrato.	Representa una competencia para la empresa, sin embargo podría convertirse en cliente.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Ellos las hacen, y además tienen un taller de manualidades donde enseñan a hacer las figuritas y otras cosas más con diferentes materiales.	Representa una competencia para la empresa, sin embargo podría convertirse en cliente.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Ella las compra, un Sr. le va a vender diferentes diseños en las temporadas que se vende más.	No representa una competencia, pero tiene su proveedor particular. Será necesario presentarle una oferta bastante atractiva para que se cambie.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Es un negocio familiar y todos ayudan a elaborar las figuras cuando tienen un evento.	Será necesario presentarle una oferta muy atractiva, con buenos precios, ya que no gastan en M.O

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #6: ¿Está conforme con su modelo de negocios de foamy?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Del todo conforme no, a pesar de que sí gana pero le quita mucho tiempo hacer las figuras. Ella tiene 2 hijos y además tiene un almacén que debe de atender.	Esta respuesta favorece a la empresa, se tiene muchas probabilidades de que se convierta en cliente.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Si está bien, tiene gente en el local que trabaja para él, y además hace obra social.	Su respuesta no es muy favorable para la empresa.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Sí, está muy conforme ya que no se hace problema, y además tiene 2 locales, por lo que no tendría tiempo de hacerlas ella misma ni de estar controlando.	Muy favorable su respuesta.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Sí, aunque le resulta muy cansado y hay veces que no se avanza con todo. Después de todo tiene a sus hijas que le ayudan mucho.	Respuesta no tan favorable para la empresa.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #7: ¿Cuánto normalmente se gana en la venta de figuras de foamy?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Su margen de ganancias es alto, pues le sale súper económico producirlo ella misma aunque se tome más tiempo. Se gana más o menos el 100% del costo.	Tiene marcado un buen margen de ganancias, pero si hay probabilidades de venderle, ya que se le ofrecerá igual o mayor porcentaje de utilidad.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	El doble de lo que le cuesta, realmente se gana en este producto.	De igual manera, si hay probabilidad de que se le venda.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Dependiendo del diseño, pues si son los que están de moda le saca provecho y le pone el doble o el triple de lo que le venden.	Será necesario ofrecerle buenos precios.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Le sale súper económico hacerlas, pero como casi no las vende sino que las utiliza, pues ella las incluye en los paquetes de fiesta, y cobra el doble del costo, por cada producto del paquete.	Buen indicio, hay bastantes probabilidades, ya que hace paquetes de fiesta, donde no señala directamente el precio de cada cosa. Se arriesga a colocar precios.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #8: ¿Le gustaría que mejore la venta de su producto o servicio?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Si por supuesto.	Respuesta favorecedora para la empresa.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Claro que sí.	Respuesta favorecedora para la empresa.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Claro.	Respuesta favorecedora para la empresa.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Sí, le ayudaría mucho.	Respuesta favorecedora para la empresa.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #9: ¿Estaría dispuesto a cambiar su modelo de negocio de foamy actual?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Sí, siempre y cuando le rinda más, y porque no le gusta aferrarse a algo, y si encuentra una mejor opción pues le da gracias a Dios y continúa.	Respuesta favorable para la empresa.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Depende, tendría que analizar el pro y los contras.	Su respuesta no es definitiva, por lo que si habría posibilidades.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Depende con que otro modelo de negocios, y si es que le conviene. Si es para la producción es un no definitivo.	Respuesta favorecedora para la empresa.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Si le conviene sí, porque le ayudaría bastante ya que no se estresaría mucho.	Respuesta favorecedora para la empresa.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

Pregunta #10: ¿Por qué no ha cambiado su modelo de negocio, es decir, de la producción a sólo la venta o viceversa?

Clientes	Respuesta	Comentario
Sra. Mariuxi Vallejo Eventos y Decoraciones "Mariuxi"	Han ido muchos proveedores a ofrecerle las figuras ya hechas, pero son feas y la gente no le compra.	Respuesta favorable para la empresa.
Sr. Ignacio Minaya Imprenta y Librería Minaya	Si han ido a ofrecerle, pero no le gustan, prefiere hacerlas él mismo.	Respuesta favorable para la empresa.
Sra. Jenny Zambrano Bazar del Pueblo	Porque no le llama la atención, además de que no tiene tiempo, no le gusta complicarse.	Respuesta favorecedora para la empresa.
Sra. Rocío Franco Novedades Kittyta	Ella ahorra más haciéndolas, además de que no anda con tanto detalle y las manda como le salgan.	Respuesta no favorecedora para la empresa.

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultado de Entrevistas

1.4.3 Análisis e interpretación de los resultados

Se realizaron las encuestas correspondientes a 341 personas, según el resultado del cálculo de la muestra. Las personas fueron mujeres que comprendían entre 15 y 64 años de edad. La encuesta fue realizada en el cantón El Triunfo. Se presentó la tabulación de las encuestas, donde se especificaron los resultados de cada pregunta, formando tablas y gráficos. Al final se analizaron los resultados obtenidos de la investigación, tanto de las encuestas como de las entrevistas.

- El 99% de los encuestados respondieron que sí conocen el material foamy.
- Todas las personas encuestas reconocieron haberlos visto en algún momento, plasmados en diseños, caricaturas, muñecos, entre otros.
- El 93% de las mujeres dijeron que habían comprado alguna vez las figuras hechas a base de foamy.
- El 41% de las mujeres respondieron que las habían visto en las fiestas infantiles, mientras que el 28% aseguraron haberlas visto en los cuadernos, como decoración.
- El 91% de las mujeres están dispuestas a comprar el nuevo producto.
- Las mujeres seleccionaron los usos que les darían al nuevo producto. En su mayoría eligieron en decoración para fiestas infantiles, seguidos de la decoración de cuadernos.
- El 39% de las mujeres contestaron que estarían dispuestas a pagar por el nuevo producto lo misma cantidad que el producto viejo.
- El 35% de las mujeres dijeron que estarían dispuestas a pagar un poco más por el nuevo producto respecto a lo que cuesta el producto viejo

En base a las entrevistas que se hicieron a los dueños en cuatro locales comerciales, se obtuvieron respuestas muy contundentes para algunas preguntas, pero para otras hubieron respuestas no definitivas.

Tras de que todos los entrevistados contestaron que sí venden las figuras de foamy, mencionaron además las diferentes variedades de diseños que venden, coincidiendo la mayoría de ellos que aumentan sus ventas en temporadas escolares y para fiestas infantiles.

Todos dijeron que, para ellos, el negocio de la venta de figuras de foamy es muy bueno, ya que les arroja un alto margen de ganancias.

Tres entrevistados contestaron que ellos mismos producían las figuras de foamy y solo una persona dijo que tenía un proveedor que le iba a ofrecer las figuras allí al local. Por lo tanto, se concluye que la mayoría de los locales comerciales con actividades similares, constituyen una competencia para FoamyArt Cía. Ltda., no obstante, supieron decir que sí estarían dispuestos a cambiar su modelo de negocios actual, ya que les resulta muy cansado, estresante y muchas veces no se avanza con todo el trabajo, aunque si les han ido a ofrecer las figuras de foamy ya hechas, pero no les ha gustado porque son simples y no tan agradadas.

Con la información obtenida de las entrevistas, queda demostrado de que sí hay grandes probabilidades de que los locales competentes se conviertan en distribuidores de figuras de foamy, además de que sí reconocer tener la necesidad de que adquirir el nuevo producto, por sus diferentes razones antes mencionadas. Entonces adoptando acertadas estrategias de marketing e impulsando la venta personalizada del producto será la mejor forma de hacer conocer el producto.

Los entrevistados además sintieron la necesidad de saber, mediante datos estadísticos, la cantidad de la demanda que probablemente tendrían ellos, al comercializar el nuevo producto. Es por esta razón que la demanda del proyecto estuvo calculada en base al resultado de las encuestas.

1.5 Síntesis del capítulo

En este capítulo se especificó la metodología que se aplicará para llevar a cabo la investigación del presente proyecto, para poder realizar el estudio de mercado. Se realizaron encuestas a los habitantes del cantón El Triunfo y entrevistas a los dueños de los locales comerciales del cantón. Los resultados obtenidos de la investigación son de gran utilidad para el desarrollo de los demás capítulos del presente proyecto.

CAPÍTULO II

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para poder vender este producto es necesario darse a conocer como empresa, mediante la marca, demostrar quién es y que está ofreciendo, por lo tanto se requiere de adecuadas estrategias que orienten las actividades de marketing, a fin de posicionar la marca en la mente de los consumidores. Kotler P. & Armstrong G., (2003).

2.1 Producto

El producto es básicamente todo lo que se puede comercializar, con la función de satisfacer alguna necesidad de las personas. Philip & Armstrong, (2003).

Figuras elaboradas a base de foamy, con maquinaria a láser, es el producto que se comercializará.

Este tipo de productos brinda beneficios de tipo físico, ya que al venderlo, lo primero que visualizan las personas es el acabado que tiene, el diseño, la textura, la calidad, y el inmenso parecido a las caricaturas o imágenes reales elaboradas en foamy.

La gama de productos de FoamyArt tendrá su clasificación:

- Línea de productos Estacionales: Son los que se venden por una determinada estación. Kotler P. & Armstrong G., (2003). Aplicado este concepto a FoamyArt, sería de acuerdo a la temporada, por ejemplo FoamyArt en navidad producirá figuras de foamy en diseños navideños (papa Noel, muñeco de nieve, etc.), en Halloween (calabazas, arañas, máscaras, etc.), en San Valentín (corazones, ositos, cupido), entre otros.
- Línea de productos de moda: Son los productos que permanecerán en el mercado solo durante un determinado tiempo. Kotler P. & Armstrong

G., (2003). En este caso, los diseños de las figuras de foamy dependerían de las caricaturas, muñecos, o imágenes que estén de moda en el medio. Por ejemplo: Estreno de película Toy Story, coloca en la moda a las caricaturas que la protagonizan (Woody, Buzz Lightyear, entre otros), otro ejemplo puede ser los personajes de Monsters University, Cars. Sin embargo estos diseños puede que se queden en el mercado y que perduren durante todo el año, es decir, pasan de moda, pero siempre habrá un público que los siga prefiriendo, esto normalmente pasa porque los infantes se encariñan con los personajes y desean sus fiestas de cumpleaños con su personaje favorito.

- Línea de productos de madurez permanente: Son aquellos productos que perduran en el tiempo y nunca pasan de moda. Kotler P. & Armstrong G., (2003). Para FoamyArt serían por ejemplo figuras de foamy en personajes como las Princesas de Disney, Minnie Mouse, Mickey Mouse, Spiderman, entre otros.

Sin embargo las líneas de productos de moda y los de madurez permanente están proyectados para ser vendidos en los próximos años, de acuerdo a la posible demanda para aquellos productos, puesto que para comercializar figuras de foamy sobre esos diseños se necesita de licencias sobre los personajes, lo que implicaría costos para FoamyArt.

Por tal razón, FoamyArt se centrará en la producción y comercialización de únicamente la línea de productos estacionales, esto es, hasta entrar al mercado y darse a conocer. Además de algunos diseños que se pueden incluir dentro de la línea de productos de madurez permanente, tales como muñecas para quinceañeras, angelitos para bautizos, entre otros.

FoamyArt incluirá además en su gama de productos figuras de foamy en distintos tamaños:

- 10 x 10cm: Figuras de foamy en diseños como mariposas, estrellas, corazones, caras de caricaturas, entre otras; las pueden utilizar para decoraciones en general.
- 16 x 16cm: Figuras de foamy en diseños de las caras de caricaturas, chupones, ositos, chinescos y figuras en general; se las puede utilizar para sorpresas, gorritos en fiestas infantiles, también para baby showers y demás usos de acuerdo a la creatividad de las personas.
- 21 x 29cm: Figuras de foamy en diseños de cuerpo completo de las caricaturas; su uso es muy variado, desde decoraciones para portarretratos, carpetas, cuadernos en temporada escolar, hasta centros de mesa, gorros, chupeteras en fiestas infantiles.
- 50 x 50cm: Figuras de foamy en diseños de cuerpo entero de la caricaturas y de figuras en general; su uso es muy similar al del tamaño anterior, incluyendo además el uso de afiches para decorar las fiestas infantiles o cualquier otro tipo de eventos, con la diferencia de que se obtienen artículos con mayor tamaño, de acuerdo a las medidas de las figuras.
- 60 x 80cm: Figuras de foamy en diseños variados; normalmente se los utiliza en forma de afiches para decoraciones de fiestas, eventos, aulas de clase, entre otros.
- 100 x 100cm: Figuras de foamy de un mayor tamaño, en diseños como escudos de equipos, escudo del Ecuador, banderas, caricaturas en general; su uso puede darse para decoraciones en aulas de clase, habitaciones de niños o niñas, entre otros.
- 150 x 0,90cm: Figuras de foamy de variados diseños; su uso es similar al de las medidas anteriores.

De todos los tamaños, se concluye que el más comercial y debido a la intensidad de su uso serían los de 16x16cm, 21 x 29cm y 50 x 50cm. Por tal motivo FoamyArt enfocaría su producción en estos tamaños, al menos hasta la introducción del producto. Para la exhibición y presentación del producto de

los equipos comerciales a los clientes, se podría fabricar en todos los tamaños para que conozcan la variedad de la que se dispone.

En beneficio de que la venta es mediante atención personalizada, el cliente también podrá hacer su pedido en función de sus beneficios, escogiendo aleatoriamente el tamaño que desee del diseño que seleccione; así como solicitar la producción de algún nuevo diseño.

2.1.1 Atributos del producto

Son una serie de factores que permiten realizar una disección del producto, partiendo de los elementos centrales hasta los complementarios, para que a la vista tanto de los clientes como de la competencia, se pueda elaborar la estrategia del marketing que permita posicionar el producto en el mercado de la forma más favorable. Kotler P. & Armstrong G., (2003).

- a) Calidad: Las figuras de foamy son de excelente calidad, su material no se deteriora tan fácilmente. Además posee acabados finos y profesionales.
- b) Características físicas: Esta hecho a base de foamy, el cual es un material térmico, no es tóxico, tiene diversidad de diseños, colores variados y llamativos. La principal característica es de que el foamy del que son hechas las figuras no es normal, sino escarchado, lo que permite que la figure llame mucho más la atención de las personas, por sus brillos y por la intensidad de sus colores. Además el acabado fino que tiene hace que el producto sea de calidad y de agrado de todas las personas que lo observan y son atraídos por él.
- c) Color: Posee variados colores, y tonos de colores, todo depende del diseño de las figuras de foamy.
- d) Empaque: Las figuras de foamy son empaquetadas en fundas polyfán, esto ayuda a que el producto se exhiba mejor y se conserven de mejor manera, tanto su color como el material.

- e) Marca: La marca del producto será FoamyArt, es decir, arte en foamy, el cual describe claramente el producto del que se trata, y a su vez permite un rápido aprendizaje, ya que es un nombre claro, corto y fácil.
- f) Precio: Su precio es bastante económico, accesible para cualquier persona que lo adquiere. En este caso, para las tiendas y bazares, la facilidad que les brinda el bajo precio, es que aumenten su margen de ganancia, en función del porcentaje que ellos se apliquen de acuerdo al precio al que están dispuestos a pagar los consumidores finales.
- g) Garantía: FoamyArt garantiza la calidad del producto y el estado del mismo, puesto que el material del que está hecho es perdurable, no se deteriora, y es de fácil manipulación.
- h) Servicios del vendedor: Los servicios del vendedor son personalizados, puesto que la presentación del producto y la venta se realizará de manera personal, en el que los vendedores se trasladarán hasta los locales comerciales de los clientes para ofrecerle toda la gama de productos de que dispone FoamyArt.

Se concluye como empresa, de que el producto reúne todos y cada uno de estos atributos, los mismos que son fundamentales para que sea identificable y único.

2.2 Identificación de la marca

Es la estrategia que se hace al crear la marca, de manera que esta sea percibida de determinada forma, en la que genere una ventaja competitiva para la empresa en el mercado.

La marca es el nombre que se le da al producto de la compañía, es importante la correcta formulación y creación de esta ya que será lo que atraerá al cliente, por lo tanto es imprescindible mantenerla íntegra, protegerla y aprovechar las oportunidades al momento de atender a los clientes.

En este caso el nombre que se le dará a la marca será el mismo nombre que se le dará a la compañía, ya que se trata de la producción de un único producto.

A continuación la estructura de la marca del producto y de la empresa, la misma que debe ser clara, llamativa, que tenga relación con el producto, diferente, y fácil de pronunciar. De esta forma logrará posicionada en la mente de los consumidores. Kotler P. & Armstrong G., (2003).

- Logotipo
Es la parte escrita de la marca
- Isotipo
Es la parte gráfica de la marca

Ilustración 3: Diseño de la Marca



Elaborado por: La Autora

2.3 Segmentación de mercado

El mercado meta para FoamyArt son los negocios ya establecidos que se dediquen a actividades similares, como bazares, imprentas, librerías, supermercados, entre otros, y que estén localizados en el cantón El Triunfo.

Aunque los costos de producción son bajos y esto permita a FoamyArt seguir manteniendo un elevado margen de ganancias, al vender a

compradores poderosos, existe un alto nivel de riesgo de que FoamyArt Cía. Ltda., se vuelva vulnerable por la posible integración hacia atrás de dichos compradores poderosos; esto es, de que los compradores quieran convertirse en competencia para la empresa, ya que estarían en suficiente capacidad de hacerlo por la carencia de barreras de entrada y las grandes posibilidades que tienen en cuanto a inversión,

Dicho esto, se establece que dentro de los negocios comerciales escogidos como mercado meta, FoamyArt, como para empezar en el cantón El Triunfo, enfocará sus ventas a todos los clientes. Sin embargo, debido a las grandes expectativas que se tiene con este proyecto, la visión de FoamyArt Cía. Ltda., de ampliar el alcance, pues a futuro la estrategia ideal sería la de enfocar las ventas a los clientes menos poderosos, en donde no se ponga en riesgo la estabilidad de la organización, y que estén localizados en zonas rurales a nivel nacional, sin quitarle importancia a la distribución por las zonas urbanas del país.

Por lo tanto la estrategia de segmentación futura será de manera concentrada, ya que se va a centrar en un sector concreto, esto permitirá adquirir un mejor conocimiento de los consumidores, mayor fidelización, y mayor participación, aunque se trate de un mercado más limitado; el de clientes menos poderosos. Philip & Armstrong, (2003).

2.4 Posicionamiento

El posicionamiento se lo va a hacer en función de atributos del producto, puesto que se trata de posicionar el producto en la mente de los consumidores y lograr ocupar una posición ventajosa en relación a los competidores. AulaFacil, (2000).

Algunos atributos ya fueron analizados anteriormente, por tal razón, se considera que el atributo que valora más el consumidor es la apariencia física del mismo, independientemente del costo que este tenga.

Este atributo reúne aspectos como color, diseño, acabado, material, etc. Esto se debe a que lo físico del producto es lo primero que ven los consumidores, provoca su interés y facilita a FoamyArt posicionar dicho producto en la mente de los clientes.

FoamyArt tiene competidores directos que emplean el mismo atributo para posicionarse, sin embargo, el atributo del producto de esta empresa hace que como tal disponga de ventaja competitiva frente a la competencia.

2.5 Competencia

Los principales competidores para FoamyArt son los bazares, tiendas, imprentas, librerías, y demás negocios que se dedican a actividades relativamente similares a las de esta empresa, con la diferencia de que disponen de más variedades de productos y los comercializan al consumidor final. Estos negocios considerados como competencia están ubicados en todos los sectores del cantón El Triunfo, tanto en las zonas urbanas como rurales, incluidos lugares aledaños al mismo.

Estos negocios constituyen una competencia directa para FoamyArt Cía. Ltda., porque algunos de estos, además de su actividad principal, se han convertido en pequeños productores de figuras de foamy, elaborándolo de forma manual. Sin embargo, la mayoría de estos negocios no distribuyen sus productos a otros negocios; su producción es únicamente para su consumo y comercialización directamente a los consumidores finales, mediante la exhibición de los mismos en sus propios locales comerciales o puntos de venta.

Debido a esto, los negocios que no realizan este tipo de actividad, simplemente no comercializan el producto o lo adquieren por medio de los otros negocios para revenderlo.

Es aquí donde se origina la necesidad de cambiar el sentido a este tipo de negocios, convirtiendo a la competencia en clientes de FoamyArt,

garantizándoles diferenciación en los productos, variedad de diseños, calidad, acabado profesional, disponibilidad del producto y excelentes precios, permitiéndoles a la vez que mantengan su margen de ganancias y adquieran mucha más clientela, sobre todo en temporadas altas.

Sin embargo, no todos los negocios competentes aceptarán convertirse en clientes, sino más bien harán la lucha con sus productos, dirigiéndose a los consumidores finales y algunos probablemente empezarán a distribuir también a negocios más pequeños, a fin de seguir permaneciendo en el mercado y sobresalir. Por ende detrás de FoamyArt están las autoridades que la dirigen, los mismos que formularán adecuadas estrategias con el objetivo de llevar a cabo con la misión y visión de la empresa.

2.6 Precios

La fijación de precios para los productos que comercializará FoamyArt será en función del costo real del producto, considerando además el porcentaje de utilidades que establezcan las autoridades de la empresa y sus socios.

La fijación del precio, además, será en función de la competencia, es decir, de los precios de los productos que están rotando actualmente en el mercado; según eso, modificar los costos de la producción de FoamyArt, a fin de regular los precios al nivel de la competencia para poder permanecer en el mercado y captar cuota de mercado.

La intención que tiene FoamyArt Cía. Ltda., es seguir la estrategia de gran valor en los productos, es decir, generar un alto valor en el producto de menor precio. FoamyArt intenta conseguir que el público le ponga valor a los productos, de acuerdo a lo que reciben; por esta razón, se esfuerza en la producción, haciendo del producto algo de calidad, para así aumentar el valor en las personas, de tal manera que cuando deseen adquirirlo, se guíen por el valor que les dan al producto, y al compararlo con el precio, terminen por considerar al producto como barato o caro. Kotler P. & Armstrong G., (2003).

Debido a que FoamyArt es una empresa nueva en el mercado, por ende va a lanzar un producto también nuevo, aplicará precios de introducción, siguiendo la estrategia de gran penetración, es decir, sus precios serán relativamente bajos, en función de la competencia, de manera que la mayoría de los niveles socioeconómicos tengan acceso al producto sin ningún inconveniente.

FoamyArt manejará sus precios en función del 105% de margen de ganancia. Sin embargo el margen de utilidad que establecen las autoridades de la empresa y sus socios, para la colocación de precios de introducción es del 98%, y este precio se lo colocará durante el primer año de operación de la empresa. A partir del segundo año de operación, los precios serán con el 105% de margen de ganancias, incrementándose éste con un 5% anual. El precio variará de acuerdo al tamaño, mas no al diseño de figura de foamy.

Sin embargo, existen casos en que una figura de foamy resulte más costosa que otra, variando en centavos, siendo las dos del mismo tamaño; esto puede ser porque una de ellas requiere de más material que la otra. En estos casos, el precio no será en función del costo y del margen de utilidad establecido, sino más bien se sacrificará el margen para regular el precio por tamaño, o bien se simplificarán las piezas en la producción a fin de reducir costos.

2.7 Publicidad y promoción

El establecimiento de adecuadas estrategias de promoción y publicidad es primordial para FoamyArt como empresa, puesto que es la forma de comunicación con los clientes para que conozcan el producto e incrementar las ventas.

- Publicidad

La publicidad dentro de FoamyArt se empleará en base a dos objetivos muy importantes: el primero es dar a conocer los beneficios del producto que

se va a comercializar, resaltando la diferenciación por sobre otras marcas, el segundo es lograr la motivación por parte del cliente hacia el producto, de manera que se incremente la posibilidad de que lo adquiera.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la manera de comunicación con los clientes será mediante la venta personal, donde se producirá un encuentro personal entre el comprador y el vendedor, para presentarle el producto, entrar en una negociación y que termine esta en una venta. Esta venta se la realizará en el cantón El Triunfo, por lo tanto, será necesario hacer uso de los medios de información existentes en el cantón, para dar a conocer el producto, además de emplear publicidad intensiva para este tipo de negocios, ya que todo estará en manos del equipo comercial.

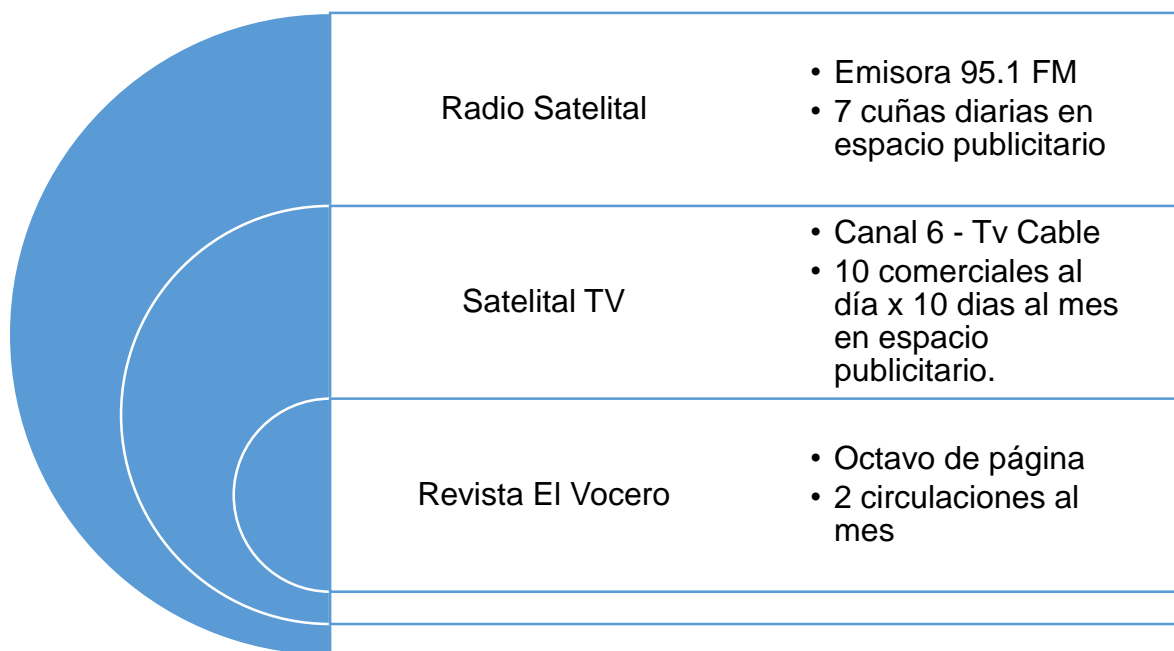
Sin embargo, como se trata de un producto nuevo en el mercado, es necesario llamar la atención, por lo tanto, la técnica publicitaria que se utilizará será BTL (Below the line o debajo de línea).

BTL es una técnica publicitaria que se refiere a medios de comunicación no masivos, es una publicidad distinta, dirigida a un segmento de mercado específico. Kotler P. & Armstrong G., (2003).

La estrategia publicitaria que aplicará FoamyArt es mediante vallas publicitarias colocadas en el vehículo de la empresa, que se lo utilizará para el traslado de los equipos comerciales y a la vez para la entrega de pedidos.

Además se contratarán publicidades en los medios de información locales, tales como:

Ilustración 4: Publicidades en medios locales



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- Promoción

FoamyArt aplicará estrategias de promoción en ventas, ya que es necesario atraer la atención del cliente, para así convencerlo de que se trata de un producto valedero, lo que permitirá aumentar las ventas, competir en el mercado y posicionar la marca.

Se trata de la estrategia PUSH, la cual estará dada hacia los canales de distribución, es decir, el trabajo de FoamyArt, como fabricante, será de proporcionar incentivos y condiciones de venta ventajosas hacia el cliente (distribuidor o intermediario), a tal punto de que éste coopere voluntariamente empujando el producto hacia el consumidor final, esto puede ser haciendo referencias de la marca, merchandising en el punto de venta, entre otras opciones. Marketing Compartido, (2008).

Los clientes de FoamyArt (tiendas, bazares, librerías, entre otros) pasarían a ser distribuidores, puesto que constituyen una intermediación entre

la empresa (fabricante) y los consumidores finales. Dicho esto, para lograr la cooperación de los clientes será necesario una serie de ofertas atractivas, alguna de estas podrían ser:

- Altos márgenes de ganancias
- Gratuidad en determinados productos
- Regalos
- Servicio de merchandising, con la proporción de los respectivos materiales.

Por lo pronto, como para introducción del producto, se ofrecerá márgenes de utilidad elevados, ya que tiene la ventaja de bajos costos en la producción.

Además se otorgarán productos gratuitos a los clientes (distribuidores), junto con mercadería en consignación, en el caso de que no deseen adquirir el producto; esto es dejarle sin ningún costo, una determinada cantidad de figuras de foamy, en variados diseños, para que ellos los exhiban y los vendan, si la venta se logra, el cliente reconocerá a FoamyArt solo el valor de los productos vendidos, caso contrario los devolverá o seguirá promocionándolos. Esto servirá para que el cliente se familiarice con el producto y note un posible incremento en su demanda, sin asumir algún compromiso para con la empresa, terminando esto en el convencimiento del cliente en comprar el producto en cuestión.

Cabe recalcar que para dejarle al cliente la mercadería en consignación, es necesario que éste firme un contrato, con cláusulas que determinen el trato que se haga entre FoamyArt Cía. Ltda., y el cliente, la cantidad de mercadería dada en consignación, y demás condiciones que exigirán el compromiso y cumplimiento de las mismas, una importante condición podría ser: No utilizar ninguno de los modelos de la mercadería que se les deje en consignación, para su propia producción y comercialización, caso contrario cumplir con alguna penalización.

2.8 Síntesis del capítulo

En este capítulo se explicó en detalle sobre el producto que se comercializará, mencionando las características y atributos del mismo, además de mostrar la imagen de su marca. También se explicó sobre el mercado a donde estarán dirigidas las ventas del producto.

Gracias a los resultados que se obtuvieron en la investigación, se pudo evaluar a la competencia, se pudo colocar las mejores estrategias de precios, y conocer sobre cuáles serían los mejores medios de comunicación para posicionar el producto en la mente de los consumidores.

CAPÍTULO III

ASPECTOS LEGALES Y LABORALES

Se tratan temas referentes a las leyes nacionales, es decir, requisitos para la constitución de una compañía, así como requisitos que permiten el funcionamiento de la empresa; además de las obligaciones con entes gubernamentales, desde tributarias hasta las referentes a aspectos laborales.

3.1 Constitución de la compañía

Es una empresa netamente familiar, su estructura legal está dada como compañía de responsabilidad limitada, con su abreviatura Cía. Ltda.

Según la Ley de Compañías, (1999), en la sección V De la Compañía de Responsabilidad Limitada, Art. 92, dice que una compañía de responsabilidad limitada se la puede contraer únicamente a partir de 3 o más personas, quienes responderán por obligaciones sociales hasta cubrir el total del monto de las aportaciones depositadas por cada uno, y podrán denominar a la empresa con el nombre que lo acuerden siempre que sea añadiéndole las abreviaturas Cía. Ltda., al final de mismo nombre.

En este caso, de acuerdo a la estructura legal de FoamyArt como empresa, las leyes a nivel de país, son muy similares a las que se exige para cualquier empresa, para que esta pueda funcionar legalmente.

Algunas de las leyes que emite el estado a nivel país y local son mediante entidades tales como: Superintendencia de Compañías, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, Servicio de Rentas Internas, Municipio local, Cuerpo de Bomberos, entre otros. Donde dichas entidades otorgan permisos, certificados, patentes, y demás documentos que permiten el funcionamiento de la empresa.

Además exigen el cumplimiento de ciertas obligaciones para con dichas entidades gubernamentales, de acuerdo a las leyes que estipulan, para toda persona jurídica, luego de que esta se constituya y funcione normalmente.

De acuerdo al instructivo societario del sitio web de la Superintendencia de Compañías, se concluye y reúne los requisitos y procedimientos para la constitución de este tipo de compañía.

- Contratar a un abogado que esté debidamente registrado en el Colegio de Abogados.
- Ingresar documentos respectivos para la aprobación por la Superintendencia de Compañías.
- Deposito en una cuenta de integración de capital en un banco de la localidad.
- Elaboración de la escritura pública.
- Afiliación de una de las cámaras de la producción, que se relacione con la actividad que desarrolla la compañía.
- Ingreso de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías.
- Aprobación de la escritura de constitución.
- Publicación en un diario para dar a conocer la creación de la nueva compañía.
- Inscripción del trámite de constitución en el Registro Mercantil.
- Pago de la tasa de nombramiento de los representantes legales de la compañía.
- Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil.
- Pago de la tasa de nombramiento de los representantes legales de la compañía.
- Inscripción de nombramientos en el Registro Mercantil.
- Obtención del número de expediente emitido por la superintendencia de Compañías.

3.1.1 Registro Único de Contribuyentes

La obtención del Registro Único de Contribuyentes es muy importante, puesto que es lo que permitirá a FoamyArt la emisión de facturas, liquidaciones de compras, retenciones y más.

Los requisitos necesarios para la obtención del RUC para sociedad privada, según el Reglamento a la Ley del Registro Único de Contribuyentes (2013) son los siguientes:

- Presentar Formulario RUC 01-A; corresponde a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes. Este formulario debe estar debidamente lleno y suscrito por el Representante Legal de la compañía.
- Original y copia de la escritura pública de constitución, que esté inscrita en el Registro Mercantil. Servicio de Rentas Internas, (2013).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original de la cédula vigente y original del certificado de votación del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original de planilla de servicios básicos y copia.
- Nombres y apellidos completos, y número del RUC del contador.

3.1.2 Registro de la Marca

Debido a la actividad de FoamyArt, es necesario el registro de la marca, de manera que no se generen plagios de marca, y registrarla como propia.

Esto se lo hace por edio del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), cumpliendo con los siguientes requisitos:

- Búsqueda fonética; es decir, la búsqueda de marcas ya registradas con nombre igual o parecido al que se quiere registrar. Esto requiere de lo siguiente:

- Formulario (solicitud de búsqueda fonética) + una copia original.
- Papeleta de depósito realizado en el banco por la cantidad de \$16, para la búsqueda fonética.
- Registro de Marca; se necesita de lo siguiente:
 - Formulario (solicitud de registro de signos distintivos) + tres copias firmadas por el abogado patrocinador.
 - Papeleta de depósito realizado en el banco por la cantidad de \$116 + dos copias.
 - Una copia del nombramiento del Representante Legal, debidamente notariada.
 - Debido a que la marca es mixta (figura y letra), se necesita: 6 artes a color, tamaño 5x5cm, impresos en papel adhesivo.
- Análisis de la solicitud; en el que determinan si se cumple o no con los requisitos exigidos.
- Publicación del extracto de la solicitud en la gaceta de propiedad intelectual.
- Examen de fondo; esto es para analizar si se cumple o no con los requisitos necesarios para ser considerado como marca, en conjunto con la representación gráfica y nombre, si no se cumple con lo establecido, determinan que se encuentra incurso en una prohibición absoluta o relativa del registro.
- Emisión de la resolución de concesión de registro. Elaboración del certificado de registro previo pago de la tasa correspondiente.

3.1.3 Patente Municipal

La patente es un requisito que obliga el Municipio local a sacarlo, ya que en uno de los documentos necesarios para permitir el funcionamiento legal de la compañía, en donde estará ubicada. Los requisitos necesarios son los siguientes:

- Copia a color de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal de la Compañía.

- Original y copia clara del RUC actualizado de la compañía.
- Copia de planilla de servicios básicos.
- Pago de tasas y contribuciones al Municipio local, por la cantidad de \$50.

3.1.4 Permiso de Bomberos

Este permiso es importante, ya que es uno de los requisitos legales que exige la ley para el funcionamiento de la compañía. Antes de que el Cuerpo de Bomberos otorgue el permiso, previo la presentación y cumplimiento de los requisitos exigidos, esta entidad debe realizar una inspección en las instalaciones de la compañía.

Los requisitos que exigen son:

- Original y copia de cédula de ciudadanía del Representante Legal.
- Original y copia de papeleta de votación del Representante Legal.
- Original y copia del RUC de la compañía.
- Original y copia de factura de compra del extintor.
- Copia clara de la planilla de servicios básicos del lugar donde va a estar ubicada la empresa.

Una vez presentados estos requisitos, el organismo procede a realizar la inspección del local. Luego de esto, los inspectores autorizan la aprobación y emisión del permiso correspondiente.

3.2 Obligaciones de la empresa con entes Gubernamentales

3.2.1 Superintendencia de Compañías

Una vez que FoamyArt se registra como Compañía de Responsabilidad Limitada, deberá cumplir con las obligaciones que demanda la Superintendencia de Compañías, según la Ley de Compañías (1999).

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

3.2.2 Servicio de Rentas Internas

FoamyArt Cía. Ltda., al obtener su RUC como persona jurídica, deberá cumplir también con obligaciones tributarias, a partir de la apertura de su RUC, ya que se entiende que desde entonces inicia sus actividades. Servicio de Rentas Internas, (2013).

- Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC.

- Si existen cambios en la información otorgada en la inscripción al RUC, deberá acercarse a actualizar su registro en un plazo no mayor a 30 días, presentando los requisitos según el caso.
- De igual forma, si la sociedad cesa sus actividades, deberá informarse al SRI en un plazo no mayor a 30 días, presentando los requisitos según el caso.
- Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.
- Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones o en ventanillas del Sistema Financiero. Estas deberán efectuarse en forma consolidada independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea:
 - i. **Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA):** Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. En una sola declaración por periodo se establece el IVA sea como agente de retención o de percepción.
 - ii. **Declaración del Impuesto a la Renta:** La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Conciliación Tributaria.
 - iii. **Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta:** Se deberá pagar en el Formulario 106 de ser el caso. Para mayor información verificar el cálculo del anticipo en el Art. 41 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

- iv. Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta:** Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.

Las sociedades son agentes de retención, razón por la cual se encuentran obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos por tales retenciones, adicionalmente debe mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

Las sociedades deben presentar anexos, los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.

- v. Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta por otros conceptos (REOC):** Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.

- a) Anexo Transaccional Simplificado (ATS):** Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes subsiguiente. Presentarán obligatoriamente este anexo las sociedades catalogadas como especiales o que tengan una autorización de auto impresión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.

La presentación del anexo ATS reemplaza la obligación del anexo REOC.

- b) Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP):** Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados

bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Deberá ser presentado una vez al año en el mes de febrero.

3.2.3 Instituto ecuatoriano de seguridad social

FoamyArt Cía. Ltda., al iniciar sus actividades, deberá cumplir con determinadas obligaciones con este ente gubernamental, sobre todo cuando posee trabajadores en relación de dependencia.

a. Requisitos para inscripción

FoamyArt Cía. Ltda. deberá inscribirse como empleador en el sistema del IESS. A continuación los requisitos, según el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (2013), que deberá presentar el empleador o su representante en las oficinas del ente para obtener su clave y contraseña de acceso al sistema.

- Solicitud de clave firmada por representante legal y delegado.
- Copia planilla de un servicio básico (luz, agua o teléfono).
- Copia del ruc de la empresa
- Original y copia a color de cédulas de ciudadanía del representante legal y delegado.
- Copia a color de la última papeleta de votación de representante legal y delegado.

b. Obligaciones

Se detallan las principales obligaciones que tiene el empleador para con sus empleados, una vez que se inscriba en el sistema del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

- Inscripción del trabajador con relación de dependencia: El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS y mediante el aviso de entrada, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios, según corresponda. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, (2013).
- Registro de Novedades: El empleador informará a través del Sistema de Historia Laboral (Internet) la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador (aviso de salida) u otra novedad, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, (2013).
- Pago de aportes: El empleador deberá pagar mensualmente los aportes individuales y patronales al IESS, una vez que el sistema haya generado la planilla de pago de aportes, en función del número de trabajadores registrados y del salario de cada uno de ellos. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, (2013).
- El sueldo básico mensual no será inferior al sueldo básico unificado, al sueldo básico sectorial, el establecido en las leyes de defensa profesional, ni al sueldo básico determinado en la escala de remuneraciones de los servidores públicos, según corresponda, siempre que el afiliado ejerza esa actividad. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, (2013).

3.2.4 Ministerio de relaciones laborales

Así mismo, FoamyArt Cía. Ltda., tendrá obligaciones con el MRL, en beneficio de los trabajadores. Por tal razón deberá estar sujeta a lo que este ente estipule, de acuerdo al Código de Trabajo, (2013).

a. Requisitos para inscripción

FoamyArt Cía. Ltda., deberá inscribirse como empleador en el sistema del MRL para poder hacer uso de todos los servicios que ofrece. A continuación el procedimiento para la inscripción en el sistema:

- Tener creada y activa una dirección de correo electrónico.
- Ingresar al portal web del Ministerio de Relaciones Laborales: www.mrl.gob.ec
- Escoger opción “Ingresar al sistema” y “Registro de nueva empresa o empleador”, en esta opción el usuario debe ingresar para registrar los datos de la empresa y solicitar clave y contraseña.

b. Obligaciones

FoamyArt Cía. Ltda., una vez que se inscribe al Ministerio de Relaciones Laborales, deberá cumplir con determinadas obligaciones, en beneficio de los trabajadores.

- Registrar al trabajador en el MRL, por medio de ejecución del respectivo contrato. Dicho servicio se encuentra disponible en el Sistema de Contratos en Línea en la página web del MRL.
- Registrar el pago del décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo y utilidades del trabajador, en las fechas que corresponden, por medio del sistema de registro. Presentando a la vez documentos como roles de pago firmados por los trabajadores, los mismos que son generados el sistema en línea del IESS; en el caso de utilidades se deberá

presentar el informe sobre utilidades, el mismo que se lo adquiere en las oficinas del MRL.

- Registrar la salida del trabajador, notificando las razones y detallando el salario y demás pagos realizados, para que en función de estos datos, el sistema de Actas de Finiquito en línea calcule la liquidación que por derecho le corresponde al trabajador.
- Presentarse a las oficinas del MRL cada vez que algún representante lo solicite, y cuando tenga que pagar liquidación, utilidades u otros pagos al trabajador.

3.3 Planeación estratégica de la empresa

3.3.1 Modelo de negocios

Un modelo de negocios describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Osterwalder, Pigneur, & Clark, (2012).

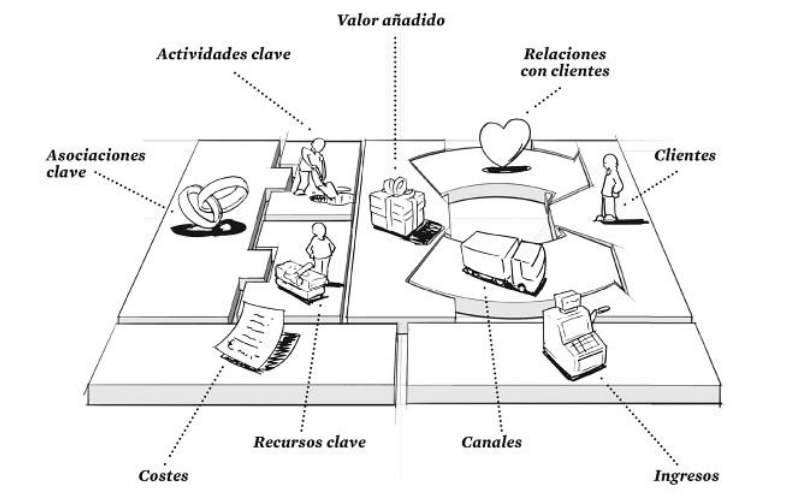
De acuerdo a este concepto se dice entonces, de manera general, que un modelo de negocios es la manera en la que una empresa da a conocer su producto a sus clientes; por lo tanto el modelo de negocios que se va a aplicar para la elaboración de este proyecto es el de Fabricante, puesto que éste pasa a convertir la materia prima en un producto.

Es esto exactamente lo que se va a aplicar en este proyecto, al tomar al foamy y convertirlo en una figura, realizando previamente el diseño mediante un programa computarizado y una máquina de corte y grabado a láser.

Para explicar de mejor manera este modelo de negocios se elaborará un lienzo, el mismo que interrelaciona nueve componentes básicos que permiten plasmar el funcionamiento de la empresa, que se le llamará FoamyArt Cía. Ltda., de una forma más clara y simplificada que logren un mayor entendimiento del modelo aplicado.

A continuación se presenta un cuadro detallando el modelo de negocios de este proyecto, siguiendo el Lienzo del Modelo de Negocios con los nueve componentes básicos creado por Osterwalder, Pigneur, & Clark, (2012), en su libro Tu Modelo de Negocio.

Ilustración 5: Lienzo de Modelo de Negocios: Nueve Componentes básicos



Fuente: Osterwalder, Pigneur, & Clark, (2012).

**Ilustración 6: Lienzo de Modelo de Negocios de esta FoamyArt
Cía. Ltda.**

ASOCIACIONES CLAVE Proveedores y Empresas con licencias	ACTIVIDADES CLAVE Diseño y Producción, Red	VALOR AÑADIDO Figuras elaboradas con foamy con acabados de mejor calidad	RELACIONES CON CLIENTES Asistencia Personal	CLIENTES Nicho de Mercado
	RECURSOS CLAVE Físicos, Humanos, intelectuales		CANALES Propio Directo: Equipo Comercial	
COSTES Costos Variables			INGRESOS Venta de Activos	

Fuente: Osterwalder, Pigneur, & Clark, (2012).

Elaborado por: La Autora

En el presente modelo de negocio se describe el funcionamiento de la empresa que se va a crear en este proyecto, cada componente del lienzo se detalla a continuación:

- Valor añadido, es la propuesta de valor que ofrece la FoamyArt Cía. Ltda., a los clientes a fin de satisfacer sus necesidades, en este caso se trata de figuras elaboradas a base de foamy, utilizando maquinaria de corte y grabado con tecnología láser, proporcionando un acabado de mejor calidad a los clientes.
- “Los clientes son la razón de ser de un negocio”, mencionan Osterwalder, Pigneur, & Clark, (2012). Aplicado a este proyecto, el producto se va a dirigir a un Nicho de mercado específico, es decir, a los dueños de tiendas, bazares, imprentas, locales comerciales, entre

otros, que se dediquen a actividades similares y/o complementarias al producto que se va a producir.

- Una vez que se ha definido la propuesta de valor y el segmento de mercado al que va a estar dirigido, se procede a establecer los canales, es decir, el medio por el cual se va a transmitir la propuesta de valor hacia los clientes. En este caso, el canal más idóneo para este proyecto es el de equipos comerciales; se trata de un canal propio y directo, puesto que se realizarán entregas físicas del producto en los negocios de los clientes, por ende habrán vendedores de por medio que se trasladen hasta los locales comerciales y ofrezcan el producto, logrando la venta del mismo.
- La relación que se va a establecer con los clientes es la de Asistencia Personal, ya que se dará un trato personalizado a cada uno de los clientes, desde la presentación y ofrecimiento del producto hasta la entrega del pedido del mismo. Además de que cada cliente estará en facultad de escoger entre las diversas figuras que se diseñen y de solicitar un nuevo diseño que esté de moda por la temporada en la que se encuentren. Este tipo de relación se hará con el objetivo de fidelizar a los clientes actuales.
- La fuente de ingresos de este modelo de negocio es la de venta de activos, debido a que los clientes adquieren las figuras de foamy y pagan por las mismas, convirtiéndose en propietarios y con total derecho de hacer lo que dispongan del producto. En este caso, el objetivo de la FoamyArt Cía. Ltda., es satisfacer las preferencias de pago de los clientes, por lo tanto se busca la mejor opción de lograrlo sin perjudicar los beneficios.
- Al producir las figuras de foamy para que los equipos comerciales las vendan a los clientes (tenderos, bazares, librerías, entre otros) por medio de una asistencia personalizada, se genera la necesidad de obtener recursos clave para llevar a cabo el modelo de negocios ya establecido. En este caso, se requieren de 3 recursos muy importantes,

la maquinaria a láser para la producción de las figuras de foamy, el programa computarizado llamado Adobe Illustrator donde se van a diseñar las figuras que se van a producir y por último el diseñador, quien va a manejar el programa, a innovar y a crear nuevas figuras para la producción.

- Además de los recursos clave, se necesitan también de actividades clave para llevar a cabo el modelo de negocios. Estas actividades son imprescindibles y muy importantes para la FoamyArt Cía. Ltda., el diseño de las figuras por medio del programa computarizado, ya que sin estos diseños no habría figuras para elaborar y la producción de las figuras de foamy, puesto que sin la producción no habría que producto vender.
- Otro aspecto importante para llevar a cabo el modelo de negocio es el requerimiento de asociaciones clave, en este caso sería una posible asociación con los proveedores, de tal manera que permita conseguir beneficios para ambas partes. Una posible asociación a futuro podría ser con empresas u organizaciones nacionales, que son portadoras de licencias de marcas reconocidas a nivel mundial como Walt Disney, Marvel, entre otras, de manera que permitan a esta empresa proveerles la producción de figuras de foamy en los diseños de esas marcas, para su propia comercialización o de acuerdo a las condiciones que se puedan establecer con ellos. Esto beneficiara a FoamyArt Cía. Ltda., ya que aumentaría su rentabilidad y ampliaría la gama de productos, sin embargo cambiaría radicalmente el modelo de negocios.
- Los recursos, actividades y asociaciones clave requeridas, según el modelo de negocios establecido, genera costes para FoamyArt Cía. Ltda., en este caso, el enfoque se hará en los costes variables (materia prima, insumos, mano de obra), ya que se evitará crear costes fijos en inversiones de maquinaria o cualquier otro activo fijo que no dejará de ser necesario para la empresa.

3.3.2 Misión de la empresa

FoamyArt Cía. Ltda., se dedica al diseño, producción y comercialización de figuras infantiles y demás variedades elaboradas a base de foamy, utilizando maquinaria con tecnología láser. Está dirigida hacia todos los pequeños y grandes comerciantes del cantón El Triunfo, ya que se caracteriza por proporcionar productos con acabado profesional y con capacidad para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

3.3.3 Visión de la empresa

Ser la empresa diseñadora y productora de figuras de foamy con alto nivel de innovación, creatividad, calidad y servicio, en el plazo de 5 años, extendiendo el uso de maquinarias con tecnología láser, permitiendo comercializar el producto hasta las demás provincias del país.

3.3.4 Objetivos de la empresa

FoamyArt Cía. Ltda., tiene como objetivos elaborar un producto con excelente calidad y profesionalismo, distribuirlo en el cantón El Triunfo en las zonas comerciales, con proyecciones de alcance a más cantones y ciudades de las demás provincias del país, y satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes creando ventajas competitivas que ayuden a crecer como empresa.

3.3.5 Principios y valores

Los valores definen el carácter de esta empresa, de sus productos y servicios y son el principio rector de esta organización.

- a. Integridad: Actuar con integridad, honestidad y respeto con todas las personas y organizaciones con las que se interactúa, así como con el entorno en el que se desenvuelve, es de vital importancia como empresa.

- b. Colaboración: Es la base de todas las relaciones. FoamyArt Cía. Ltda., colabora con sus trabajadores, clientes, colegas, proveedores, socios y aliados en la búsqueda colectiva y compartida de la excelencia.
- c. Liderazgo: Se busca ser líderes no solo en los negocios sino también en todas las relaciones. Como empresa, se tiene una visión del futuro basada en la innovación, creatividad, excelencia, compromiso y sustentabilidad.

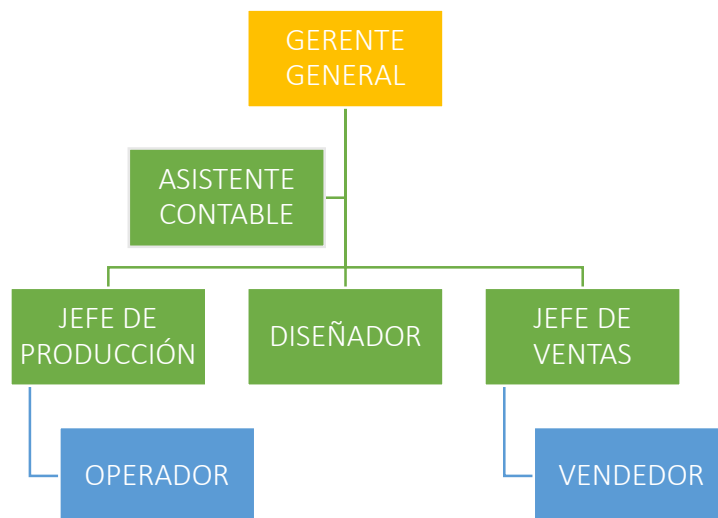
3.3.6 Estructura organizacional

La estructura organizacional es la distribución formal de los empleos dentro de una organización. Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary, (2005).

Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de FoamyArt Cía. Ltda., está basado en una estructura simple, donde se indican los cargos realmente necesarios para el funcionamiento de la organización. Esta estructura con frecuencia es utilizada por las empresas pequeñas en las que el propietario y el gerente son la misma persona. Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary, (2005).

Ilustración 7: Organigrama de la Empresa



Elaborado por: La Autora

Funciones y responsabilidades

En este apartado se detallan las funciones que van a cumplir cada uno de los empleados que van a formar parte de FoamyArt Cía. Ltda., además de la indicación de las responsabilidades que tendrán ellos al asumir los respectivos cargos.

a. Gerente general

Será el Representante legal, responsable de tomar todas las decisiones que giren en torno a la empresa, por lo que deberá velar por el cumplimiento de todas las decisiones tomadas, de los asuntos legales que afecten al negocio y de sus operaciones. Además está en responsabilidad de reportar cualquier actividad extraoficial a los socios o dueños de FoamyArt Cía. Ltda., incluidos los temas de utilidades, de productividad y desempeño de los trabajadores.

Dentro de las funciones y responsabilidades del Gerente General están las que son netamente administrativas, actividades que tienen que ver con la Planeación, Organización, Dirección y Control. Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary, (2005).

Ilustración 8: Funciones Administrativas

Planeación	Organización	Dirección	Control
Fijar metas, establecer estrategias y trazar planes especiales para coordinar las actividades	Determinar qué hay que hacer, cómo hay que hacerlo y quién va a hacerlo	Dirigir y motivar a los participantes y resolver los conflictos	Vigilar las actividades para asegurar de que se realizan como se planeó

Alcanzar la finalidad declarada de la organización

Fuente: Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary, (2005).

Funciones

- Estructurar planes de trabajo basados en metas para sus subordinados, junto con las estrategias de negocios.
- Posicionar los productos institucionales en el mercado potenciado y mercadeando los mismos de acuerdo a los segmentos de demanda.
- Supervisar y administrar los procesos de recuperación de cartera y supervisión de crédito demostrando eficacia y efectividad.
- Reportar periódicamente el manejo de sus funciones y gestiones a los socios de la empresa.
- Cumplir y supervisar el cumplimiento de las políticas y reglas internas de la empresa.
- Mantener un buen ambiente laboral en la organización.
- Coordinar las tareas de cada uno de sus subordinados, y supervisar el resultado de las mismas.
- Controlar el desempeño de los trabajadores y operadores de las maquinas.
- Apoyar y atender los requerimientos de los accionistas.
- Procurar mantener un equipo de trabajo productivo y que trabajen en función de resultados.
- Gestionar funciones de recursos humanos.
- Gestionar funciones administrativas.
- Gestionar estrategias de marketing.
- Controlar ejecución de gestiones de sus subordinados.
- Planificación, organización, dirección y control de las principales funciones administrativas de la empresa.
- Elaboración de estados financieros de la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa.

b. Asistente contable

Será prácticamente la asistente del Gerente General, esta persona tendrá la responsabilidad de llevarle todos los documentos al gerente, además de recibir inquietudes y solicitudes que tenga que ver con gerencia y cualquier otro departamento de FoamyArt Cía. Ltda..

Esta persona además se hará cargo de la parte contable, de recursos humanos y marketing, donde trabajará en conjunto con el Gerente General, ya que entre los dos se compartirán responsabilidades, también con ayuda del Jefe de Producción y Jefe de Ventas. Las funciones específicas del asistente contable se detallan a continuación:

Funciones

- Colaborar con cualquier actividad que desee el gerente.
- Recibir documentación destinada al gerente.
- Acatar órdenes.
- Gestionar viáticos para el personal que labora en la empresa.
- Colaborar con las funciones de Gerencia, Administración y Ventas.
- Comunicar cualquier novedad e inquietud al gerente.
- Presentar informes y resumen de actividades al gerente.
- Gestionar reuniones y citas con clientes, proveedores, accionistas de la empresa.
- Supervisar y controlar los ingresos y egresos de la empresa.
- Elaboración de inventarios de productos terminados y materia prima.
- Asignar y controlar presupuestos.
- Gestionar funciones de recursos humanos.
- Elaboración de roles de pago, nominas, utilidades, etc.
- Gestionar pagos de sueldo básico, y demás obligaciones con los trabajadores.
- Gestión de documentos legales de la empresa.
- Gestión de estrategias de marketing.

- Asegurar la disposición de información financiera completa, oportuna y confiable que permita la toma de decisiones.
- Presentación de información financiera al gerente general y los socios de la empresa.
- Ayuda en la toma de decisiones de la empresa.
- Contribuir con el progreso de la empresa.
- Supervisar el cumplimiento de los reglamentos internos de la empresa.
- Controlar el desempeño de los trabajadores.

c. Jefe de producción

Será el encargado de manejar toda el área de producción, operaciones y calidad de FoamyArt Cía. Ltda., tomando decisiones y controlando que se cumplan a cabalidad todas las actividades. El Jefe de Producción trabajará en conjunto con el diseñador y tendrá a su cargo a 2 operadores. Además debe reportar informes de productividad y desempeño de los trabajadores a su jefe, en este caso al gerente directamente. Las funciones del Jefe de Producción son muy diversas, enfocadas todas al sistema operativo de FoamyArt.

Funciones

- Elaborar programas de producción.
- Fijar metas para los operadores que tiene a su cargo.
- Procurar mantener el buen ambiente laboral y trabajo en equipo.
- Monitorear los costos de producción.
- Mejorar los índices de producción.
- Supervisar los diseños elaborados por el diseñador, antes de ordenar la producción.
- Control y autorización de requerimientos de materias primas.
- Fijación de procesos de producción.
- Evaluar desempeños de operadores.

- Controlar el abastecimiento de materia prima.
- Controlar el stock de productos.
- Elaborar órdenes de producción.
- Supervisar y controlar ordenar de producción.
- Encargado del mantenimiento de las maquinas.
- Supervisa el buen estado de las maquinarias.
- Autorización de mantenimiento y arreglo de las maquinarias.

d. Diseñador

Será el encargado de CREAR e INNOVAR los diversos modelos de figuras que se van a producir en FoamyArt Cía. Ltda., mediante un programa computarizado llamado Adobe Illustrator, incrementando diseños para disponer de una gama de productos más amplia.

El diseñador recibirá órdenes del Gerente General y del Jefe de Ventas, pero en su mayoría esta persona trabaja por sí sola, empíricamente, en función de la creatividad que tenga y de las figuras que estén a la moda por temporada.

Esta persona tendrá un alto nivel de responsabilidad, por tal motivo será supervisado constantemente por el Gerente General.

Funciones

- Elaborar nuevos diseños para la producción.
- Consultar creación de diseños con los directivos de la empresa.
- Actualizar diseños constantemente.
- Elaborar orden de producción con determinado diseño.
- Manejo de programa computarizado Adobe Illustrator.
- Capacitación en el manejo de programa computarizado y actualización de software.
- Evaluar comportamiento de los productos, y su nivel de rotación, en función de cada diseño.

- Acatar órdenes y sugerencias de sus superiores.
- Velar por la optimización de recursos, creando diseños en el que se pueda disminuir la cantidad de piezas, para así disminuir también costos.
- Rendir cuentas a los directivos de la empresa y a los socios.

e. Jefe de ventas

Se encargará de toda el área de ventas. Esta persona tendrá la responsabilidad de diseñar un plan de ventas estratégico, ocupándose además de la logística y distribución, asignando rutas en las mejores zonas comerciales ubicadas en todas las provincias del Ecuador. Además tendrá a su cargo un vendedor, con quien trabajara en conjunto, trasladándose hasta los locales comerciales que serían la demanda.

El Jefe de Ventas deberá presentar informes sobre sus actividades y ventas al Gerente General, así como fijarse metas de ventas para el próximo cierre de actividades, siendo supervisado por el Gerente General y Jefe Administrativo.

Funciones

- Fijar metas para sus subordinados.
- Controlar y darle seguimiento al desempeño de los vendedores.
- Rendir cuentas a los directivos de la empresa y a los socios.
- Supervisar las visitas de los vendedores a los clientes.
- Acompañar a los vendedores en caso de realizar una venta difícil.
- Mantener un buen ambiente laboral e incentivar el trabajo en equipo.
- Controlar el cobro de los productos vendidos.
- Dar seguimiento a la cartera de clientes.
- Elaborar plan de ventas.
- Evaluar el desempeño de los vendedores y controlar el pleno cumplimiento de las metas.
- Reportar orden de pedido al departamento de producción.

f. Operadores

Son personas que van a estar encargadas de operar las maquinarias y de todo lo que implica la producción del producto. Los operadores recibirán órdenes del Jefe de Producción y estarán obligados de notificarle cualquier anomalía que ocurra con la producción o con las maquinarias. Estas personas tienen muchas más funciones y responsabilidades que se detallan a continuación:

Funciones

- Acatar órdenes del Jefe de Producción.
- Ejecutar la manufactura del producto.
- Verificar que la materia prima esté en buen estado.
- Verificar disponibilidad de materia prima.
- Solicitar abastecimiento de materia prima.
- Llevar inventario de producto terminado.
- Controlar el correcto manejo de maquinarias.
- Operar las maquinarias.
- Revisión del sistema de calidad del producto.
- Reportar problemas o anomalías con las maquinarias.
- Solicitar mantenimiento de la maquinaria.
- Velar por el estado de los recursos disponibles.
- Someterse a evaluación de desempeño.
- Procurar el buen ambiente laboral y trabajo en grupo.
- Asistir a constantes capacitaciones.

g. Vendedores

Cumplirán funciones muy importantes dentro de FoamyArt Cía. Ltda., de las que se destaca la de mostrarle personalmente el producto al cliente, haciendo uso de tácticas de venta de manera que el cliente se convenza y realice su compra. El vendedor tendrá la responsabilidad de cumplir con las

metas de ventas que se le asignan y de presentarle informe de visitas a clientes al Jefe de Ventas, con quien en muchas ocasiones se trasladarán hacia los domicilios de los clientes y cumplirán con las actividades de manera conjunta.

Funciones

- Cumplir con las metas de venta.
- Planificar las visitas a los clientes.
- Visitar periódicamente a los clientes.
- Dar seguimiento al cobro de las ventas.
- Buscar solución a los problemas o inquietudes que tengan los clientes, respecto a la empresa o al producto.
- Dar reporte de visitas a su jefe.
- Consultar cualquier toma de decisión a su jefe, con respecto a temas de la empresa.
- Cuidar de los recursos de la empresa, en este caso el vehículo.
- Respetar la flexibilidad que se le otorgue en las visitas a los clientes.
- Comunicar a los directivos sobre cualquier inquietud o problema para con el cliente.
- Informar sobre pedidos y exigencias del cliente.
- Capacitarse constantemente.
- Cumplimiento con los clientes.
- Promover trabajo en equipo.
- No ofrecer lo que no se puede cumplir.
- Cumplir con los reglamentos internos de la empresa.

3.3.7 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa. Matriz FODA, (2011).

Esto es muy importante para la FoamyArt Cía. Ltda. puesto que ayuda a obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas. Matriz FODA, (2011).

Fortalezas

Son todos los aspectos positivos de FoamyArt Cía. Ltda., que permitirán tener una posición privilegiada frente a la competencia. Algunas fortalezas son:

- Equipos y maquinarias de excelente calidad, esto permite a FoamyArt producir en grandes cantidades para así satisfacer la demanda.
- Bajos costos de materia prima. El foamy es un material súper económico, por lo que facilita la fijación de precios y ayuda a obtener un margen de ganancias atractivo para la empresa y para los socios.
- Innovación constante en gama de productos, gracias a que se cuenta con capital humano profesional y altamente capacitado.
- Servicio de asistencia personalizada, ya que la estrategia de comercialización es de visitas a los locales comerciales. Esto es beneficioso para FoamyArt ya que al cliente le gusta ver el producto para comprarlo.
- Producto de calidad, puesto que es fabricado con buen material y acabados finos.
- Recurso humano profesional, desde el diseñador hasta el jefe de producción y operadores, quienes son la mano de obra directa, es decir, que trabajaran directamente con el producto.
- Procesos técnicos bien definidos, los mismos que ayudan a producir de manera eficiente y optimizar los recursos que se utilizan.

Oportunidades

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa FoamyArt, y que

permiten obtener ventajas competitivas. Matriz FODA, (2011). Algunas oportunidades:

- Competencia débil
- Calidad no tan buena en el producto que está actualmente rotando en el mercado.
- Tendencias favorables en el mercado
- Gran poder adquisitivo en el mercado meta
- Industria en crecimiento
- Posibilidad de adquisición de licencias
- Posibilidad de alianzas con grandes empresas internacionales

Debilidades

Son aquellos factores que colocan a FoamyArt Cía. Ltda., en una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen o actividades que no se desarrollan positivamente. Matriz FODA, (2011). Algunos de estos factores son:

- Precios ligeramente más elevados que los de la competencia.
- Conformidad de los consumidores finales.
- Posicionamiento de la marca; debido al tiempo en que tardaría el producto nuevo en posicionarse en la mente de los consumidores.
- Financiamiento para el proyecto; debido a que las entidades bancarias no ofrecen mucha facilidad.
- Requerimiento de transporte para la distribución y entrega.

Amenazas

Se refiere a situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar contra las actividades que realiza FoamyArt e incluso contra la permanencia de la organización. Matriz FODA, (2011). Situaciones tales como:

- Productos sustitutos existentes en el mercado.

- Inflación en el país, lo que implica un aumento en los precios de materia prima, mano de obra, entre otros.
- Entrada de nuevos competidores.
- Posibilidad de integración hacia atrás por parte de los compradores, es decir, que los clientes quieran entrar en el sector.

3.3.8 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter

Porter Michael E., (1999) dice: La esencia de la formulación de una estrategia radica en la forma de afrontar la competencia. Mediante su libro plantea cinco fuerzas que regulan la competencia de un sector, ya que considera que la competencia no solo se manifiesta en los otros jugadores sino también en los clientes, productos sustitutos y proveedores.

Para la formulación de adecuadas estrategias, y de la toma de decisiones correctas frente a la competencia, se requiere el análisis de estas cinco que plantea el autor.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La entrada de nuevos competidores depende de las barreras que se construyan en la empresa y de la reacción de los competidores existentes en el mercado. Estas barreras serán analizadas a continuación:

a) Economías de escala

La inversión que se realizará en FoamyArt Cía. Ltda., constituye la adquisición de maquinarias para la producción, vehículo para la distribución e instalaciones en gran escala.

b) Diferenciación del producto

El producto que se ofrece es diferente al existente en el mercado, debido a que tiene acabados de calidad, presencia llamativa, y bajo costo. Esto permitirá a FoamyArt posicionar la marca del producto en la mente de los consumidores y a su vez generar lealtad y fidelidad por parte de ellos.

c) Necesidades de capital

La actividad de FoamyArt no requiere de inversión en publicidad inicial, ya que el segmento de mercado está ubicado en zonas comerciales y se requiere llegar a ellos con otro tipo de publicidad.

d) Desventajas de coste independientes del tamaño

El ser primeros en el mercado genera mayores beneficios debido a que podemos captar cuota de mercado fácilmente, y se aprovecha el tiempo para ir conociendo nuevos mercados a los que se puede llegar con el producto. La adquisición de materias primas en grandes cantidades generará futuras alianzas con proveedores de manera que se obtengan mayores beneficios en cuanto a costes; la misma situación con las maquinarias y tecnología.

Todos estos factores a medida que pasa el tiempo permitirán la adquisición de experiencia en el mercado, y el aumento del nivel de aprendizaje.

e) Acceso a canales de distribución

El canal de distribución de FoamyArt Cía. Ltda., es mediante equipos comerciales que se trasladarán hasta los locales comerciales a ofrecer el producto. El objetivo es abarcar todas las zonas comerciales del cantón, y en un futuro próximo, abarcar los demás cantones de la provincia y ciudades del país, brindando atención personalizada y buen trato al cliente, de manera que permitan a la empresa obtener su lealtad. Sin embargo el segmento de mercado es vulnerable.

f) Política del gobierno

El gobierno no influye con políticas de ningún tipo en cuanto a las actividades de esta empresa.

Se puede concluir que las barreras de entrada para los nuevos competidores

- Se construirá economías de escala debido a las inversiones que se harán en adquisición de maquinaria y adecuaciones e instalaciones.
- La creación de la nueva marca le permitirá a FoamyArt diferenciar su producto y obtener la lealtad de los clientes.
- Debido a que FoamyArt Cía. Ltda., no realizará inversiones no recuperables como publicidad inicial, la competencia no tendrá necesidades de capital para poder entrar al mercado.
- Le llevará tiempo a FoamyArt adquirir experiencia y aprendizaje en el mercado, por lo que la competencia no encontrará desventajas de coste para poder entrar al sector.
- La competencia podrá tener acceso a los canales de distribución, debido a que el segmento de mercado es vulnerable.
- El gobierno no impide la entrada de nuevos competidores.

Poder de negociación de compradores

En este mercado sí existen posibles compradores de grandes volúmenes, sobre todo porque es un producto por temporadas en donde aumenta la rotación con gran significancia cuando la temporada (escolar, navidad, entre otras) es alta. Por tal razón la fijación de precios se volvería vulnerable frente a ellos, ya que sería una gran oportunidad para FoamyArt hacer negocios con ese tipo de compradores. Sin embargo existe el riesgo de que dichos compradores grandes se quieran convertir en una competencia para la empresa, ya que normalmente ellos disponen de suficiente capital para invertir en este tipo de negocios, y esto podrá hacer que FoamyArt se vuelva vulnerable y no perdure en el tiempo.

Debido a que el producto si se diferencia de los demás, los compradores no podrán adquirir el mismo producto con otros proveedores. Así mismo, los costes son relativamente bajos, lo que permitirá ofrecer precios cómodos y acorde a la calidad del producto; Precios bajos para el comprador le permitirá aumentar su margen de ganancias, obteniendo FoamyArt la satisfacción del cliente.

Poder de negociación de proveedores

Hay muchos proveedores de foamy en el país, por lo que no constituyen un problema para FoamyArt Cía. Ltda.. Sin embargo conseguir buenos negocios con ellos, llevará un poco de tiempo, ya que se debe averiguar quien ofrece mejores precios y descuentos.

En la producción, un cambio mínimo en costes de materia prima no repercute en gran proporción al costo total del producto; Sin embargo, cuando ya hay un proveedor fijo, no se lo puede cambiar tan fácilmente una vez que este ha ofrecido excelentes precios a FoamyArt por la compra de grandes cantidades de su producto y ya se ha construido una alianza con ellos. Pero también si se consigue hacer negocio con otro proveedor que ofrezca a la empresa mayores descuentos, hay que recurrir por esa opción ya que conviene disminuir los costes de producción, más aun cuando existe competencia de por medio.

Productos sustitutos

En este mercado, la presencia de productos sustitutos no es relativamente importante para FoamyArt, puesto que el producto que se opera se diferencia de los demás, y su uso es amplio y no tiene limitaciones, por lo que siempre tenderá a ser seleccionado entre muchos.

Lucha por una posición en el mercado

En este mercado, FoamyArt Cía. Ltda., si tiene competencia, pero con un bajo nivel de significancia.

Hay negocios similares como bazares, imprentas, librerías, entre otras, que elaboran manualmente figuras de foamy, pero para su propio consumo y venta a consumidores finales, mas no la comercializan fuera de su entorno. Inclusive algunos negocios se dedican a capacitar a las personas, en su mayoría mujeres, sobre este tipo de manualidades.

Como ya se ha mencionado anteriormente, estas figuras elaboradas manualmente no son de buena calidad, es decir, no tienen acabados finos ni llamativos, pero como son las únicos que circulan en el mercado, obviamente son bien aceptadas por la comunidad.

Entonces, al producir automáticamente, es decir con maquinarias, se mejora la calidad del producto, proporcionándoles a los clientes una nueva alternativa, donde al compararlo con el ya existente, se darán cuenta de que se trata de un mejor producto, con un mejor acabado y que es realmente novedoso.

Sin embargo uno de los problemas que atterra a FoamyArt Cía. Ltda., es la conformidad por parte de los consumidores, es decir, que prefieran el producto que ha existido siempre y no les interese obtener algo de mejor calidad. Aunque se trata de un producto novedoso, donde la innovación, la creatividad y la moda es lo que manda, sobre todo cuando no hay mucha diferencia en precios.

3.4 Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha desarrollado el marco legal de la empresa. Se trató sobre los requisitos necesarios para la constitución de la compañía, dentro de los cuales están los permisos de funcionamiento que otorgan el municipio y demás entes locales. Además se explica cuáles son las obligaciones que se generan con los entes gubernamentales al momento de constituir la compañía (SuperCías y SRI) y al adquirir responsabilidad para con los empleados de la empresa (IESS, MRL). Por último se desarrolló la planeación estratégica de la empresa, en donde se detalla la misión, visión, objetivos, modelo de negocios de la empresa y demás aspectos que permiten describir el funcionamiento de la empresa.

CAPÍTULO IV

ASPECTOS TÉCNICOS

En este capítulo se desarrollarán todos los temas operativos del proyecto, es decir, aspectos que tienen que ver con el área de producción de la maquinaria, en donde se especifican además cada uno de los procesos que intervienen en la producción de figuras de foamy. También se explica en donde estará localizada la planta, desde un nivel macro a un nivel micro, la infraestructura necesaria, alcance, entre otros.

4.1 Datos generales

FoamyArt es una empresa familiar, su estructura legal está dada como Responsabilidad Limitada.

Nombre de la empresa: FoamyArt Cía. Ltda.

Marca del producto: FoamyArt

4.2 Tamaño del proyecto

Dentro de esta parte del proyecto, se da a conocer sobre el alcance del mismo, cuál es la capacidad de producción que se tiene, y además la demanda.

4.2.1 Capacidad de producción

La capacidad de producción de figuras de foamy depende de las maquinarias y del trabajo de los operadores.

Se conoce que la maquinaria con tecnología láser, tiene una capacidad máxima de producción de hasta 600 unidades diarias.

Tabla 12: Capacidad de Producción

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE FIGURAS DE FOAMY		
20	días laborables al mes	
600	unidades diaria	
12000	UNIDADES X MAQUINA	
1	máquina	
12000	UNIDADES MENSUALES	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Entonces, se concluye que cada maquinaria con tecnología láser tiene una capacidad de producción de 12.000 unidades mensuales, trabajando solo por 20 días al mes, durante 8 horas diarias. Por lo tanto, para obtener una mayor producción, se incrementaría el horario de trabajo de los operadores, reconociéndoles por ley las respectivas horas extras.

4.2.2 Cálculo de demanda

Para el cálculo de la demanda, se ha utilizado información obtenida de las encuestas realizadas en la investigación. Cabe recalcar que el mercado de la empresa no son las personas encuestadas, sino los dueños de los locales comerciales, es decir los entrevistados; sin embargo se escogió calcular la demanda en base a los datos obtenidos de las encuestas ya que son más exactos, además de que al hacer las entrevistas, los dueños de los locales pidieron que se les demuestre estadísticamente que los habitantes del cantón El Tiunfo sí estarían dispuestos a comprar el producto, ya que era necesario para ellos conocer a cuánto más o menos ascendería su posible demanda.

En la pregunta #9 el 91% de los encuestados dijeron que sí estarían dispuestos a comprar el nuevo producto. Por otro lado, un determinado porcentaje de personas, en la pregunta #11, escogieron 3 diferentes usos que le darían al producto, ocupando los más altos porcentajes, los mismos que sumando representan el 86% de la población que sí estaba de acuerdo.

Los usos que los encuestados escogieron facilitó obtener información sobre los tamaños en que resultaría mejor producir, y debido a la gran aceptación que estos tuvieron, se decidió producir es eso tamaños únicamente. Estos tamaños son:

- Tamaño 50x50cm: En afiches para decorar fiestas
- Tamaño 21x29cm: Para decorar cuadernos
- Tamaño 16x16cm: Para decorar artículos para fiesta

Tabla 13: Nivel de Satisfacción de Demanda

DETALLE	%	CANTIDAD
POBLACIÓN MUJERES 15-64 AÑOS		13016
Personas que sí comprarían el producto	91%	11845
Personas que comprarían en los tamaños que FoamyArt produce	86%	10186
SATISFACCIÓN DE DEMANDA MENSUAL		10186

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: La Autora

En el cuadro se muestra que solamente 10.186 unidades se producirán mensualmente. Este número de unidades, indica que la maquina operará al 92.6%.

Tabla 14: Distribución de unidades producidas

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS			DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES PRODUCIDAS	
PRODUCTOS	%	CANTIDAD VENDIDA	CANTIDAD PRODUCIDA	% PRODUCCIÓN
Tamaño 50x50cm	26%	3080	3080	30%
Tamaño 21x29cm	28%	3316	3316	33%
Tamaño 16x16cm	32%	3790	3790	37%
	86%	10186	10186	100%

PRODUCCIÓN MENSUAL

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: La Autora

Se prorrateo la cantidad de unidades mensuales que se producirán en función de los porcentajes de preferencia por tamaño de producto.

Los porcentajes finales obtenidos, actuarán como pesos, para que en función de estos, se calcule los costos indirectos, gastos administrativos, entre otros rubros, para cada tamaño de producto; para de esta manera, poder calcular el costo de producción de cada producto, según su tamaño.

4.3 Localización del proyecto

En esta sección del proyecto se da a conocer dónde va a estar localizada FoamyArt Cía. Ltda., explicando su ubicación a nivel macro y micro.

4.3.1 Macro localización

El lugar donde va a estar ubicada la planta de FoamyArt es:

Continente: América del Sur

País: Ecuador

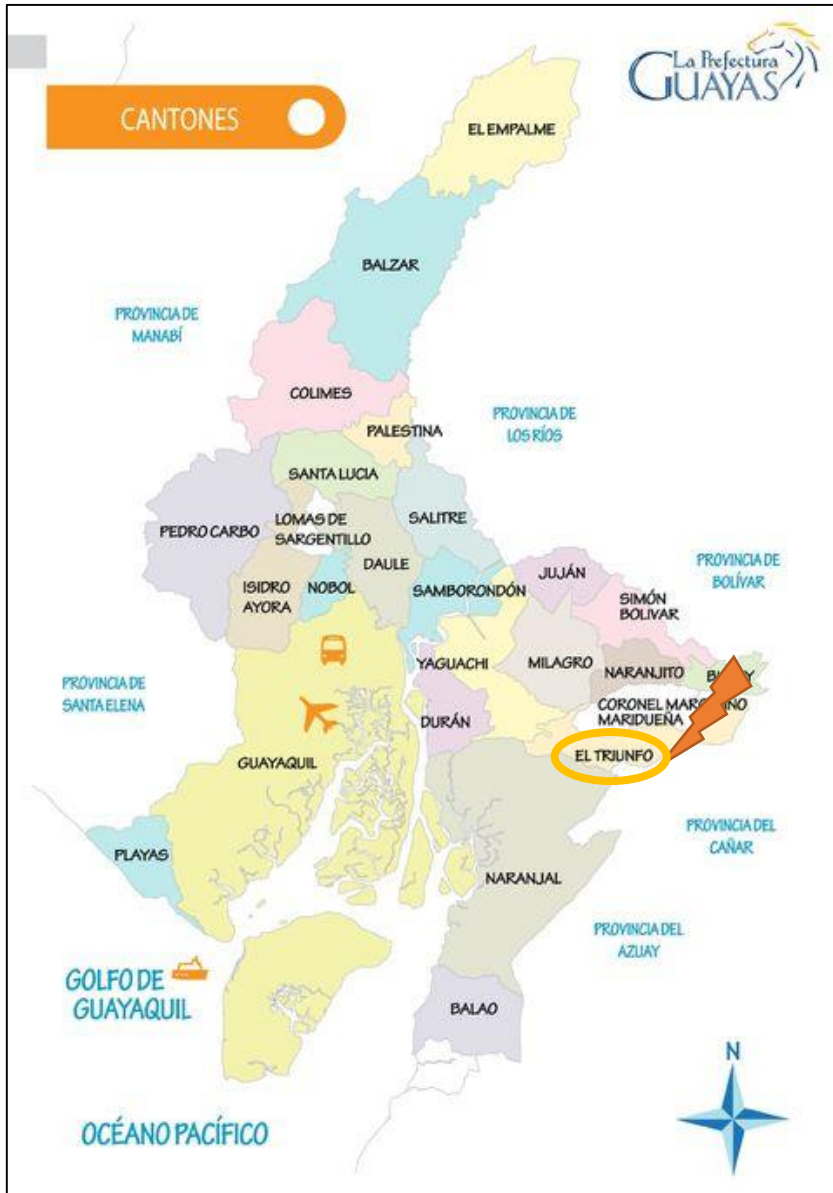
Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: El Triunfo

Debido a que la distribución de las figuras de foamy se las va a realizar en el cantón El Triunfo, es necesario ubicar la empresa en el mismo lugar o a pocos kilómetros de distancia, para así abaratar costos. Sin embargo, debido a que se tienen proyecciones en el alcance de comercialización, es decir, extender la distribución hasta demás cantones, pues donde va a estar ubicada la matriz de FoamyArt es un lugar estratégico, ya que es un nexo para las demás zonas comerciales del país, por lo tanto esto brindará facilidades de acceso a las demás provincias del Ecuador.

Ilustración 9: Mapa de la Provincia del Guayas



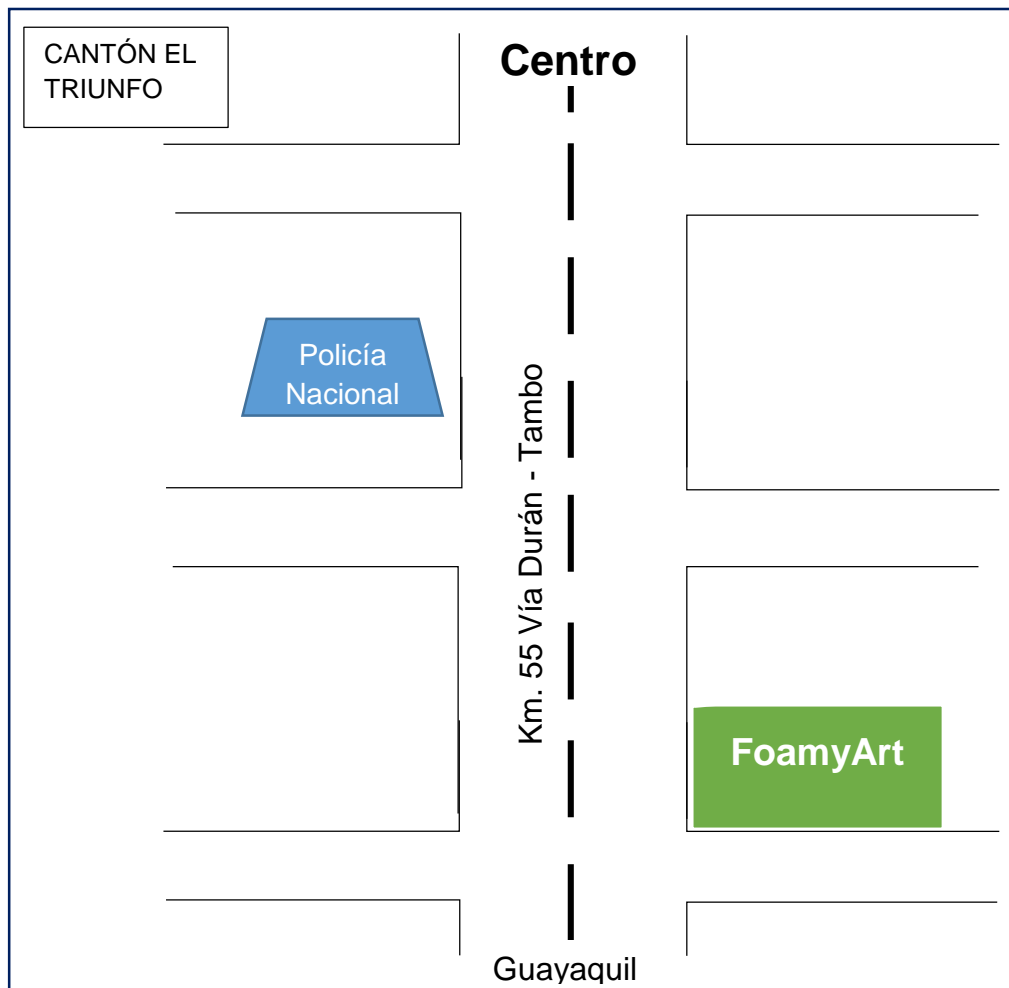
Elaborado por: La Autora
Fuente: www.zonu.com

4.3.2 Micro localización

El cantón El Triunfo tiene importantes vías de comunicación hacia otras ciudades de diferentes provincias, por lo tanto se lo considera un buen lugar para plantar la matriz de FoamyArt, tomando en cuenta además, de que se trata de un negocio familiar, por ende debe estar al alcance de los miembros de la familia que van a formar parte de la administración de la misma.

Esta dirección es en las afueras del cantón, vía a Guayaquil, de hecho queda a una hora exactamente de la ciudad. Se escogió esta zona porque es más tranquila, hay mucho más espacio que en el centro del cantón, y se puede tener mayor seguridad en el lugar.

Ilustración 10 : Croquis de la ubicación de la planta



Elaborado por: La Autora

4.3.3 Aspectos para la localización

Entre los aspectos básicos para determinar la localización de la empresa FoamyArt Cía. Ltda., se encontraron los siguientes:

a. Obras de Infraestructura

El lugar donde se desarrollará FoamyArt cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha este proyecto. En cuanto a

obras de infraestructura cuenta con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica, entre otras.

b. Vías de acceso

En cuanto a vías de acceso, la matriz de FoamyArt contará con vías de primer orden, cuyas vías de acceso se desprenden desde el norte y sur. Dichas vías están localizadas junto en frente de donde estará ubicada la planta, y además cuenta con una vía lateral, puesto que el terreno es esquinero.

c. Transporte

En lo que se refiere a la movilización, el sector cuenta con el servicio de buses directos a pocos pasos de la matriz, entre ellas varias cooperativas de transporte terrestre, el cual es el más usual, y el servicio de camionetas o taxis.

d. Personal

Si hay acceso para el personal que solicita empleos de cualquier tipo, que posea experiencia en relación a ventas y sobre todo operarios de maquinaria, expertos en diseño gráfico y humanos con habilidades.

4.4 Ingeniería del proyecto

Para determinar la ingeniería del proyecto se establecen los elementos de estudio, tanto a nivel de diseño de las figuras de foamy por medio del programa computarizado, producción de las figuras de foamy, proceso de entrega del producto, equipamiento, área de infraestructura, asistencia técnica, requerimiento de personal administrativo, operativo y distribución de planta.

4.4.1 Procesos

En esta sección del capítulo, se procede a detallar cada uno de los procesos que se llevarán a cabo dentro de FoamyArt.

Los procesos dentro de esta empresa serán de tipo interfuncional, puesto que cada uno de ellos recorre toda la organización, poniendo en juego

diferentes áreas de servicio. Mejía García, Braulio, (2006). En esta parte se van a analizar con más detalles los procesos más importantes para FoamyArt, es decir, los que se consideran más críticos.

a. Proceso de diseño

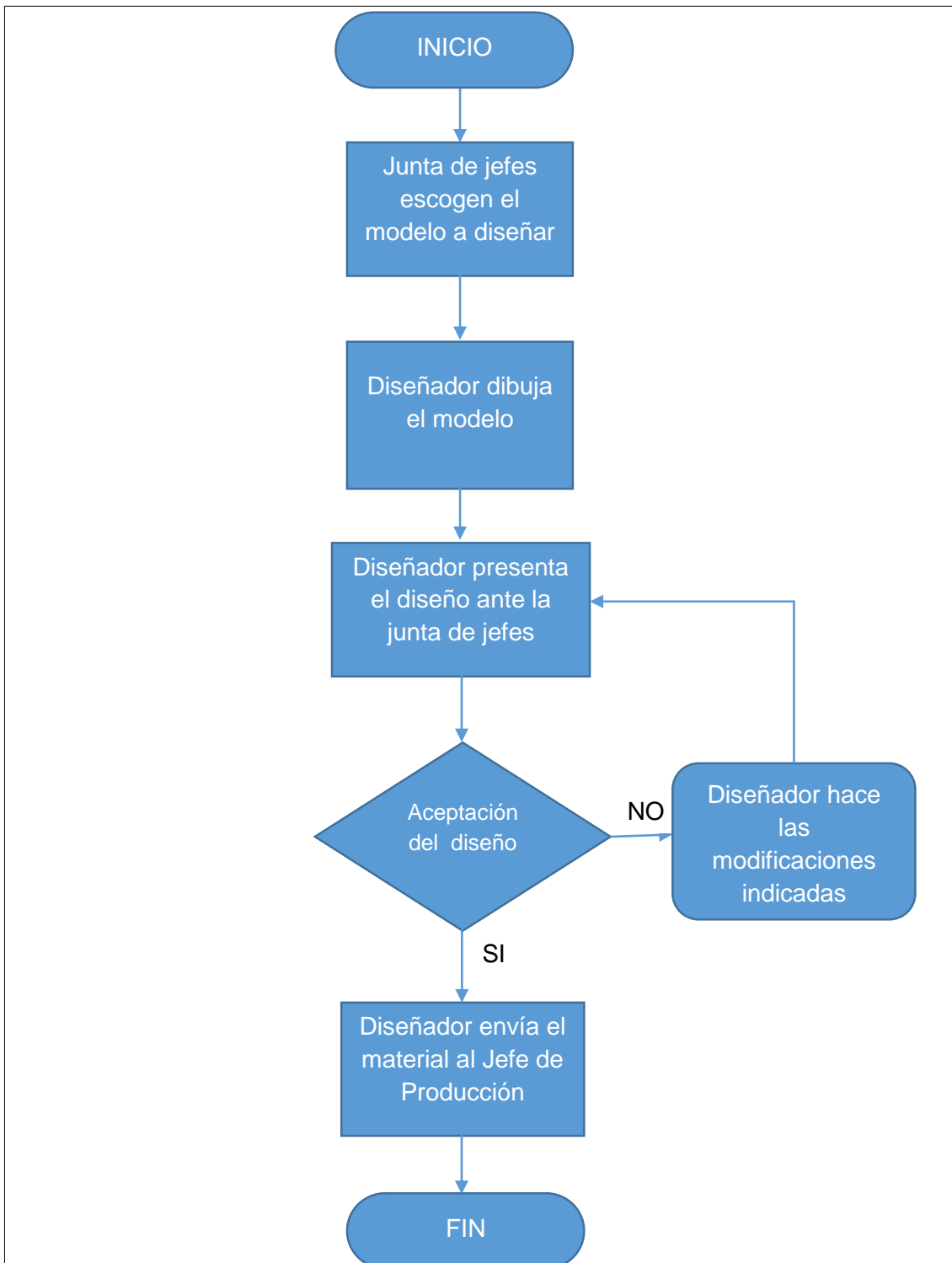
Es el primer proceso que se realiza para la producción de figuras de foamy, puesto que si no hay un diseño pre-definido y en el formato adecuado, no se puede enviar la orden de trabajo a la máquina.

Antes de que se proceda con la elaboración del diseño, se realiza una reunión con el Gerente, el Jefe de Producción, Jefe de Ventas Jefe de Administración y Diseñador, donde discuten sobre la mejor opción de figuras para la producción, puesto que se tienen que analizar determinadas variables, ya que de ello depende el éxito o no de la venta. Una vez que se han decidido las figuras a producirse, el Diseñador empieza con su trabajo.

Dentro de este proceso, se trabaja en computadora, utilizando un Software llamado Adobe Illustrator, desarrollado y comercializado por Adobe Systems, es una herramienta para diseño gráfico basado en el dibujo vectorial. Mediante este programa se pueden crear excelentes presentaciones de dibujo como logotipos, gráficos y mapas, gracias a su amplia variedad de herramientas centradas en lograr detalles de gran calidad.

Entonces, con ayuda de este programa se diseñan todas las imágenes que se desean producir, convirtiéndolas en pequeñas o grandes piezas dependiendo del tamaño de la imagen. Una vez que ya se tiene el diseño listo, se lo presenta ante los jefes de los diferentes departamentos de empresa, para que estos lo aprueben o indiquen posibles modificaciones. Ya cuando el diseño este aprobado, se envía el material al jefe de producción para que ordene a los operadores la producción.

Ilustración 11: Flujograma de Proceso de Diseño



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa

b. Proceso de producción

Una vez que se tiene claro el diseño y el material que se va a utilizar, entonces se procede a colocar el foamy en la máquina a láser, configurando ésta en función del tamaño del material y de la imagen que se ha programado, además del grosor o textura del material.

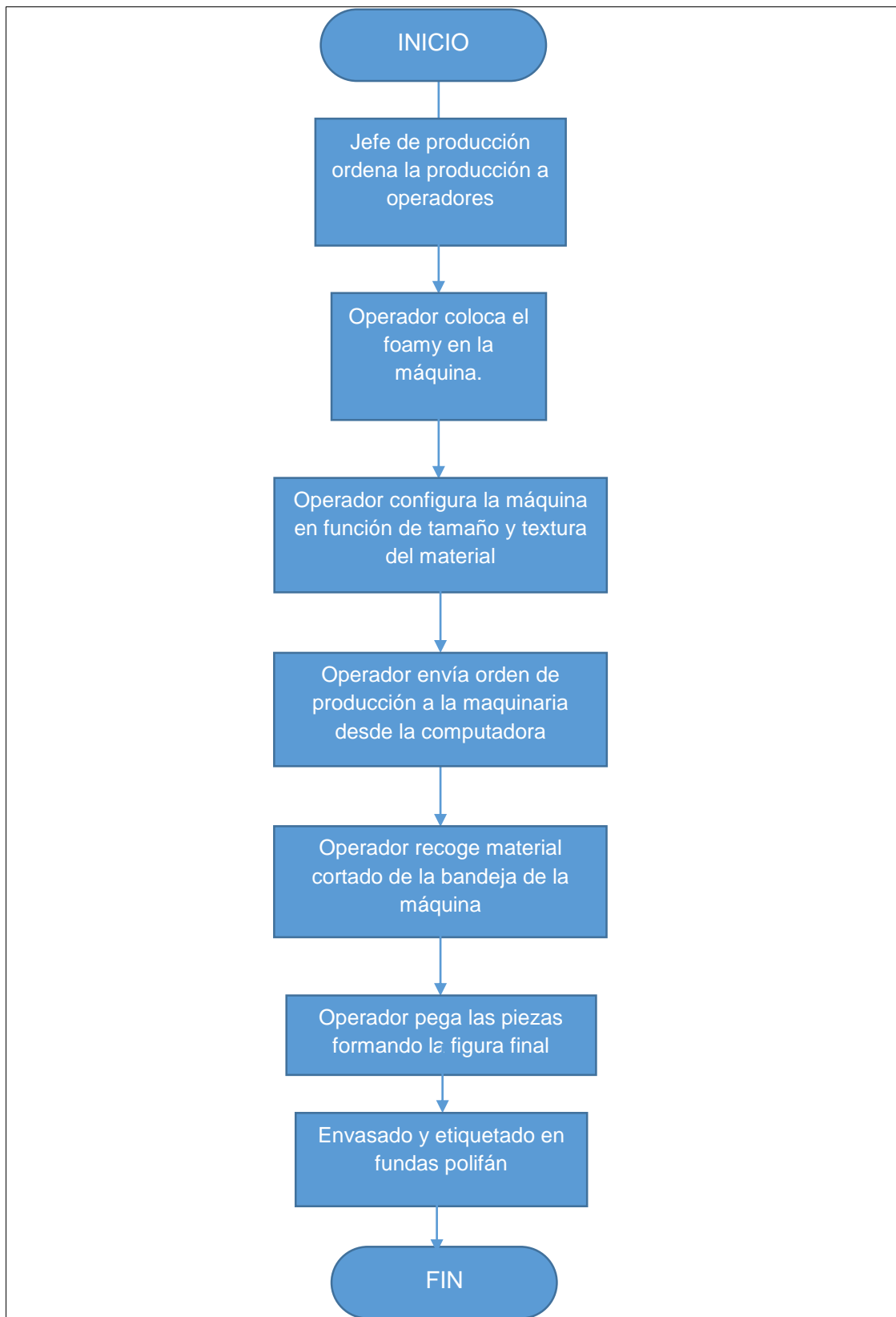
El trabajo de la máquina a laser será de cortar o grabar sobre el foamy las mismas piezas o partes que se le ordena desde la computadora. La rapidez con la que trabaja la máquina depende de la configuración que se le dé y del tamaño y número de piezas.

Luego de que la máquina hizo su trabajo, se recogen las piezas cortadas. Es como tener un rompecabezas, en donde se arman las piezas, se las une y se da la forma que le corresponde a la figura.

Al hacer este proceso se utiliza pegamento, ya sea silicona o goma, o cualquier otro material que cumpla la misma función, a fin de que las piezas ya armadas permanezcan firmes adoptando su forma final.

Por último, se procede a colocar las figuras en fundas polifán transparentes, esto ayuda a que el producto se mantenga en buen estado, además de que mejora su presentación.

Ilustración 12: Flujograma de Proceso de Producción



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Directa

c. Proceso de comercialización

Con la investigación que se realizó, se obtuvieron resultados muy beneficiosos para FoamyArt, de donde se determinó que las figuras de foamy tienen gran poder de aceptación en el mercado y un grado de rotación alto. Esto es debido a su bajo costo y a la capacidad de uso que éste ofrece, tales como:

- Decoraciones: habitaciones, fiestas infantiles, parques infantiles, escenografía y teatro, útiles escolares, etc.
- Trabajos escolares
- Manualidades didácticas y creativas
- Terapia ocupacional
- Adornos: vestimenta y accesorios.
- Artículos varios: piñatas, sorpresas, centros de mesa, etc.

Entonces, se ha determinado que para empezar, la zona estratégica para la comercialización del producto de FoamyArt será en el cantón El Triunfo, con proyecciones de expansión hacia las demás provincias del país, enfocando la distribución hacia los cantones más comerciales, tanto para zonas urbanas como las que se consideran rurales.

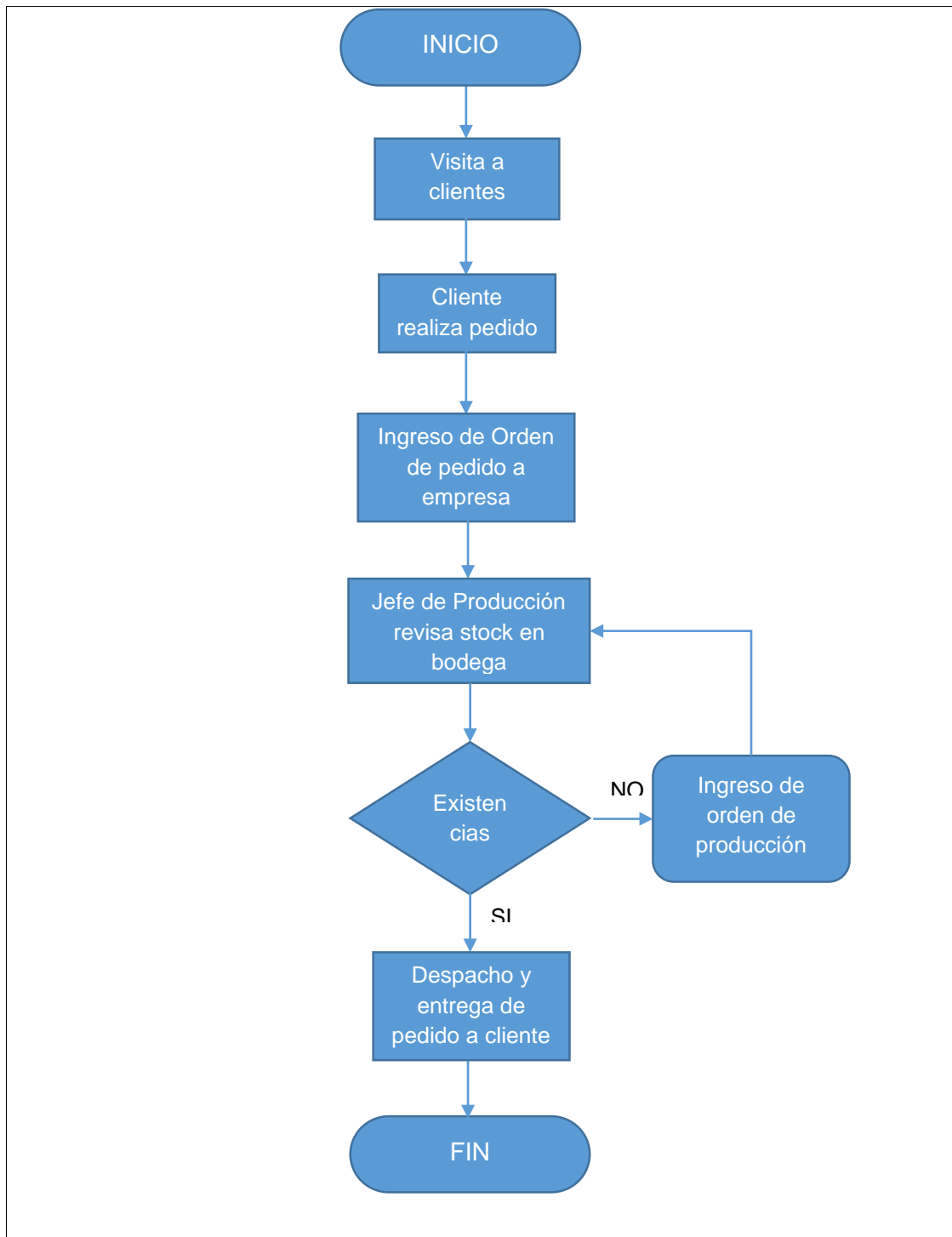
El proceso de comercialización de figuras de foamy consiste exactamente en las siguientes actividades:

- FoamyArt dispondrá de equipo comercial conformado por vendedores que se trasladarán hasta las diferentes zonas estratégicas en donde se va a comercializar el producto.
- El cliente realizará su pedido.
- El vendedor ingresa orden de pedido del cliente
- Producción elabora el pedido
- Entrega del pedido.

La forma en que se hará llegar el producto a los clientes es por transporte terrestre, habilitando vehículo adecuado para su uso e ideando las mejores rutas de entrega en función de análisis de costos, tiempo y seguridad.

La forma de pago del cliente será con crédito a máximo 1 mes, siempre y cuando el cliente reúna una serie de requisitos que exija la empresa, estipulados en el reglamento interno de FoamyArt. Se ha determinado dicha forma de pago debido a que los clientes, en su mayoría, prefieren asegurar primero sus ingresos, para posteriormente cancelar sus compras.

Ilustración 13: Flujograma de Proceso de Comercialización



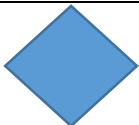



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Directa

SIMBOLOGÍA UTILIZADA

Son los símbolos que se han utilizado en el flujograma de los procesos.

Ilustración 14: Simbología para Flujogramas

Símbolo	Significado
	Límites: Indica el principio y fin del proceso.
	Acción: Representa un actividad dentro del proceso.
	Decisión: Plantea la posibilidad de elegir una alternativa para continuar en una u otra vía.
	Proceso Alternativo: Representa las actividades que se realizan dentro del mismo proceso, pero corresponden a uno alternativo.

Fuente: Mejía García, Braulio, (2006).

4.4.2 Tecnología

La tecnología que utilizará FoamyArt constituye un papel muy importante dentro de la producción de figuras de foamy.

En esta parte del capítulo, se mencionan los aspectos tecnológicos que se utilizarán dentro de la empresa. Uno de ellos es el uso de maquinarias con tecnología láser, de hecho el uso de esta tecnología es lo que le permite a FoamyArt diferenciarse de los demás.

Dentro de los aspectos tecnológicos están también el uso de computadoras, para cada área dentro de la empresa, y otras con especiales características para el área de diseño.

Las actividades que se realizan dentro del área de diseño requieren de mayor capacidad en los recursos tecnológicos, ya que se trabajará con programas computarizados, como Adobe Illustrator, que exigen un software más avanzado y soporte para constantes actualizaciones.

FoamyArt se caracteriza por la utilización de maquinarias con Tecnología Láser. LASER es un acrónimo de la expresión en inglés Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation, significando en español: Amplificación de Luz por Emisión Estimulada de Radiación, donde se define al láser como una amplificación de luz gracias al empleo de sistemas ópticos y del fenómeno de la emisión estimulada. Cuesta Arranz, Alberto, (2010).

Se entiende por riesgo como la probabilidad de que suceda un evento o consecuencia adversa, y en el caso de estar expuesto frecuentemente a determinado riesgo, puede llegar a provocarse un peligro. Cuesta Arranz, Alberto, (2010).

Comenta Cuesta Arranz, A. (2010) que la gran mayoría de accidentes con un láser industrial no se produce por efecto térmico directo proveniente del láser, sino por el resto de “peligros” que rodean su uso cotidiano.

La única manera de conseguir que se minimicen los peligros, es que las personas que trabajarán directamente con la maquinaria a láser conozcan de los riesgos.

El riesgo más común, asociado al uso de láseres es el Riesgo debido a la irradiación. Este tipo de riesgo es generado por el uso de un haz de luz con tales características que pueden provocar daños en el cuerpo humano, pueden ser tanto en los ojos como en la piel. Cuesta Arranz, Alberto, (2010).

Para evitar dichos daños, el personal de FoamyArt que trabajará directamente con la maquinaria a láser, utilizará vestimenta adecuada, gafas de protección contra láser y mascarillas.

4.4.3 Maquinaria

Como se ha mencionado en los puntos anteriores, este proyecto se basa en el uso de maquinaria de corte y grabado con tecnología CNC láser, ya que esto es lo que le permitirá a la empresa tener un valor agregado en su actividad. Esta maquinaria tiene las siguientes características: Tarjeta 90x60, 3 ejes x,y,z, láser de 90w y mesa maciza de aluminio.

Ilustración 15: Foto de la máquina de corte y grabado con tecnología láser



Fuente: www.mercadolibre.com.ec

a. Forma de adquisición de la maquinaria

En función de la cotización solicitada, y habiendo hecho el análisis respectivo de la misma, se concluye que la compra de la maquinaria se la hará al contado, puesto que al hacerla de esta manera se recibe un descuento de aproximadamente \$1.500, quedando como precio final de la maquinaria en \$12.000.

Según información recibida en la cotización, el precio de contado de la máquina incluye, transporte, instalación y capacitación; además, tiene garantía por 2 años en defectos que se produzcan por uso exclusivo de la

máquina, y garantía sólo por 1 año en defectos de accesorios como tubo láser y espejo reflectivo.

b. Seguro contra riesgos para la maquinaria

La garantía cubre defectos de la maquinaria, sin embargo existen diferentes riesgos que se pueden ocasionar dentro de la empresa, tales como: descargas eléctricas, incendios, entre otros; dichos incidentes podrían ocasionar daños a la maquinaria, por lo que sería necesario asegurar la misma, de manera que si ocurre cualquier accidente no se pierda la totalidad de la máquina, porque el seguro cubriría su costo completo o parte de ella.

Tras varias cotizaciones realizadas en diferentes aseguradoras, se escogió una de ellas, con las siguientes condiciones y costos:

Tabla 15: Seguro Rotura y Maquinaria

SEGURO ROTURA Y MAQUINARIA				
COBERTURA	AÑO	VALOR ASEGURADO	TASA	PRIMA
TOTO RIESGO	2014	\$ 12.000,00	1,40%	\$ 168,00
			PRIMA NETA	\$ 168,00
			Sup. Bancos 3,5%	\$ 5,88
			SS Campesino	\$ 0,84
			Derechos Emisión	\$ 0,50
			I.V.A.	\$ 21,03
			PRIMA TOTAL CONTADO	\$ 196,25

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Directa

Como se muestra en el cuadro, la prima total es de \$196,25, la misma que se la cancelará en efectivo mediante 2 pagos iguales anuales y requerirá de la renovación al cumplir un año. El seguro cubre los siguientes riesgos:

- Incendio y/o rayo
- Terremoto, lluvia e inundación, o cualquier convulsión de la naturaleza.

- Acción directa de la energía eléctrica como resultado de cortocircuitos, arcos voltaicos, exceso de tensión y similares. (Liberty Seguros S.A., 2014)
- Recalentamiento excesivo de la máquina por falta de agua. (Liberty Seguros S.A., 2014)
- Explosión física de las máquinas aseguradas. (Liberty Seguros S.A., 2014)
- Impericia, descuido y actos malintencionados individuales del personal del asegurado o de terceras personas. (Liberty Seguros S.A., 2014)
- Errores de diseño, defectos de construcción, fundición y materiales defectuosos. (Liberty Seguros S.A., 2014)
- Defectos de mano de obra y montaje incorrecto. (Liberty Seguros S.A., 2014)

4.4.4 Cálculo de la eficiencia productiva

En esta parte se explica en valores porcentuales la eficiencia productiva de la maquinaria.

A continuación se presenta un cuadro donde se detalla el tiempo de producción de una figura de foamy, elaborándolo de forma manual y con la máquina a láser.

Tabla 16: Cálculo de la eficiencia productiva

CÁLCULO DE LA EFICIENCIA PRODUCTIVA							
PRODUCTOS	TIEMPO EN EL CORTE		TIEMPO EN UNIÓN Y PEGADO	TIEMPO DE PRODUCCIÓN TOTAL		UNIDADES PRODUCIDAS EN 1 HORA	
	MÁQUINA	MANO		MÁQUINA	MANO	MÁQUINA	MANO
Tamaño 16x16 cm	0:01:11	0:05:00	0:02:00	0:03:11	0:07:00	19	9
Tamaño 21x29 cm	0:02:08	0:10:00	0:03:00	0:05:08	0:13:00	12	5
Tamaño 50x50 cm	0:07:29	0:20:00	0:05:00	0:12:29	0:25:00	5	2

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Directa

En esta ilustración se detalla con claridad el tiempo en minutos y segundos que demora la producción total de cada figura de foamy, en los diferentes tamaños.

Se especifica el tiempo que conlleva sólo el corte de cada figura de foamy, haciéndolo de forma manual y en la máquina. Así mismo se detalla el tiempo que conlleva la unión y pegado de las piezas cortadas de foamy, el cual es el mismo para los dos métodos de producción, puesto que en esta parte no hay diferencia en su procedimiento.

Ambos tiempos son sumados para determinar el tiempo de producción total de cada figura de foamy. Por último se calculó el número de unidades que se producirían en una hora, tanto a mano como a máquina, de acuerdo al tiempo de elaboración de una unidad.

A continuación se colocaron los valores en otro cuadro, para así calcular el índice de productividad para cada método de producción.

Tabla 17: Indicador de Productividad

PRODUCTOS	INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD		INCREMENTO DE PRODUCTIVIDAD
	PRODUCCIÓN AUTOMÁTICA UNIDADES P/HORA	PRODUCCIÓN MANUAL UNIDADES P/HORA	
Tamaño 16x16 cm	19	9	120%
Tamaño 21x29 cm	12	5	153%
Tamaño 50x50 cm	5	2	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Directa

Como se puede observar, se ha calculado los índices de productividad para el método manual de producción y para el método automático.

Se ha utilizado el indicador de productividad manufactorial de mano de obra, el cual se basa en determinar la relación que existe entre la cantidad de productos producidos con la mano de obra utilizada en Hora-Hombre, el cual se lo obtiene con la siguiente fórmula:

$$\text{Productividad Mano de Obra} = \frac{\text{Estudio Conocimiento}}{\text{Hora} - \text{Hombre}}$$

Una vez determinados los índices de productividad, mediante la aplicación de la fórmula, se calculó el incremento de la productividad:

$$\text{Incremento de Productividad} = \frac{\text{Producción Automática} - \text{Producción Manual}}{\text{Producción Manual}}$$

Aplicando la fórmula se obtuvieron resultados definitivos que ayudan a tener una idea más clara sobre cuán eficiente resulta ser el uso de la máquina a láser en la elaboración de figuras de foamy.

Para elaborar las figuras de foamy en tamaño 16x16 cm, utilizando maquinaria con tecnología láser, se produce un incremento en la productividad de 120%, respecto a la elaboración manual del mismo producto. Lo mismo pasa con las figuras de foamy en tamaño 21x29 cm y 50x50cm, de los cuales se obtuvieron incrementos de 153% y 100% respectivamente.

Estos resultados permitieron comprobar la teoría de que el uso de la maquinaria en la producción sí ayuda a optimizar recursos, puesto que se aprovecha el tiempo al máximo, se va eliminando desperdicios y se obtiene un producto de mejor calidad.

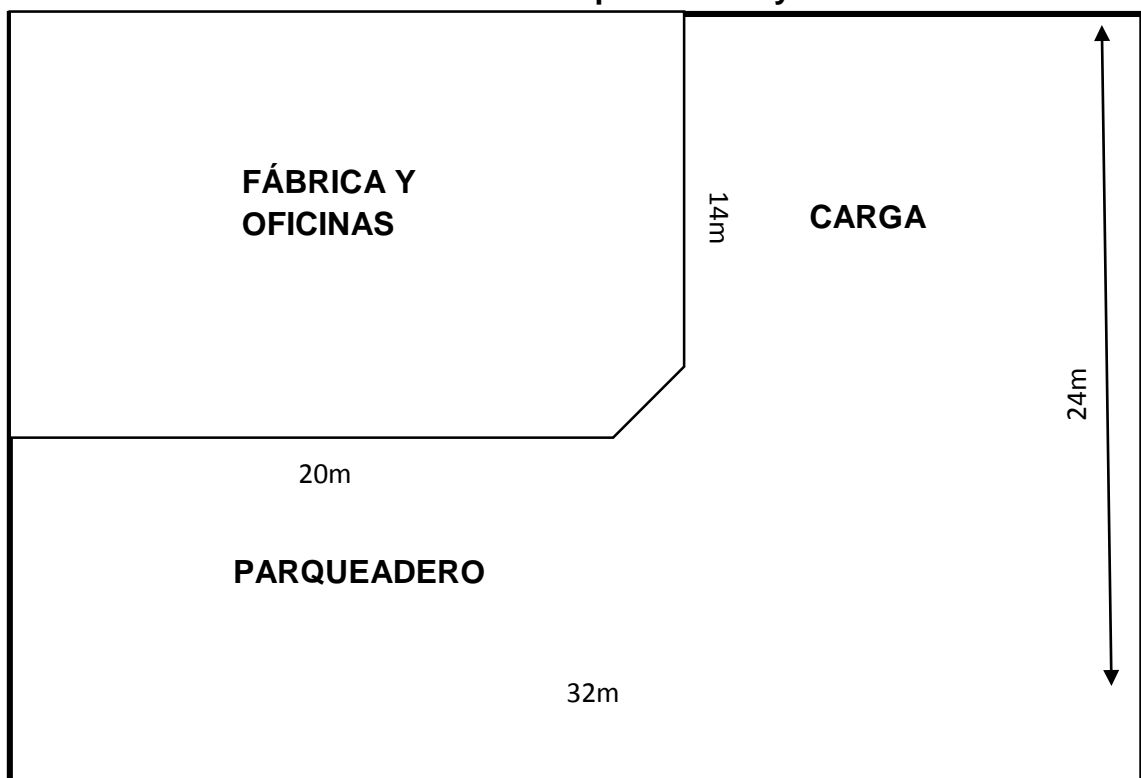
4.4.5 Distribución de la planta

El terreno donde va a estar ubicada la empresa FoamyArt es esquinero y rectangular, mide aproximadamente 24x32m, donde la construcción tiene una extensión de 280m², es decir, con dimensiones de 20x14m construidos en una edificación de dos plantas. Las medidas de la planta alta son de 7x14m.

En la planta baja, se ubicarán el departamento de diseño y producción, además de la bodega para la materia prima y producto terminado, área de operación, pegado, embalaje y carga.

El área restante del terreno será utilizado para parqueadero de clientes y trabajadores, y para los vehículos de la empresa que se los utilizará para la distribución del producto terminado.

Ilustración 16: Plano de la Empresa FoamyArt



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Directa

4.5 Síntesis del capítulo

Este capítulo es el que brindó la información más importante del proyecto. Se trató sobre los aspectos técnicos del proyecto, se especificaron los procesos que intervienen en el diseño, producción y comercialización de figuras de foamy, además se proporciona información sobre la maquinaria que se va a utilizar en la producción, y además el incremento de la productividad que genera el uso de la máquina respecto a la elaboración manual de las figuras de foamy.

Además se presentó un plano de ubicación de la planta, con la indicación de la infraestructura, así como también se planteó la estimación de la demanda y su proyección respectiva.

CAPÍTULO V

ASPECTOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Dentro de este apartado se definirán sobre los temas económicos y financieros del proyecto. Se identificarán los costos de producción, los gastos de administración y ventas, así como los ingresos, y además se desarrollarán los respectivos estados financieros, en función de los datos que se obtengan en los presupuestos. Por último se evaluará la viabilidad del proyecto, por medio de los respectivos indicadores económicos.

5.1 Inversión y financiamiento

En esta parte del proyecto se determinarán los recursos que serán necesarios para el desarrollo del mismo, donde se especificarán las inversiones que se requerirán para poner en marcha la empresa, se indicarán los presupuestos de ingresos (ventas) y egresos (costos de producción y gastos), abarcando estos, todas las áreas departamentales de la empresa, realizando al final la evaluación financiera.

5.1.1 Inversiones

Como su nombre lo indica, son todas las inversiones que se tienen que realizar para que FoamyArt Cía. Ltda., pueda funcionar. Dichas inversiones se encuentran subdivididas en tres rubros o cuentas: activo corriente, activos fijos, y activo diferido.

a. Inversiones en activos fijos

Son aquellos recursos fijos necesarios en FoamyArt Cía. Ltda., que estarán de forma permanente, y serán para estricto uso de la empresa. A estos activos fijos se la calculará la respectiva depreciación, en base a su costo y años de vida útil.

Entonces, los activos fijos que FoamyArt utilizará son los siguientes: Adecuaciones e Instalaciones, maquinarias de producción, herramientas de

planta, equipo de cómputo de oficina y de planta, equipo de oficina y de planta, muebles y enseres de oficina y planta, y vehículo.

Tabla 18: Adecuaciones e Instalaciones de la empresa

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
1	Adecuaciones de oficinas, bodega, fábrica, parqueaderos, entre otras áreas.	1,000	1,000
1	Instalaciones eléctricas, agua potable, teléfono e internet.	200	200
1	Instalación de sistema contra incendios: 10 Señaléticas de 15x30 1 Banco co2 industrial semi-automático más instalación. 2 Extintores de P.Q.S de 20 lbs. c/u	1344	1344
TOTAL ADECUACIONES E INSTALACIONES			2544

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 19: Maquinaria de Producción

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
1	Máquina con tecnología CNC Láser	12000	12000

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 20: Herramientas de planta

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
5	Tijeras	3,00	\$ 15,00
5	Pistolas para barras de silicón	9,00	\$ 45,00
3	Grapadoras	2,25	\$ 6,75
TOTAL ADECUACIONES E INSTALACIONES			\$ 67,50

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 21: Equipos de Cómputo de oficina y planta

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
3	Computadora	\$ 650	\$ 1.950,00
1	Procesador Core i7, memoria RAM 8GB, tarjeta gráfica de video 1GB, Disco duro 1TB, monitor 32", teclado y mouse multimedia, lápiz óptico	\$ 3.000	\$ 3.000,00
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO			\$ 4,950

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 22: Equipos de Oficina y de planta

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
1	Impresora + Copiadora	\$ 150	\$ 150,00
5	Calculadoras	\$ 15	\$ 75,00
2	Teléfono – Fax	\$ 55,00	\$ 110,00
6	Grapadoras	\$ 2,25	\$ 13,50
5	Perforadoras	\$ 1,75	\$ 8,75
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 335,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 23 : Muebles y Enseres de oficina y planta

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
4	Escritorios	\$ 200,00	\$ 800,00
1	Mesas de trabajo	\$ 200,00	\$ 200,00
4	Archivadores	\$ 80,00	\$ 320,00
4	Sillas Ejecutivas	\$ 120,00	\$ 480,00
1	Mesa de reunión + sillas	\$ 140,00	\$ 140,00
8	Sillas	\$ 25,00	\$ 200,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 2140,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 24: Vehículo

Cantidad	Descripción	P. Unit	Valor Total
1	Camión	17,000	17,000

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla 25: Total de Inversiones Fijas

DESCRIPCIÓN	COSTO
ACTIVOS FIJOS	
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.544,00
Maquinarias	\$ 12.000,00
Herramientas de planta	\$ 67,50
Equipos de Cómputo de oficina y planta	\$ 4.950,00
Equipo de Oficina y de planta	\$ 335,00
Muebles y enseres	\$ 2.140,00
Vehículo	\$ 17.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 39.036,50

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

b. Inversiones en activos diferidos

Se refiere a los activos intangibles de FoamyArt Cía. Ltda., en lo que es necesario invertir para el funcionamiento de la misma.

Tabla 26: Inversiones de Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	COSTO
ACTIVOS DIFERIDOS	
Investigación y estudios previos	\$ 100,00
Constitución de la empresa	\$ 1.000,00
Registro de marca	\$ 350,00
Patente Municipal	\$ 50,00
Permiso Bomberos	\$ 50,00
Capacitaciones	\$ 100,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.650,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

c. Capital de trabajo

El capital de trabajo representa el monto de dinero que FoamyArt necesita como activo circulante para trabajar durante el mes. Esta calculado en base a la suma de todos los rubros que tienen que tienen que ver con los ingresos y egresos de la empresa al mes.

Tabla 27: Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	COSTO
CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS DIRECTOS	\$ 2.010,19
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 1.465,00
COSTOS INDIRECTOS	\$ 1.422,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 678,33
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS	\$ 2.388,33
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 75,00
MATERIALES AUXILIARES	\$ 76,00
GASTOS POR ARRENDAMIENTO	\$ 1.000,00
GASTOS POR PUBLICIDAD	\$ 423,00
OTROS GASTOS	\$ 275,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.812,86

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

5.1.2 Estructura de la inversión

En esta parte se describe cual es la estructura de capital, es decir, indicar en porcentajes, cual es el capital que van a depositar los socios para FoamyArt y cuál va a ser la cantidad de dinero que se va a financiar.

Tabla 28: Estructura de Inversión

TOTAL INVERSIONES			
INVERSIONES ACTIVOS FIJOS	\$	39.036,50	
INVERSIONES ACTIVOS DIFERIDOS	\$	1.650,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$	9.812,86	
TOTAL	\$	50.499,36	
TOTAL INVERSIONES			
FINANCIAMIENTO	\$	35.000,00	69%
RECURSOS PROPIOS	\$	15.499,36	31%
TOTAL	\$	50.499,36	100%

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar, el cuadro indica que el total de inversión necesaria para poner en marcha la empresa FoamyArt es de \$50.499,36, del cual el 31% será mediante aportaciones por parte de los socios de la empresa, cuyo valor es de \$15.499,36. Por lo tanto se requiere hacer un préstamo bancario por la suma de \$35.000, que corresponde el 69% del total de la inversión.

5.1.3 Financiamiento

Para poder financiar el presente proyecto, se realizará un préstamo en el Banco Nacional de Fomento, por la suma de \$35,000, con una tasa activa referencial para pymes de 11,20%, a 5 años plazo.

Tabla 29: Financiamiento del Proyecto

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
Capital	\$ 35.000,00
Tasa de interés anual	11,20%
Plazo en años	5
PAGOS MENSUALES	\$ 764,48

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Según el cuadro, el financiamiento es para 5 años, que equivalen a 60 meses, con pagos mensuales de \$764,48.

5.2 Presupuesto de ingresos

En esta parte se coloca los ingresos que va a percibir FoamyArt, en este caso corresponden a las ventas netas de figuras de foamy, en los diferentes tamaños de producción.

5.2.1 Cálculo de ventas

Para mostrar las ventas totales, primero es necesario determinar los precios de venta que se colocarán a los productos que venderá FoamyArt.

Tabla 30: Cálculo de Precios de Venta para el Primer Año de operación

PRIMER AÑO			
PRODUCTO	COSTO UNIT.	% DE GANANCIAS	PVP UNIT.
Tamaño 50x50cm	\$ 0,75	98%	1,48
Tamaño 21x29cm	\$ 0,45	98%	0,90
Tamaño 16x16cm	\$ 0,38	98%	0,76

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Los costos unitarios serán detallados más adelante. Se ha asignado un margen de ganancias del 98% debido a la estrategia de precio de introducción que se indicó en el capítulo cuatro, dentro del plan de marketing, esto es para posicionarse en el mercado.

Tabla 31: Cálculo de precios de venta para los siguientes años de operación

SEGUNDO AÑO			
PRODUCTO	COSTO UNIT.	% DE GANANCIAS	PVP UNIT.
Tamaño 50x50cm	\$ 0,77	105%	1,57
Tamaño 21x29cm	\$ 0,46	105%	0,95
Tamaño 16x16cm	\$ 0,39	105%	0,80
TERCER AÑO			
PRODUCTO	COSTO UNIT.	% DE GANANCIAS	PVP UNIT.
Tamaño 50x50cm	\$ 0,79	110%	1,65
Tamaño 21x29cm	\$ 0,47	110%	1,00
Tamaño 16x16cm	\$ 0,40	110%	0,84
CUARTO AÑO			
PRODUCTO	COSTO UNIT.	% DE GANANCIAS	PVP UNIT.
Tamaño 50x50cm	\$ 0,81	115%	1,73
Tamaño 21x29cm	\$ 0,49	115%	1,05
Tamaño 16x16cm	\$ 0,41	115%	0,88
QUINTO AÑO			
PRODUCTO	COSTO UNIT.	% DE GANANCIAS	PVP UNIT.
Tamaño 50x50cm	\$ 0,83	120%	1,82
Tamaño 21x29cm	\$ 0,50	120%	1,10
Tamaño 16x16cm	\$ 0,42	120%	0,92

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Los costos unitarios están calculados en base a la proyección de costos de producción, afectados por el porcentaje de inflación, a excepción del rubro de la materia prima. La distribución de los costos de producción será detallada más adelante.

A estos costos unitarios se les ha aplicado el 105% de ganancias, puesto que es el porcentaje de utilidad que se ha establecido para el primer año de operación de FoamyArt Cía. Ltda. Así mismo estos porcentajes se incrementan un 5% anual, a partir del segundo año.

Una vez indicado el cálculo de precios, se procede a determinar las ventas para el primer año y para los años siguientes.

Tabla 32: Cálculo de Ventas Netas

INGRESOS POR VENTAS PROYECTADOS				
FIGURAS DE FOAMY	Tamaño 50x50cm	Tamaño 21x29cm	Tamaño 16x16cm	TOTAL VENTAS
TOTAL UNIDADES AL MES	3080	3316	3790	10186
TOTAL UNIDADES AL AÑO	36955	39798	45483	122236
AÑO 1				
PVP UNIT.	\$ 1,48	\$ 0,90	\$ 0,76	
TOTAL VENTAS	\$ 54.739,05	\$ 35.655,56	\$ 34.424,15	\$ 124.818,76
AÑO 2				
PVP UNIT.	\$ 1,57	\$ 0,95	\$ 0,80	
TOTAL VENTAS	\$ 58.115,42	\$ 37.814,88	\$ 36.493,64	\$ 132.423,94
AÑO 3				
PVP UNIT.	\$ 1,65	\$ 1,00	\$ 0,84	
TOTAL VENTAS	\$ 61.049,03	\$ 39.682,75	\$ 38.280,57	\$ 139.012,34
AÑO 4				
PVP UNIT.	\$ 1,73	\$ 1,05	\$ 0,88	
TOTAL VENTAS	\$ 64.096,74	\$ 41.621,78	\$ 40.135,00	\$ 145.853,52
AÑO 5				
PVP UNIT.	\$ 1,82	\$ 1,10	\$ 0,92	
TOTAL VENTAS	\$ 67.262,65	\$ 43.634,52	\$ 42.059,35	\$ 152.956,51

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

En el cuadro de arriba se detallan las ventas distribuidas por los tamaños que se van a producir. Se detalla claramente el valor total de las ventas para el primer año, que como se había mencionado anteriormente están basados en función de un margen de ganancias del 98%. Las ventas de los años siguientes están calculadas en función del precio de venta con margen de ganancias de 105%, incrementándose éstas en un 5% anual.

5.3 Presupuesto de egresos

En esta parte se detallan todo los costos y gastos en los que incurre FoamyArt para la producción de figuras de foamy en los diferentes tamaños.

5.3.1 Costos de producción

Se cargan todos los costos que intervienen directa e indirectamente en la fabricación de figuras de foamy.

i. Costos directos

Se cargan todos los costos que intervienen directamente en la producción de las figuras de foamy. Costos tales como: Materia prima, insumos, mano de obra directa, entre otros.

Tabla 33: Costos Directos – Tamaño 50x50cm

MATERIA PRIMA / INSUMOS		FIGURAS DE FOAMY		UNIDADES POR MES		
		Tamaño 50x50cm	3080	COSTO UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
MATERIAL	UNIDAD	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Foamy sencillo (base)	Caja	10 paq. x 25 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	2	\$ 175,00	\$ 350,00	\$4.200,00
Foamy escarchado	Caja	10 paq. x 10 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	5	\$ 175,00	\$ 875,00	\$10.500,0
Silicone	Caja	10 fdas x 80 barras c/u 30cm	0,3300	\$ 170,00	\$ 56,10	\$ 673,20
Cartulina	Resma	3000 planchas 1,20 x 1,20m	0,0350	\$ 37,00	\$ 1,30	\$ 15,54
Funda Polyfán	Ciento	1,00cmx0,50cm	31	\$ 1,50	\$ 46,50	\$ 558,00
Grapas	Caja		1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Total Costos				\$ 560,50	\$ 1.330,90	\$15.970,74

Fuente: Estudios Financieros
Elaborado por: La Autora

Tabla 34: Costos Directos – Tamaño 21x29cm

MATERIA PRIMA / INSUMOS			FIGURAS DE FOAMY	UNIDADES POR MES		
			Tamaño 21X29cm	3316		
MATERIAL	UNIDAD	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Foamy sencillo (base)	Caja	10 paq. x 25 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	0,55	\$ 175,00	\$ 96,25	\$ 1.155,00
Foamy escarchado	Caja	10 paq. x 10 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	1,40	\$ 175,00	\$ 245,00	\$ 2.940,00
Silicone	Caja	10 fdas x 80 barras c/u 30cm	0,218	\$ 170,00	\$ 37,06	\$ 444,72
Cartulina	Resma	3000 planchas 1,20 x 1,20m	0,022	\$ 37,00	\$ 0,81	\$ 9,77
Funda Polyfán	Ciento	1,00cmx0,50 cm	34	\$ 1,45	\$ 49,30	\$ 591,60
Grapas	Caja		1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Total Costos				\$ 560,45	\$ 430,42	\$ 5.165,09

Fuente: Estudios Financieros
Elaborado por: La Autora

Tabla 35: Costos Directos – Tamaño 16x16cm

FIGURAS DE FOAMY						
MATERIA PRIMA / INSUMOS			Tamaño 16X16cm	3790	UNIDADES POR MES	
MATERIAL	UNIDAD	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Foamy sencillo (base)	Caja	10 paq. x 25 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	0,269	\$ 175,00	\$ 47,08	\$ 564,90
Foamy escarchado	Caja	10 paq. x 10 u c/paq. Plancha 1,20cm x 1,20cm	0,673	\$ 175,00	\$ 117,78	\$ 1.413,30
Silicone	Caja	10 fdas x 80 barras c/u 30cm	0,1895	\$ 170,00	\$ 32,22	\$ 386,58
Cartulina	Resma	3000 planchas 1,20 x 1,20m	0,0110	\$ 37,00	\$ 0,41	\$ 4,88
Funda Polyfán	Ciento	1,00cmx0,50cm	38	\$ 1,30	\$ 49,40	\$ 592,80
Grapas	Caja		1	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Total Costos				\$ 560,30	\$ 248,87	\$ 2.986,46

Fuente: Estudios Financieros
Elaborado por: La Autora

Se han detallado los costos de producción distribuidos por los diferentes tamaños de productos, esto es para poder calcular el costo real de cada producto de cada tamaño. A continuación se presenta un cuadro donde se detallan los costos directos de producción de forma proyectada para 5 años de operación, afectado por un porcentaje de inflación de 2,70%.

Tabla 36: Total Costos Directos Proyectados

MATERIA PRIMA / INSUMOS		Inflación 2,70%				
		Expresado en US\$				
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Tamaño 50x50cm	\$ 1.330,90	\$ 15.970,74	\$ 16.401,95	\$ 16.844,80	\$ 17.299,61	\$ 17.766,70
Tamaño 21x29cm	\$ 430,42	\$ 5.165,09	\$ 5.304,55	\$ 5.447,77	\$ 5.594,86	\$ 5.745,92
Tamaño 16x16cm	\$ 248,87	\$ 2.986,46	\$ 3.067,10	\$ 3.149,91	\$ 3.234,96	\$ 3.322,30
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 2.010,19	\$ 24.122,29	\$ 24.773,59	\$ 25.442,48	\$ 26.129,43	\$ 26.834,92

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Otro rubro para determinar el costo directo de la producción de figuras de foamy es la mano de obra directa. En este elemento se cargan los costos del personal que cuyo trabajo está directamente relacionado con la producción de figuras de foamy. Además se especifica el aporte patronal que se deberá cancelar por cada empleado asegurado, el cual corresponde al 12,15% del salario mensual.

Tabla 37: Mano de Obra Directa

GASTOS DE PERSONAL OPERATIVO		SBU \$ 340,00			
		Expresado en US\$			
DESCRIPCIÓN		Salario Mensual	Beneficios Sociales	Líquido a recibir mensual	Líquido a recibir Anual
Personal Operativo					
Jefe de Producción	1	\$ 600,00	\$ 78,33	\$ 678,33	\$ 8.140,00
Operadores	2	\$ 700,00	\$ 86,67	\$ 786,67	\$ 9.440,00
Total Gastos		\$ 1.300,00	\$ 165,00	\$ 1.465,00	\$ 17.580,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar, se han considerado los costos solo por el personal operativo y el jefe de producción, ya que son ellos los que trabajarán directamente con la fabricación del producto. Dentro de los rubros considerados, está el salario más los beneficios sociales que tienen derecho a recibir. Al salario mensual que percibe cada trabajador se le calcula el 12,15% de aporte patronal; entonces, el total de aporte de la mano de obra directa es de \$157,95 al mes.

ii. Costos indirectos

Se considera los costos que intervienen indirectamente en la producción de figuras de foamy. Costos tales como mantenimiento de la maquinaria, servicios básicos e internet, además de la mano de obra indirecta.

Tabla 38: Costos Indirectos - Mantenimiento

			Expresado en US\$	
DESCRIPCIÓN			Costo Mensual	Costo Anual
Por Mantenimiento:			\$ 1.202,00	\$ 2.424,00
Láser	2 veces al año		\$ 800,00	\$ 1.600,00
Espejos reflectores	2 veces al año		\$ 400,00	\$ 800,00
Agua	1 mensual		\$ 2,00	\$ 24,00
Otros costos:			\$ 220,00	\$ 2.640,00
Energía Eléctrica			\$ 150,00	\$ 1.800,00
Internet			\$ 70,00	\$ 840,00
Total Costos			\$ 1.422,00	\$ 5.064,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en la tabla 24, se detallan el mantenimiento que se le debe hacer a la maquinaria y sus partes, tales como: láser y espejos reflectores, los cuales se los realizarán por 2 veces al año, y además agua especial la misma que se le deberá colocar a la maquinaria de forma mensual. En el cuadro se detallan además costos en lo que incurre el uso de la maquinaria, como energía e internet.

Otro rubro que se lo considera como costo indirecto de producción, es la mano de obra indirecta. En este rubro se especifica el personal que labora dentro de FoamyArt Cía. Ltda., que interviene en la producción de las figuras de foamy, pero no de manera directa, sin embargo, su presencia es vital para el buen funcionamiento del área productiva.

Tabla 39: Mano de Obra Indirecta

DISEÑADOR		SBU \$ 340,00			
		Expresado en US\$			
DESCRIPCIÓN	# Trab.	Salario Mensual	Beneficios Sociales	Líquido a recibir mensual	Líquido a recibir Anual
Diseñador	1	\$ 600,00	\$ 78,33	\$ 678,33	\$ 8.140,00
Total Gastos		\$ 600,00	\$ 78,33	\$ 678,33	\$ 8.140,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Así mismo como se calculó el salario mensual y anual de la mano de obra directa, se ha calculado para la mano de obra indirecta, además del aporte patronal, que corresponde a \$72,90 mensual.

iii. Total costos de producción

En esta parte se han agrupado los costos directos e indirectos antes mencionados, que intervienen en la fabricación de las figuras de foamy, además de la consideración adicional de la depreciación de los activos fijos. A su vez, dichos costos se los ha proyectado para 5 años de operación de empresa.

Tabla 40: Total Costo de Producción Proyectado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	\$ 43.597,69	\$ 44.774,83	\$ 45.983,75	\$ 47.225,31	\$ 48.500,39
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 24.122,29	\$ 24.773,59	\$ 25.442,48	\$ 26.129,43	\$ 26.834,92
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 17.580,00	\$ 18.054,66	\$ 18.542,14	\$ 19.042,77	\$ 19.556,93
APORTE PATRONAL MOD	\$ 1.895,40	\$ 1.946,58	\$ 1.999,13	\$ 2.053,11	\$ 2.108,54
COSTOS INDIRECTOS	\$ 19.321,13	\$ 19.701,25	\$ 20.091,64	\$ 20.492,58	\$ 20.904,33
MANTENIMIENTO/OTROS COSTOS	\$ 5.064,00	\$ 5.200,73	\$ 5.341,15	\$ 5.485,36	\$ 5.633,46
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 8.140,00	\$ 8.359,78	\$ 8.585,49	\$ 8.817,30	\$ 9.055,37
APORTE PATRONAL MOI	\$ 874,80	\$ 898,42	\$ 922,68	\$ 947,59	\$ 973,17
DEPRECIACIÓN	\$ 5.363,29	\$ 5.363,29	\$ 5.363,29	\$ 5.363,29	\$ 5.363,29
TOTAL COSTO ANUAL	\$ 63.039,78	\$ 64.597,04	\$ 66.196,35	\$ 67.838,85	\$ 69.525,69

COSTO PRODUCCION - MATERIA PRIMA	\$ 38.917,49	\$ 39.823,45	\$ 40.753,87	\$ 41.709,42	\$ 42.690,76
-------------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

La proyección de la mayor parte de los costos que intervienen en el costo de producción de las figuras de foamy, han sido en función de la inflación, con el 2,70%. Las proyecciones de la materia prima, son los valores antes calculados, que se muestran en el cuadro 22 de los costos directos proyectados.

Los valores de la depreciación de activos fijos permanecen constantes durante los 5 años de operación de la empresa.

Sin embargo para determinar el costo unitario por cada tamaño de figura de foamy en cada año, se ha prorrateado los diferentes costos, en función de los porcentajes de producción indicados para cada tamaño.

Tabla 41: Distribución de Costos de Producción

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN				
RUBROS	VALOR ANUAL	Tamaño 50x50cm (30%)	Tamaño 21x29cm (33%)	Tamaño 16x16cm (37%)
PRIMER AÑO				
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 24.122,29	\$ 15.970,74	\$ 5.165,09	\$ 2.986,46
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 38.917,49	\$ 11.675,25	\$ 12.842,77	\$ 14.399,47
TOTAL UNIDADES AL AÑO	122235,86	36955,03	39797,72	45483,11
COSTO UNITARIO		\$ 0,75	\$ 0,45	\$ 0,38
SEGUNDO AÑO				
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 24.773,59	\$ 16.401,95	\$ 5.304,55	\$ 3.067,10
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 39.823,45	\$ 11.947,03	\$ 13.141,74	\$ 14.734,68
TOTAL UNIDADES AL AÑO	122235,86	36955,03	39797,72	45483,11
COSTO UNITARIO		\$ 0,77	\$ 0,46	\$ 0,39
TERCER AÑO				
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 25.442,48	\$ 16.844,80	\$ 5.447,77	\$ 3.149,91
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 40.753,87	\$ 12.226,16	\$ 13.448,78	\$ 15.078,93
TOTAL UNIDADES AL AÑO	122235,86	36955,03	39797,72	45483,11
COSTO UNITARIO		\$ 0,79	\$ 0,47	\$ 0,40
CUARTO AÑO				
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 26.129,43	\$ 17.299,61	\$ 5.594,86	\$ 3.234,96
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 41.709,42	\$ 12.512,83	\$ 13.764,11	\$ 15.432,48
TOTAL UNIDADES AL AÑO	122235,86	36955,03	39797,72	45483,11
COSTO UNITARIO		\$ 0,81	\$ 0,49	\$ 0,41
QUINTO AÑO				
MATERIA PRIMA / INSUMOS	\$ 26.834,92	\$ 17.766,70	\$ 5.745,92	\$ 3.322,30
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 42.690,76	\$ 12.807,23	\$ 14.087,95	\$ 15.795,58
TOTAL UNIDADES AL AÑO	122235,86	36955,03	39797,72	45483,11
COSTO UNITARIO		\$ 0,83	\$ 0,50	\$ 0,42

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: Brigitte Joseline López Urgiles, 2014

Tal como se muestra en la tabla, está el costo unitario de cada tamaño de figura de foamy para los 5 años de operación de la empresa.

Para poder calcular el costo unitario, se ha desglosado la materia prima del costo total de producción, colocando ambos valores en rubros diferentes, esto es porque los materiales que se utilizan para la elaboración de los

diferentes tamaños de figuras de foamy son en función del tamaño y mas no en función del porcentaje de producción asignado a cada figura. Esta versión se la puede comprobar revisando los cuadros de costos directos (materia prima e insumos).

5.3.2 Gastos de administración y ventas

En esta sección se procede a analizar los gastos que se los considera como administrativos y generales, tales como: gastos de personal administrativo, gastos de publicidad, gastos por arrendamiento, entre otros.

Tabla 42: Gastos de Personal de Administración y Ventas

MANO DE OBRA		SBU \$ 340,00			
DESCRIPCIÓN	# Trab .	Expresado en US\$			
		Salario Mensual	Beneficios Sociales	Líquido a recibir mensual	Líquido a recibir Anual
Personal Administrativo		\$ 1.150,00	\$ 152,50	\$ 1.302,50	\$ 15.630,00
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 95,00	\$ 895,00	\$ 10.740,00
Asistente Contable	1	\$ 350,00	\$ 57,50	\$ 407,50	\$ 4.890,00
Personal de Ventas		\$ 950,00	\$ 135,83	\$ 1.085,83	\$ 13.030,00
Jefe de Ventas	1	\$ 600,00	\$ 78,33	\$ 678,33	\$ 8.140,00
Vendedor	1	\$ 350,00	\$ 57,50	\$ 407,50	\$ 4.890,00
Total Gastos		\$ 2.100,00	\$ 288,33	\$ 2.388,33	\$ 28.660,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

En este cuadro se muestra en detalle los salarios mensuales más los beneficios que obtendrán los trabajadores del área administrativa y de ventas de la empresa. Además se ha calculado el aporte patronal del total de salarios, el cual es el 12,15%, que corresponde a \$255,15 mensual.

Tabla 43: Suministros de Oficina

			Expresado en US\$		
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Factureros	1	unidad	\$ 10,50	\$ 10,50	\$ 126,00
Separadores (docenas)	2	unidad	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Folders	2	unidad	\$ 8,50	\$ 17,00	\$ 204,00
Marcadores marcatodo	5	unidad	\$ 1,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Resma de Papel bond	2	unidad	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
Tinta para impresora	2	unidad	\$ 9,50	\$ 19,00	\$ 228,00
Esferos, grapas, clips, entre otros.		unidad	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Total Gastos			\$ 45,50	\$ 75,00	\$ 900,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 44: Materiales Auxiliares

			Expresado en US\$		
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Unidad	Costo Unit.	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Mascarillas	1	caja	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 312,00
Gafas protectoras	2	unidad	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Mandiles	2	unidad	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 240,00
Total Gastos			\$ 51,00	\$ 76,00	\$ 672,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

En la tabla 30 se detallan los materiales auxiliares que necesitará el personal que estará en contacto directo con la máquina a láser, esto es para protegerse de los gases tóxicos que emana la maquinaria y de los rayos láseres de la misma.

Tabla 45: Gastos por seguro

DESCRIPCIÓN	Expresado en US\$	
	Costo Mensual	Costos Anual
Rotura y maquinaria	\$ 196,25	\$ 196,25
Total Gastos	\$ 196,25	\$ 196,25

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

En la tabla 31 se detalla el gastos por seguro para la maquinaria, puesto que es importante que se incurra en estos gastos por los innumerables riesgos a los que está expuesta la máquina dentro de la empresa.

Tabla 46: Gastos de Publicidad

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Expresado en US\$	
		Costo Mensual	Costos Anual
Radio Satelital	1	\$ 103,00	\$ 1.236,00
Satelital TV	1	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Revista El Vocero	1	\$ 50,00	\$ 600,00
BTL – CAMIÓN	1	\$ 120,00	\$ 480,00
Total Gastos		\$ 423,00	\$ 4.116,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 47: Gastos de Arrendamiento

GASTO POR	Mensual	Anual
Arrendamiento de terreno	\$1.000,00	\$12.000,00
Total Gastos	\$1.000,00	\$12.000,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 48: Otros Gastos

DESCRIPCIÓN	Expresado en US\$	
	Costo Mensual	Costos Anual
Servicios Básicos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Viáticos	\$ 50,00	\$ 600,00
Combustible	\$ 25,00	\$ 300,00
Total Gastos	\$ 275,00	\$ 3.300,00

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 49: Total Gastos de Administración y Ventas Proyectados

RUBROS	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS	\$ 2.388,33	\$ 28.660,00	\$ 29.433,82	\$ 30.228,53	\$ 31.044,70	\$ 31.882,91
APORTE PATRONAL	\$ 255,15	\$ 3.061,80	\$ 3.144,47	\$ 3.229,37	\$ 3.316,56	\$ 3.406,11
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 75,00	\$ 900,00	\$ 924,30	\$ 949,26	\$ 974,89	\$ 1.001,21
MATERIALES AUXILIARES	\$ 56,00	\$ 672,00	\$ 690,14	\$ 708,78	\$ 727,91	\$ 747,57
GASTOS POR SEGUROS	\$ 16,35	\$ 196,25	\$ 201,55	\$ 206,99	\$ 212,58	\$ 218,32
GASTOS POR ARRENDAMIENTO	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.324,00	\$ 12.656,75	\$ 12.998,48	\$ 13.349,44
GASTOS POR PUBLICIDAD	\$ 343,00	\$ 4.116,00	\$ 4.227,13	\$ 4.341,26	\$ 4.458,48	\$ 4.578,86
OTROS GASTOS	\$ 275,00	\$ 3.300,00	\$ 3.389,10	\$ 3.480,61	\$ 3.574,58	\$ 3.671,10
TOTAL GASTO ADMIN Y VENTAS	\$ 4.408,84	\$ 52.906,05	\$ 54.334,51	\$ 55.801,55	\$ 57.308,19	\$ 58.855,51

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

En el cuadro 35 se muestra en detalle el total de gastos de administración y de ventas antes mencionados, con su respectivo valor mensual y anual, además de las proyecciones hasta 5 años de operación, en función del 2,70% de inflación.

5.3.3 Depreciaciones y amortizaciones

Se presenta en detalle el cálculo de la depreciación de los activos fijos en los que va a invertir FoamyArt. Así mismo se presenta el cálculo de la amortización de los gastos de constitución de FoamyArt, a 5 años, para que

no cause gran impacto en el primer año, al igual que los gastos por seguro de la maquinaria amortizados 12 meses, ya que este tiene vigencia por 1 año.

Tabla 50: Depreciación de Activos Fijos

Expresado en US\$							
Activos	Valor Histórico	Años vida útil	%	Valor Residual	Valor a depreciar	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.544,00	10	10%	\$ 254,40	\$ 2.289,60	\$ 228,96	\$ 19,08
Maquinarias	\$ 12.000,00	10	10%	\$ 1.200,00	\$ 10.800,00	\$ 1.080,00	\$ 90,00
Herramientas de planta	\$ 67,50	10	10%	\$ 6,75	\$ 60,75	\$ 6,08	\$ 0,51
Equipos de Cómputo de oficina y planta	\$ 4.950,00	3	33%	\$ 1.633,50	\$ 3.316,50	\$ 1.105,50	\$ 92,13
Equipo de Oficina y de planta	\$ 335,00	10	10%	\$ 33,50	\$ 301,50	\$ 30,15	\$ 2,51
Muebles y enseres	\$ 2.140,00	10	10%	\$ 214,00	\$ 1.926,00	\$ 192,60	\$ 16,05
Vehículo	\$ 17.000,00	5	20%	\$ 3.400,00	\$ 13.600,00	\$ 2.720,00	\$ 226,67
TOTAL DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS						\$ 5.363,29	\$ 446,94

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Tabla 51: Amortización de Activos Diferidos

Expresado en US\$				
Descripción	Valor Histórico	%	Amortización Anual	Amortización Mensual
Investigación y estudios previos	\$ 100,00	20%	\$ 20,00	\$ 1,67
Constitución de la empresa	\$ 1.000,00	20%	\$ 200,00	\$ 16,67
Registro de marca	\$ 350,00	20%	\$ 70,00	\$ 5,83
Patente Municipal	\$ 50,00	20%	\$ 10,00	\$ 0,83
Permiso Bomberos	\$ 50,00	20%	\$ 10,00	\$ 0,83
Capacitaciones	\$ 100,00	20%	\$ 20,00	\$ 1,67
Seguro rotura y maquinaria	\$ 196,25	100%	\$ 196,25	\$ 16,35
TOTAL AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 526,25	\$ 43,85

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

5.4 Estados financieros

En esta parte se plantean los estados financieros, empezando por el balance inicial, estado de resultados, flujo de caja, y terminando con balance general. Cada estado financiero es de vital importancia para la empresa, ya que indica los resultados de todo el trabajo resultado durante un año.

5.4.1 Balance inicial

Representan los activos, pasivos y patrimonios con los que empezará a trabajar FoamyArt.

Tabla 52: Balance Inicial

FOAMYART	
BALANCE INICIAL	
CUENTAS	VALOR
ACTIVO	
CAJA	\$ 9.812,86
Activos Fijos	\$ 39.036,50
Activos Diferidos	\$ 1.650,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 50.499,36
PASIVO	
PRESTAMO BANCARIO	\$ 35.000,00
TOTAL PASIVOS	\$ 35.000,00
PATRIMONIO	\$ 15.499,36
CAPITAL	\$ 15.499,36
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 50.499,36

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Como se muestra en el cuadro, el balance inicial lo conforman las cuentas de activo, pasivo y patrimonio. Dentro de las cuentas de activo están: Activo Circulante o corriente, identificado por la cuenta Caja, donde se carga el capital de trabajo que se necesita para poner en marcha la producción de FoamyArt en el primer mes de operación.

En la cuenta de activos fijos, está cargado el total de activos fijos en los que invierte FoamyArt. Así mismo como activo diferido son todos los gastos en que incurrió FoamyArt para su constitución como Compañía de Responsabilidad Limitada. De igual manera en la cuenta de Patrimonio se carga el capital aportado por los socios.

5.4.2 Estado de resultados proyectados

Este Estado de Resultados también se lo conoce como estado de pérdidas y ganancias, puesto que es el que indica la utilidad o pérdida al final del periodo analizado.

Tabla 53: Estado de Resultados

FOAMYART CIA. LTDA.					
ESTADO DE RESULTADOS					
PROYECCIONES	Inflación	2,70%			
CUENTAS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
VENTAS NETAS	\$ 124.818,76	\$ 132.423,94	\$ 139.012,34	\$ 145.853,52	\$ 152.956,51
COSTO DE VENTAS					
(+) Costo de Producción	\$ 63.039,78	\$ 64.597,04	\$ 66.196,35	\$ 67.838,85	\$ 69.525,69
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 61.778,98	\$ 67.826,89	\$ 72.815,99	\$ 78.014,67	\$ 83.430,82
Gastos de Administración y Ventas	\$ 52.906,05	\$ 54.334,51	\$ 55.801,55	\$ 57.308,19	\$ 58.855,51
Amortización	\$ 526,25	\$ 526,25	\$ 526,25	\$ 526,25	\$ 526,25
UTILIDAD NETA EN OPERACIONES	\$ 8.346,68	\$ 12.966,13	\$ 16.488,19	\$ 20.180,24	\$ 24.049,07
Gastos Financieros	\$ 3.641,74	\$ 2.989,33	\$ 2.259,99	\$ 1.444,64	\$ 533,12
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 4.704,94	\$ 9.976,80	\$ 14.228,20	\$ 18.735,60	\$ 23.515,94
Participación a Trabajadores (15%)	\$ 705,74	\$ 1.496,52	\$ 2.134,23	\$ 2.810,34	\$ 3.527,39
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.999,20	\$ 8.480,28	\$ 12.093,97	\$ 15.925,26	\$ 19.988,55
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 879,82	\$ 1.865,66	\$ 2.660,67	\$ 3.503,56	\$ 4.397,48
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.119,38	\$ 6.614,62	\$ 9.433,30	\$ 12.421,70	\$ 15.591,07
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 3.119,38	\$ 9.733,99	\$ 19.167,29	\$ 31.588,99	\$ 47.180,06

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Los cálculos realizados en el Estado de Resultados son sencillos, basados en matemática básica, puesto que depende únicamente de la correcta colocación de valores.

Los valores de las ventas, así como de los costos y gastos son los valores proyectados que se calcularon anteriormente, y que están mejor detallados en el presupuesto de ingresos y egresos.

El valor de la amortización, es el valor de la amortización de activos diferidos, el mismo que se realizó para 5 años. Dicho valor permanece constante durante el periodo analizado.

Los gastos financieros corresponden a los intereses pagados en cada año, por el préstamo bancario que se realizó.

Por último se ha calculado la participación de utilidades a los trabajadores, el cual corresponde el 15%; así mismo el impuesto a la renta del 22% como obligación tributaria de FoamyArt Cía. Ltda. hacia el SRI.

En el tabla 39 se muestra el Estado de Resultados, donde indica que se obtuvo una utilidad neta de \$3.119,38 al final del primer año, con aumentos anuales considerables.

Al obtener utilidad, se puede argumentar que el proyecto sí resulta rentable. Sin embargo, a continuación se presenta la aplicación de una fórmula, en donde se demuestra la Rentabilidad del Negocio en función de los ingresos obtenidos por ventas.

Tabla 54: Cálculo de Rentabilidad del Negocio

Rentabilidad =	Utilidad neta/ Ventas netas				
Rentabilidad =	\$ 3.119,38	\$ 6.614,62	\$ 9.433,30	\$ 12.421,70	\$ 15.591,07
	\$ 124.818,76	\$ 132.423,94	\$ 139.012,34	\$ 145.853,52	\$ 152.956,51
Rentabilidad =	2,50%	5,00%	6,79%	8,52%	10,19%

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Este resultado indica que el negocio sí es económicamente rentable, arrojando un porcentaje de 2,50%. Como se puede apreciar el porcentaje aumenta considerablemente año a año, en donde se pronostica que para el quinto año, se obtendrá un 10,19% de rentabilidad.

5.4.3 Flujo de caja proyectado

Es en donde se demuestran los flujos únicamente de dinero que tiene FoamyArt Cía. Ltda., a fin de indicar la liquidez de la que dispone la empresa para solventar costos y gastos.

En esta parte no se toman en consideración depreciaciones ni amortizaciones, puesto que se trata de únicamente ingresos y egresos en efectivo, sean estos operacionales y no operacionales.

El flujo de caja permite evaluar la rentabilidad del proyecto, resultando un flujo de caja para cada año, y así poder obtener el valor presente neto actual y la tasa interna de retorno.

Tabla 55: Flujo de Caja proyectado

FOAMYART CIA. LTDA.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
PROYECCIONES		Inflación	2,70%			
CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$ 67.142,27	\$ 73.190,18	\$ 78.179,27	\$ 83.377,96	\$ 88.794,11
Ventas		\$ 124.818,76	\$ 132.423,94	\$ 139.012,34	\$ 145.853,52	\$ 152.956,51
(-) Costos de Ventas		\$ 57.676,49	\$ 59.233,76	\$ 60.833,07	\$ 62.475,56	\$ 64.162,40
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$ 62.079,82	\$ 63.508,28	\$ 64.975,31	\$ 66.481,95	\$ 68.029,27
Gastos administrativos		\$ 52.906,05	\$ 54.334,51	\$ 55.801,55	\$ 57.308,19	\$ 58.855,51
Gastos financieros		\$ 3.641,74	\$ 2.989,33	\$ 2.259,99	\$ 1.444,64	\$ 533,12
Pago Préstamo Bancario		\$ 5.532,03	\$ 6.184,43	\$ 6.913,77	\$ 7.729,13	\$ 8.640,64
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 5.062,45	\$ 9.681,90	\$ 13.203,96	\$ 16.896,01	\$ 20.764,84
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 35.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Préstamo Bancario	\$ 35.000,00					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 50.499,36	\$ -	\$ 1.585,57	\$ 3.362,18	\$ 4.794,90	\$ 6.313,90
Inversión Activos Fijos	\$ 39.036,50					
Inversión Activos Diferidos	\$ 1.650,00					
Caja – Banco	\$ 9.812,86					
Pago de Impuesto a la renta			\$ 879,82	\$ 1.865,66	\$ 2.660,67	\$ 3.503,56
Pago participación de utilidades			\$ 705,74	\$ 1.496,52	\$ 2.134,23	\$ 2.810,34
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ (15.499,36)	\$ -	\$ (1.585,57)	\$ (3.362,18)	\$ (4.794,90)	\$ (6.313,90)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ (15.499,36)	\$ 5.062,45	\$ 8.096,33	\$ 9.841,78	\$ 12.101,10	\$ 14.450,94
I. SALDO NETO ACUMULADO	\$ (15.499,36)	\$ 5.062,45	\$ 13.158,79	\$ 23.000,57	\$ 35.101,67	\$ 49.552,61

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Como es posible observar en la tabla 41 para el análisis del Flujo de Efectivo se consideraron 6 años, teniendo en cuenta el año cero, denominado así debido a que en este periodo se realiza la planificación para la puesta en marcha del proyecto. En esta etapa se establecen los recursos necesarios para el funcionamiento óptimo de la planta, los cuales están conformados por los Ingresos No Operacionales representados en el préstamo bancario realizado al BNF y los Egresos No Operacionales constituidos por las inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, necesarios para dar comienzo a la actividad productiva.

A partir del año 1, año en que FoamyArt comienza su funcionamiento, los Ingresos Operacionales son generados por las ventas de las figuras de foamy menos los costos generados en la producción de dichos productos. Los Egresos Operacionales son generados por los gastos de administración, ventas y financieros, además de los pagos del préstamo inicialmente solicitado.

La diferencia entre los Ingresos y Egresos Operacionales es conocida como Flujo Operacional.

El Flujo no Operacional surge al deducir los Ingresos no Operacionales con los Egresos no operacionales. En el presente proyecto no se producen ingresos no operacionales a partir del año 1, puesto que este rubro corresponde al préstamo bancario, y esto ya fue registrado en el año 0. Así mismo los egresos no operacionales, representan el pago de impuesto a la renta y pago de participación de utilidades a trabajadores.

El Flujo Neto generado resulta de la diferencia obtenida entre el flujo operacional y el flujo no operacional, dichos flujos anuales deben ser preferentemente positivos para obtener resultados útiles tanto del VAN como de la TIR, de manera que permitan establecer la viabilidad del proyecto.

El presente Flujo de Caja arrojó un saldo neto acumulado de \$5.062,45 durante el año 1. En los próximos años, este saldo aumenta satisfactoriamente, indicando un saldo total en el año 5 de \$49.552,61. Como se puede observar, en todos los años de proyección se obtuvieron saldos positivos, por lo tanto, esto demuestra que el proyecto es atractivo y tendrá liquidez para cubrir costos y gastos.

5.4.4 Balance general

Permite establecer la situación financiera de FoamyArt Cía. Ltda.. En este estado financiero se establecen las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, incluyendo depreciaciones de activos fijos y amortizaciones de activos diferidos. Los costos y gastos del área productiva y administrativa, que

han sido analizados anteriormente, también han sido considerados en el balance general, dentro del rubro de flujo neto de efectivo.

Tabla 56: Balance General Proyectado

FOAMYART CIA. LTDA.						
BALANCE GENERAL						
CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
ACTIVO CIRCULANTE						
Caja – Banco	\$ 9.812,86	\$ 14.875,31	\$ 22.971,64	\$ 32.813,43	\$ 44.914,53	\$ 59.365,47
ACTIVO FIJO						
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.544,00	\$ 2.544,00	\$ 2.544,00	\$ 2.544,00	\$ 2.544,00	\$ 2.544,00
Maquinarias	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Herramientas de planta	\$ 67,50	\$ 67,50	\$ 67,50	\$ 67,50	\$ 67,50	\$ 67,50
Equipos de Cómputo de oficina y planta	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00	\$ 4.950,00
Equipo de Oficina y de planta	\$ 335,00	\$ 335,00	\$ 335,00	\$ 335,00	\$ 335,00	\$ 335,00
Muebles y enseres	\$ 2.140,00	\$ 2.140,00	\$ 2.140,00	\$ 2.140,00	\$ 2.140,00	\$ 2.140,00
Vehículo	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
(-) Depreciación Acumulada		\$ (5.363,29)	\$ (10.726,57)	\$ (16.089,86)	\$ (21.453,14)	\$ (26.816,43)
ACTIVO DIFERIDO						
Investigación y estudios previos	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Constitución de la empresa	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Registro de marca	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Patente Municipal	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Permiso Bomberos	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Capacitaciones	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) Amortización acumulada		\$ (526,25)	\$ (1.052,50)	\$ (1.578,75)	\$ (2.105,00)	\$ (2.631,25)
TOTAL ACTIVOS	\$ 50.499,36	\$ 49.672,27	\$ 51.879,07	\$ 55.831,32	\$ 62.042,89	\$ 70.604,29
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Participación a Trabajadores (15%)		\$ 705,74	\$ 1.496,52	\$ 2.134,23	\$ 2.810,34	\$ 3.527,39
Impuesto a la Renta (22%)		\$ 879,82	\$ 1.865,66	\$ 2.660,67	\$ 3.503,56	\$ 4.397,48
PASIVO LARGO PLAZO						
Préstamo Bancario	\$ 35.000,00	\$ 29.467,97	\$ 23.283,54	\$ 16.369,77	\$ 8.640,64	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 35.000,00	\$ 31.053,54	\$ 26.645,72	\$ 21.164,67	\$ 14.954,54	\$ 7.924,87
CAPITAL						
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.499,36	\$ 15.499,36	\$ 15.499,36	\$ 15.499,36	\$ 15.499,36	\$ 15.499,36
PERDIDAS Y GANANCIAS		\$ 3.119,38	\$ 9.733,99	\$ 19.167,29	\$ 31.588,99	\$ 47.180,06
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.499,36	\$18.618,74	\$ 25.233,35	\$ 34.666,65	\$ 47.088,35	\$ 62.679,42
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 50.499,36	\$ 49.672,27	\$ 51.879,07	\$ 55.831,32	\$ 62.042,89	\$ 70.604,29

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

Cada una de las cuentas están proyectadas para 5 años de operación, aparte de los registros de cuentas en el año 0.

En activo corriente o circulante, está registrada la cuenta caja en el año 0, que corresponde al capital de trabajo calculado anteriormente. Este valor es sumado con el Flujo neto acumulado de caja en cada año, y el resultado es registrado en los años siguientes.

En activo fijo se encuentran todos los activos fijos para el área administrativa, producción y ventas. Además a estos valores se le descuenta la depreciación acumulada del total de activos.

El activo diferido lo conforman los gastos de constitución, patentes, entre otros, descontados de la amortización acumulada en cada año.

Las cuentas de pasivo la conforman el préstamo bancario en el año 0, y la participación de utilidades y pago de impuesto a la renta en los siguientes años de operación.

El patrimonio está conformado por el capital social, es decir, el total de las aportaciones de los socios, más la utilidad acumulada del Estado de Resultados, para cada año.

El Balance General está satisfactoriamente cuadrado, con un total de \$49.672,27 en el primer año.

5.5 Determinación del VAN y TIR

En esta parte se analiza la viabilidad del proyecto, mediante la aplicación de dos métodos o parámetros básicos.

- Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto corresponde al valor presente de todos los flujos futuros generados por el proyecto, descontados a una tasa del 11,20% que corresponde a la tasa de referencia de la amortización.

Tabla 57: Determinación del VAN y TIR

DETERMINACIÓN DE VAN Y TIR	
VAN	\$ 68.522,25
TIR	85%

Fuente: Estudios Financieros

Elaborado por: La Autora

El VAN para el presente proyecto es de \$68.522,25, siendo este mayor a cero, por lo que se concluye que el negocio sí es rentable.

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto de una inversión sea igual a cero.

Como se puede apreciar en la tabla 54, la tasa interna de retorno del flujo neto acumulado del presente proyecto equivale a 85%, superando a la tasa mínima que exige el proyecto que es el 11,20%. De tal manera se puede asegurar que el proyecto es rentable a través del tiempo.

5.6 Síntesis del capítulo

En este capítulo se detallaron todos los costos en los que se incurrirá para la producción de figuras de foamy con maquinaria a láser, además de los gastos de administración y ventas y el presupuesto de ingresos por ventas. También se elaboraron los estados financieros del proyecto, explicando sus razones de ser y el origen de sus valores.

Mediante la aplicación de las tasas de descuento, se determinó que el presente proyecto si es financieramente viable, con un VAN de \$68.522,25 y una TIR de 85%.

Por lo tanto, este proyecto sí podría ser aplicado en otros cantones, o extender su alcance a nivel provincial y nacional, ya que ha quedado demostrado que es económicamente rentable.

CONCLUSIONES

La investigación realizada fue la base para el desarrollo del proyecto, se realizaron encuestas a los habitantes del cantón El Triunfo y entrevistas a los dueños de los locales comerciales. El 91% de los encuestados sí están dispuestos a adquirir el nuevo producto y los entrevistados sí están de acuerdo a cambiar su modelos de negocios.

Se colocaron precios de introducción a las figuras de foamy durante el primer año, basados en una margen de ganancias de 98%. Esto se normaliza desde el segundo año en adelante, con un margen de ganancias del 105%, incrementándose éste último en 5% anual a partir del tercer año.

Se establecieron todos los requisitos necesarios para constituir la empresa a fin de que ésta se pueda poner en marcha legalmente. Se desarrolló además la planeación estratégica organizacional, en donde se plantearon aspectos que tienen que ver exclusivamente con el funcionamiento de la empresa.

Se aclaró específicamente en qué consiste el trabajo de la máquina con tecnología láser, resaltando que el uso de la maquinaria es lo que le da el valor agregado al producto. Para comprobar la efectividad productiva de la maquinaria se hizo una comparación entre el tiempo que conlleva la producción manual del producto versus el tiempo de hacerlo con la máquina, y definitivamente se produce un incremento de productividad de más de 100% para cada tamaño de figura de foamy.

Finalmente, se establecieron los costos y gastos del proyecto y se realizaron los estados financieros, de donde se obtuvo un VAN de \$68.522,25 y una TIR de 85%, lo que significa que el proyecto sí es rentable y sostenible en el tiempo debido a sus positivos flujos de caja a lo largo de 5 años de proyección; además éste trabajo podría ser aplicado en otro cantón de la provincia del Guayas o en otras provincias del Ecuador, pues se garantiza su efectividad.

RECOMENDACIONES

Debido a las proyecciones de un incremento en la demanda en los próximos años, ocasionando éste un exceso de demanda en comparación con la capacidad productiva de la empresa, se recomienda invertir en nueva maquinaria para contrarrestar la problemática que se presente.

Se recomienda llevar un control y seguimiento constante al proceso de producción de las figuras de foamy. Además de analizar las mejores rutas de distribución del producto terminado.

Se ha demostrado que este proyecto sí es económicamente rentable, por lo tanto puede ser aplicado en cualquier otro cantón o provincia del país. Así como también en un futuro extender la distribución a nivel nacional.

Se recomienda la inversión en capacitaciones a los operadores y personal administrativo de FoamyArt Cía. Ltda., puesto que trae consigo excelentes resultados, generando beneficios para la empresa.

Se recomienda capacitar además a la mano de obra operativa, además de impulsarlos hacia la efectividad y eficiencia, por medio de bonificaciones, aumentos de sueldos, buen ambiente laboral, entre otros aspectos; puesto que ellos son los que intervienen directamente en el proceso de producción, y deben estar al día en cuanto al manejo de las maquinarias, además de constantes actualizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- AulaFacil.com*. (13 de Julio de 2000). Obtenido de AulaFacil S.L.:
<http://www.aulafacil.com/Publicidad/Lecc-13.htm>
- Blanck Leland, P. E. (2006). *Ingeniería Económica*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Blank Leland, P., & Tarquin, A. (2006). *Ingeniería Económica* (6ta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Book, B. (Julio de 2008). *Estrategias Push&Pull*. Obtenido de Marketing Compartido:
<http://marketingcompartido.blogspot.com/2008/07/estrategias-de-push-pull.html>
- Compañías, S. d. (2013). *Constitución de Compañías*. Obtenido de Supercias:
http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- Cuesta Arranz, Alberto. (2010). *Tecnología láser y sus aplicaciones industriales*. Barcelona, España: MARCOMBO S.A.
- Douglas, Lind; Marchal, William; Mason, Robert;. (2005). *Estadística para Administración y Economía* (11a ed.). México: Alfaomega.
- Escorsa Castells, P. (2003). *Tecnología e Innovación en la Empresa*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Triunfo*. (2012). Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón El Triunfo.
- Gómez López, R. (2004). *Evolución científica y metodológica de la economía*. Málaga.
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2013). *Resgistro de Marca - Búsqueda Fonética*. Obtenido de IEPI:
www.propiedadintelectual.gob.ec
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2013). *Obligaciones del empleador*. Obtenido de IESS:
<http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/empleador>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Jiménez Cornejo, D. (28 de Abril de 2013). *Tesis e Investigaciones - Análisis SPSS*. Obtenido de Tesis e Investigaciones - Análisis SPSS: <http://tesiseinvestigaciones.blogspot.com/2013/04/seleccion-de-la-muestra.html>
- La Tarde, Diario Vespertino de Cuenca. (4 de Noviembre de 2013). Junta Nacional de Defensa del Artesano. *La Tarde*.
- Ley de Compañías. (2013). Ecuador.
- Liberty Seguros S.A. (2014). *Liberty Seguros*. Obtenido de Liberty Seguros: www.liberty.ec
- Longenecker, J. M. (2010). *Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras* (14 ed.). México.
- Marchelli, Renzo. (1995). *El Museo de las materias Plásticas de Pont Canavese*. Obtenido de El Museo de las materias Plásticas de Pont Canavese Web Site: <http://museo.cannon.com/museo/SPAGNOLO/default.htm>
- Maroto Borrego, Josep V. (2008). EVA (Etileno Vinil Acetato). En J. V. Maroto Borrego, *Elementos de Horticultura General* (pág. 113). Madrid, España: Ediciones Mundi-Prensa.
- Matriz FODA*. (2011). Obtenido de Matriz FODA: <http://www.matrizfoda.com/home.html>
- Mejía García, Braulio. (2006). *Gerencia de Procesos para la Organización y el Control Interno de Empresas de Salud* (Quinta ed.). Madrid: COE Ediciones.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *Obligaciones Laborales*. Obtenido de MRL: www.relacioneslaborales.gob.ec
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2012). *Tu modelo de negocio*. Barcelona: Deusto.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (6ta ed.). México: Pearson Educación.
- Philip, K., & Keat, P. (2004). *Economía de Empresa*.

- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (1998). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación.
- Porter, M. E. (1999). *Ser Competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- Ramírez Moguel, Pablo. (2013). *Graphia Comunicación Visual*. Obtenido de Graphia Comunicación Visual: http://www.graphia.com.mx/de_interes_diseno.htm
- Red Gráfica Latinoamérica. (2013). *Red Gráfica Latinoamérica*. Obtenido de Red Gráfica Latinoamérica: <http://redgrafica.com/Que-son-los-graficos-vectoriales>
- Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary. (2005). *Administración* (8a ed.). México: Pearson Educación.
- Root, G. N. (2012). *La Voz Houston*. Obtenido de La Voz Houston: <http://pyme.lavoztx.com/tipos-de-modelos-de-negocios-9721.html>
- Servicio de Rentas Internas. (2013). *Obligaciones Sociedades*. Obtenido de SRI: www.sri.gob.ec
- Talaya, Águeda Esteban. (2008). *Principios de Marketing* (3era ed.). Madrid: ESIC Editorial.

GLOSARIO

- Adobe Illustrator: Es una herramienta para diseño gráfico basado en el dibujo vectorial.
- Arte: Habilidad para hacer bien algo.
- Cemento de contacto: Es un tipo de pegamento instantáneo, el cual se utiliza para pegar todo tipo de material.
- Comercialización: Es la actividad de comercializar o vender un producto o servicio.
- Corte a láser: Acción de cortar o traspasar sobre un material plano mediante la luz de radiación que emite el láser.
- Decoración: Colocación de adornos en una cosa o lugar
- Diagrama de flujo: Es la representación gráfica del algoritmo o proceso. Representa los flujos de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes en un sistema.
- Dibujo: Forma que resulta de combinarse las líneas, figuras y otros elementos que adornan una cosa.
- Diseño: Acto de diseñar: creación o innovación de objeto o imagen, figuras.
- Diseño gráfico: Es una disciplina o profesión, cuya finalidad es satisfacer necesidades de comunicación visual. Graphia Comunicación Visual, (2013).
- Estrategia: Conjunto de medidas o acciones planeados y organizados cuidadosamente, que sirven para alcanzar un fin determinado.
- EVA: Etileno Vinil Acetato, es el nombre científico de lo que se conoce como Goma Eva o fomix/foamy.
- Figura: Representación dibujada o gráfica de un cuerpo.
- Fomix, foamy: es un polímero termoplástico conformado por unidades repetitivas de etileno y acetato de vinilo.

- Fundas polyfan: Fundas de Polipropileno monorientado Cast-Polyfan, con alta claridad. Ideal para productos como juguetes y otros artículos de consumo que requieran de buena presentación en estantería del punto de venta.
- Grabado a láser: Acción de grabar, sin traspasar sobre un material plano mediante la luz de radiación que emite el láser.
- Grosor: Espesor o anchura de un cuerpo sólido.
- Imagen: Representación material, en forma de estatua, pintura, fotografía, entre otros, de una cosa o persona.
- Imagen vectorial: Tipo de gráfico de dos dimensiones producidas mediante un computador y un software especializado. Es toda imagen digital formada por diferentes objetos geométricos independientes. Cada uno de estos elementos definido por parámetros matemáticos como la forma, posición, color, el tipo y grosor de contorno. Red Gráfica Latinoamérica, (2013). El interés principal de los gráficos vectoriales es poder ampliar el tamaño de una imagen a voluntad sin sufrir el efecto de escalado.
- Investigación: Averiguamiento, indagación, búsqueda o inquisición de hechos, reglas y principios sobre un determinado asunto, disciplina o problema mediante la observación, realización de estudios, entre otros.
- Láser: amplificación de luz gracias al empleo de sistemas ópticos y del fenómeno de la emisión estimulada. Cuesta Arranz, Alberto, (2010).
- Logística: Conjunto de técnicas y procedimientos relacionados con el abastecimiento, suministro, mantenimiento y transporte de equipo, distribución, entre otros.
- Manualidades: Son trabajos efectuados con las manos, con o sin ayuda de herramientas.
- Máquina a láser: aparato mecánico o digital que trabaja con tecnología láser, mediante el cual por medio la radiación que emite

el láser cumple la función de cortar o grabar sobre diversos tipos de materiales como acrílico, madera, mármol, metal, papel, foamy, entre otros.

- Material: Sustancia de la que está hecha una cosa.
- Mercado: Conjunto de compradores potenciales de una mercancía o servicio. Zona geográfica a la que un país o industria destina su producción.
- Método: Procedimiento, técnica o manera de hacer algo, en especial si se hace siguiendo un plan, o de forma sistemática, ordenada y lógica.
- Organigrama: Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.
- Pegamento: Cualquier producto o sustancia que sirve o se emplea para pegar.
- Piezas: Cada una de las partes de que se compone un conjunto u objeto.
- Plancha: Porción o pieza de un objeto o material con dimensiones estandarizadas. Una plancha equivale a 2 ½ pliegos.
- Pliego: Porción o pieza de un objeto o material con dimensiones estandarizadas (1x1m)
- Posicionamiento: Es el lugar que ocupa un marca en la mente de los consumidores.
- Producción: Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos.
- Producto terminado: Producto dirigido al consumidor final, el cual no recibirá ningún tipo de preparación adicional para su venta.
- Red de contacto: Es el conjunto de las personas que en un momento dado pueden ofrecernos algún tipo de ayuda o información.

- Segmentación de mercado: Se le llama al proceso de dividir un mercado en pequeños grupos, agrupándolos de acuerdo a características semejantes entre ellos.
- Silicona: Es un tipo de pegamento instantáneo. Viene en forma de barra, el cual se somete al calor que emite una pistola a corriente, a tal punto de derretir la barra, convirtiéndola en líquido espeso con alto grado de pegado. Se utiliza comúnmente para pegar materiales como: tela, papel, cartón, foamy, cintas, plástico, entre otros.
- Sistema de información gerencial: conjunto de los métodos de gestión de la información vinculada a la automatización o apoyo humano de la toma de decisiones.
- Software: Conjunto de programas, lenguajes de programación y datos que controlan que el ordenador funcione y realice determinadas tareas
- Tamaño: Magnitud volumen o dimensión física de una cosa material.
- Textura: Forma en que están colocadas y combinadas entre sí las partículas o elementos de una cosa.
- Zonas: Es cada una de las divisiones territoriales, en que está organizada LA EMPRESA para prestar el servicio.

ANEXOS

ANEXO 1: CÁLCULO DE LA MUESTRA

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cálculo de n:

Nivel de confianza de 95%

Z=	1,96
N:	13016
p=	0,5
q=	0,5
e=	5%

Habitantes del Cantón El Triunfo -
Mujeres de 15 - 64 años

Según la fórmula:

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

12.501	
37	341

El Resultado es :

341

Equivalen a 341 encuestas a realizar

Elaborado por: Brigitte Joseline López Urgiles, 2013

ANEXO 2: FORMATO DE ENCUESTA

FORMATO PARA ENCUESTA

Fecha:

Edad del encuestado:

Lugar:

Preguntas:

1. ¿Conoce ud. el foamy?

SI NO

2. ¿Alguna vez ha visto caricaturas, personajes animados, o cualquier otro modelo elaborados con foamy?

SI NO

3. ¿Alguna vez ha comprado esas figuras elaboradas con foamy?

SI NO

4. ¿En qué ocasión las ha visto o las ha utilizado?

Fiestas infantiles	
Bautizos	
Baby showers	
Decoración de cuadernos o carpetas	
Decoración de habitaciones	
Otros ¿Cuáles?	

5. Cuando las ha comprado, ¿Cuál ha sido la razón principal?

Porque le gustan	
Porque las ha necesitado	
Porque le piden en la escuela	
Otras ¿Cuáles?	

6. Cuando ud. ha querido comprar las figuras de foamy, ¿en dónde las ha encontrado?

Librerías, bazares, imprentas	
Locales para fiestas	
Tiendas, supermercados	
Otros	
No las ha encontrado	

7. Mencione el nombre del local donde ud. compra las figuras de foamy.

8. ¿Qué atributo le coloca a las figuras de foamy que ha comprado?

9. Si ud. hallara otras figuras de foamy mucho más bonitas, con colores más llamativos, excelente acabado y exactamente iguales a las caricaturas y personajes reales, es decir, un nuevo producto con atributos que superan a los habituales. ¿lo compraría? Independientemente del precio.

SI NO ¿Por qué? TALVEZ ¿Por qué?

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las nuevas figuras de foamy?, considerando que son mucho mejor que las que ha habituales.

Lo mismo que cuesta el otro	
Un poco más	
Menos de lo que cuesta el otro	
Mucho más dinero de lo que cuesta	

11. ¿Qué usos le daría a este nuevo producto?

En afiches para decorar fiestas	
Para decorar cuadernos	
Para decorar artículos para fiesta	
En chupeteras y carameleras	
Para decorar habitaciones	
Otros usos ¿cuáles?	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3: FORMATO DE ENTREVISTA

FORMATO PARA ENTREVISTA

Nombre del Negocio:

Nombre del dueño del negocio:

Lugar:

Fecha:

Preguntas:

- 1. ¿Ud. vende foamy y figuras elaboradas a base de foamy?**
- 2. ¿Cuántas variedades en diseños de figuras de foamy vende?**
- 3. ¿Qué cantidad de figuras de foamy normalmente le compra cada cliente?**
- 4. ¿Con qué frecuencia sus clientes le compran las figuras de foamy?**
- 5. ¿De dónde obtiene las figuras de foamy?**
- 6. ¿Está conforme con su modelo de negocio de foamy?**
- 7. ¿Cuánto normalmente se gana en la venta de figuras de foamy?**
- 8. ¿Le gustaría que mejore la venta de su producto o servicio?**
- 9. ¿Estaría dispuesto a cambiar su modelo de negocio de foamy actual?**
- 10. ¿Por qué no ha cambiado su modelo de negocio, es decir, de la producción a sólo la venta o viceversa?**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4: GAMA DE PRODUCTOS



ANEXO 5: ANUNCIO PUBLICITARIO BTL



ANEXO 6: FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
Capital	\$ 35.000,00
Tasa de interés anual	11,20%
Plazo en años	5
Pagos mensuales	\$ 764,48

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
	Saldo	Dividendo	Interés	Amortización
	\$ 35.000,00			
1	\$ 34.562,19	\$ 764,48	\$ 326,67	\$ 437,81
2	\$ 34.120,29	\$ 764,48	\$ 322,58	\$ 441,90
3	\$ 33.674,26	\$ 764,48	\$ 318,46	\$ 446,02
4	\$ 33.224,07	\$ 764,48	\$ 314,29	\$ 450,19
5	\$ 32.769,69	\$ 764,48	\$ 310,09	\$ 454,39
6	\$ 32.311,06	\$ 764,48	\$ 305,85	\$ 458,63
7	\$ 31.848,14	\$ 764,48	\$ 301,57	\$ 462,91
8	\$ 31.380,91	\$ 764,48	\$ 297,25	\$ 467,23
9	\$ 30.909,32	\$ 764,48	\$ 292,89	\$ 471,59
10	\$ 30.433,33	\$ 764,48	\$ 288,49	\$ 475,99
11	\$ 29.952,89	\$ 764,48	\$ 284,04	\$ 480,44
12	\$ 29.467,97	\$ 764,48	\$ 279,56	\$ 484,92
13	\$ 28.978,53	\$ 764,48	\$ 275,03	\$ 489,45
14	\$ 28.484,51	\$ 764,48	\$ 270,47	\$ 494,01
15	\$ 27.985,89	\$ 764,48	\$ 265,86	\$ 498,62
16	\$ 27.482,61	\$ 764,48	\$ 261,20	\$ 503,28
17	\$ 26.974,63	\$ 764,48	\$ 256,50	\$ 507,98
18	\$ 26.461,92	\$ 764,48	\$ 251,76	\$ 512,72
19	\$ 25.944,41	\$ 764,48	\$ 246,98	\$ 517,50
20	\$ 25.422,08	\$ 764,48	\$ 242,15	\$ 522,33
21	\$ 24.894,87	\$ 764,48	\$ 237,27	\$ 527,21
22	\$ 24.362,74	\$ 764,48	\$ 232,35	\$ 532,13
23	\$ 23.825,65	\$ 764,48	\$ 227,39	\$ 537,09
24	\$ 23.283,54	\$ 764,48	\$ 222,37	\$ 542,11
25	\$ 22.736,37	\$ 764,48	\$ 217,31	\$ 547,17
26	\$ 22.184,10	\$ 764,48	\$ 212,21	\$ 552,27
27	\$ 21.626,67	\$ 764,48	\$ 207,05	\$ 557,43
28	\$ 21.064,04	\$ 764,48	\$ 201,85	\$ 562,63

29	\$	20.496,16	\$ 764,48	\$ 196,60	\$ 567,88
30	\$	19.922,97	\$ 764,48	\$ 191,30	\$ 573,18
31	\$	19.344,44	\$ 764,48	\$ 185,95	\$ 578,53
32	\$	18.760,51	\$ 764,48	\$ 180,55	\$ 583,93
33	\$	18.171,13	\$ 764,48	\$ 175,10	\$ 589,38
34	\$	17.576,24	\$ 764,48	\$ 169,60	\$ 594,88
35	\$	16.975,81	\$ 764,48	\$ 164,04	\$ 600,44
36	\$	16.369,77	\$ 764,48	\$ 158,44	\$ 606,04
37	\$	15.758,07	\$ 764,48	\$ 152,78	\$ 611,70
38	\$	15.140,67	\$ 764,48	\$ 147,08	\$ 617,41
39	\$	14.517,50	\$ 764,48	\$ 141,31	\$ 623,17
40	\$	13.888,52	\$ 764,48	\$ 135,50	\$ 628,98
41	\$	13.253,66	\$ 764,48	\$ 129,63	\$ 634,85
42	\$	12.612,88	\$ 764,48	\$ 123,70	\$ 640,78
43	\$	11.966,12	\$ 764,48	\$ 117,72	\$ 646,76
44	\$	11.313,33	\$ 764,48	\$ 111,68	\$ 652,80
45	\$	10.654,44	\$ 764,48	\$ 105,59	\$ 658,89
46	\$	9.989,40	\$ 764,48	\$ 99,44	\$ 665,04
47	\$	9.318,15	\$ 764,48	\$ 93,23	\$ 671,25
48	\$	8.640,64	\$ 764,48	\$ 86,97	\$ 677,51
49	\$	7.956,81	\$ 764,48	\$ 80,65	\$ 683,83
50	\$	7.266,59	\$ 764,48	\$ 74,26	\$ 690,22
51	\$	6.569,93	\$ 764,48	\$ 67,82	\$ 696,66
52	\$	5.866,77	\$ 764,48	\$ 61,32	\$ 703,16
53	\$	5.157,04	\$ 764,48	\$ 54,76	\$ 709,72
54	\$	4.440,70	\$ 764,48	\$ 48,13	\$ 716,35
55	\$	3.717,66	\$ 764,48	\$ 41,45	\$ 723,03
56	\$	2.987,88	\$ 764,48	\$ 34,70	\$ 729,78
57	\$	2.251,29	\$ 764,48	\$ 27,89	\$ 736,59
58	\$	1.507,82	\$ 764,48	\$ 21,01	\$ 743,47
59	\$	757,41	\$ 764,48	\$ 14,07	\$ 750,41
60	\$	0,00	\$ 764,48	\$ 7,07	\$ 757,41