



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO DE FORMACION
PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACION

**“PLAN DE NEGOCIOS DE LA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE
SUBLIMADOS Y PERSONALIZADOS “BIG BANG”**

Requisito previo para la obtencion del Titulo de Tecnologa en Administracion de
Empresas

AUTORA:

ROSA DEL CISNE ANDRADE JADAN

TUTOR

ING. CHRISPTOPHER ANDRES CARCHIPULLA ALVARADO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2021



Factura: 001-002-000055597



20212401001D00785

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20212401001D00785

Ante mí, NOTARIO(A) GINA AUXILIADORA REYES BORBOR de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) ROSA DEL CISNE ANDRADE JADAN portador(a) de CÉDULA 1102768965 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en LA LIBERTAD, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), AUTORIZÁNDOME ADEMÁS DE CONFORMIDAD A LO PRESCRITO EN EL ARTÍCULO SETENTA Y CINCO DE LA LEY ORGÁNICA DE GESTIÓN DE LA IDENTIDAD Y DATOS CIVILES EL ACCESO AL SNICRC A CONSULTAR SUS DATOS DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL Y GENERAR LOS DOCUMENTOS QUE SE DEBERÁN INCORPORAR A ESTE INSTRUMENTO, CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEMÁS DOCUMENTOS QUE ACREDITA LA CALIDAD DEL COMPARECIENTE DEBIDAMENTE CERTIFICADOS QUE SE AGREGAN COMO HABILITANTES A LA PRESENTE DILIGENCIA para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. SANTA ELENA, a 12 DE OCTUBRE DEL 2021, (8:57).

ROSA DEL CISNE ANDRADE JADAN
CÉDULA: 1102768965



NOTARIO(A) GINA AUXILIADORA REYES BORBOR
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN Santa Elena - Ecuador



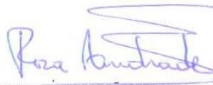
RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Rosa del Cisne Andrade Jadan, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, valido para obtener el título de Tecnóloga en Administración de Empresas que lleva el nombre de "PLAN DE NEGOCIOS DE LA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE SUBLIMADOS Y PERSONALIZADOS "BIG BANG", situado en el Cantón La Libertad Barrio Kennedy diagonal B y calle 16, es de mi autoría;- que no lo he presentado en ninguna otra Institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del docurr


Rosa del Cisne Andrade Jadan
C.C. 1102768964




CERTIFICADO DE IDENTIDAD Y ESTADO CIVIL

Número único de identificación: 1102768965

Nombres del ciudadano: ANDRADE JADAN ROSA DEL CISNE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOJA/LOJA/EL SAGRARIO

Fecha de nacimiento: 25 DE ENERO DE 1967

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: COMERCIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: ESPINOZA INFANTE ANTONIO ELIAS

Fecha de Matrimonio: 17 DE ABRIL DE 1990

Nombres del padre: ANDRADE VICTOR MIGUEL

Nacionalidad: ECUATORIANA

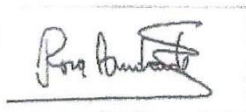
Nombres de la madre: JADAN SANCHEZ ROSARIO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 24 DE AGOSTO DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 12 DE OCTUBRE DE 2021
Emisor: JARAMILLO FIGUERGA SULLY GRACIELA



Nota: Este certificado sustituye a los certificados Biométricos y de Filiación.

Nº de certificado: 219-633-87317



219-633-87317

F. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 1102768965

Nombres del ciudadano: ANDRADE JADAN ROSA DEL CISNE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/LOJA/LOJA/EL SAGRARIO

Fecha de nacimiento: 25 DE ENERO DE 1967

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: COMERCIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: ESPINOZA INFANTE ANTONIO ELIAS

Fecha de Matrimonio: 17 DE ABRIL DE 1990

Nombres del padre: ANDRADE VICTOR MIGUEL

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: JADAN SANCHEZ SAGRARIO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 24 DE AGOSTO DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 12 DE OCTUBRE DE 2021

Emisor: JOHANNA SARUCA REYES PITA - SANTA ELENA-SANTA ELENA-NT 1 - SANTA ELENA - SANTA ELENA



N° de certificado: 212-633-83558



212-633-83558

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



La institución o persona ante quien se presente este certificado deberá validarlo en: <https://virtual.registrocivil.gob.ec>, conforme a la LOGIDAC Art. 4, numeral 1 y a la LGE. Vigencia del documento 1 validación o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a enlinea@registrocivil.gob.ec

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación lo dedico a Dios todopoderoso por ser dador de vida, a mi Madre que ha sido el pilar fundamental y ejemplo de fortaleza para vencer los obstáculos y adversidades de la vida. A mi esposo Antonio Espinoza que sin su ayuda no fuera posible lograr esta meta, a mis hijos por su comprensión incondicional, llegando a culminar mi etapa universitaria con éxito.

Rosa del Cisne Andrade Jadan

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios por la sapiencia que me has otorgado en el transcurso de estos años de estudios, al Instituto Tecnológico de Formación por haberme aceptado y ser parte del mismo. A mis Docentes por las sabias enseñanzas impartidas en el alma mater, a mis compañeros y amigos que me brindaron su apoyo en el momento oportuno para conseguir el éxito profesional.

Rosa del Cisne Andrade Jadan

ÍNDICE GENERAL

Contenido:

CARÁTULA	I
RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE IMÁGENES	VIII
ÍNDICE DE ANEXOS	IX
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
OBJETIVO GENERAL	6
CAPÍTULO I - FUNDAMENTACIÓN	7
1.1 MARCO TEORICO	9
1.2 MARCO LEGAL	12
Constitución de la República del Ecuador	12
Plan Nacional del Buen Vivir	13
LEY ORGÁNICA DEL EMPRENDIMIENTOS E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	14
Ley de defensa al consumidor.....	15
Ley de Régimen Tributario.....	16
Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual	17
1.3 MARCO CONCEPTUAL	17
CAPÍTULO II - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1. Enfoque de la Investigación	20
2.2. TIPOS DE ESTUDIO	20
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	21
2.3.2. MÉTODO EMPÍRICO	23
2.3.2. Método Estadístico	24

Estadísticas descriptivas	24
Tipos de muestreo.....	24
Población y Muestra.....	24
ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	32
CAPÍTULO III - DESARROLLO DE LA PROPUESTA	32
FODA	33
CAPA	34
PRECISIONES ACERCA DE LA PROPUESTA	35
D) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN	36
Tabla 9. Plan De Negocio	37
Imagen 1. Logo	38
Imagen 2. Productos A Ofrecer	39
ÁNÁLISIS DE MERCADO	39
ÁNÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL	40
SEGMENTO DEL MERCADO:	41
VENTAJA COMPETITIVA	41
ÁNÁLISIS DE LA COMPETENCIA	42
ESTRATEGIAS DE MERCADO	43
Imagen 7. Estampado En Gorras	46
ESTRATEGIA DE PRECIO	48
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)	48
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	51
ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN	52
ÁREA DE TRABAJO	54
La impresora.....	56
Fases del proceso de sublimación.....	57
Listado de las máquinas, equipos y herramientas	57
F) RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA	60
G) CONCLUSIONES	60
H) RECOMENDACIONES	61
Bibliografía	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género	25
Tabla 2. Servicio	26
Tabla 3. Impresiones	27
Tabla 4. Opciones	28
Tabla 5. Personalización	29
Tabla 6. Parámetro De Importancia	30
Tabla 7. Publicidad	31
Tabla 8. Cronograma	35
Tabla 9. Plan De Negocio	37
Tabla 10. Entorno situacional de la empresa	39
Tabla 11. Análisis Del Mercado Potencial	40
Tabla 12. Público objetivo	41
Tabla 13. Ventaja competitiva	41
Tabla 14. Competencia	42
Tabla 15. Producto	48
Tabla 16 . Distribución	48
Tabla 17. Comunicación	51
Tabla 18. Lugar	52
TABLA 19. EQUIPOS Y MAQUINARIAS	58
Tabla 20. Proveedores	58
Tabla 21. Empleados	58
Tabla 22. Responsabilidades de los trabajadores	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género	25
Gráfico 2. Servicio	26
Gráfico 3. Impresiones	27
Gráfico 4. Opciones	28
Gráfico 5. Personalización	29
Gráfico 6. Parámetro De Importancia	30
Gráfico 7. Publicidad	31

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Logo	38
Imagen 2. Productos A Ofrecer	39
Imagen 3. Sublimado En Camisetas	43
Imagen 4. Sublimado En Gorras	44
Imagen 5. Sublimado En Tazas	44
Imagen 6. Estampado Camisetas	45
Imagen 7. Estampado En Gorras	46
Imagen 8. Material pop	47
Imagen 9. Letreros Informativos	47
Imagen 10. Tienda virtual en shopify	49
Imagen 11. Tienda Online Responsive	49
Imagen 12. Pedidos Online	50
Imagen 13. Estadísticas de envío	51
Imagen 14. Área de trabajo comercial	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Formato Guía de Observación Libert Print	63
Anexo 2 Guía de observación realizada	63
Anexo 3. Ejemplo del logo	64
Anexo 4. Lugar de trabajo.....	65
Anexo 5. Plotter	66
Anexo 6. Máquina de estampado.....	67

RESUMEN

El presente proyecto investigativo hace referencia a la creación de un nuevo lugar, es decir a la elaboración de un plan de negocios en el Cantón la Libertad puesto que debido al aumento de herramientas publicitarias para las empresas y adicional el aumento del emprendimiento que necesitan utilizar herramientas de marketing que serán un punto fundamental para hacer crecer su negocio, se ve la necesidad de implementar una nueva microempresa que brinde servicios principalmente de todo lo que tiene que ver con la elaboración de materiales P.O.P. o también por ejemplo herramientas de comunicación en la que se pueda poner la marca de las empresas y puedan hacerse notar en el mercado que cada vez es más competitivo. Es por esto que el emprendimiento se verá ubicado en un sector estratégico para que pueda expandirse y atender a muchas empresas en el Cantón principal de la provincia de Santa Elena.

Palabras claves: Emprendimiento, plan de negocio, versatilidad.

Abstract

This research project refers to the creation of a new place, that is to say, to the development of a business plan in Canton La Libertad due to the increase in advertising tools for companies and additionally the increase in entrepreneurship that needs to use marketing tools. marketing that will be a fundamental point to grow your business, you see the need to implement a new company that provides services mainly of everything that has to do with the development of POP materials or also, for example, communication tools in which the companies' brand can be put and they can be noticed in the market that is increasingly competitive. This is why the venture will be located in a strategic sector so that it can expand and serve many companies in the main Canton of the province of Santa Elena.

Keywords: Entrepreneurship, business plan, versatility.

PLAN DE NEGOCIOS DE LA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE SUBLIMADOS Y PERSONALIZADOS “BIG BANG”

**UBICADO EN EL BARRIO KENNEDY DIAGONAL “B” Y CALLE 16 DEL
CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

INTRODUCCIÓN

Latinoamérica es una región muy rica en cuanto a su fauna y flora. Es una zona espectacular que principalmente es productora de muchos bienes de primera necesidad que son altamente requeridos en todas las otras partes del mundo. Por ejemplo, de los productos que más exporta es petróleo, además de diferente materia prima, Perú tiene uno de los más altos porcentajes de desarrollo de algodón, Argentina está trabajando arduamente en la soja para internacionalizarla, pero todos tienen en común frutas y productos muy variados. De hecho, es tanto los intereses en los países más desarrollados han puesto los ojos en el continente americano y más aún en Latinoamérica que inclusive desde hace algún tiempo ya se están firmando constantemente tratados internacionales para la exportación e importación de materia prima y otros artículos varios.

Uno de estos convenios que resultan de los más relevantes son el tratado de libre comercio con Unión Europea o con Estados Unidos en la que principalmente se fomenta la tecnología y productos de usos varios con las condiciones de ganar y ganar. Estos son puertas abiertas para que los negocios puedan importar tecnología y por supuesto que exportar sus productos teniendo hoy como resultado en el Ecuador una balanza comercial neutra. Pero con mayor acceso a técnicas que antes no se tenía.

En vista de aquellas mejoras que se prevé sin embargo aún golpeados por una economía deficiente donde según cifras de la ONU los pobres aumentarán en un alto grado para el presente año, y con una recesión económica mundial que ha

afectado a más del 50% de la población mundial no solamente con muertes que siempre será el mayor y más penoso saldo a contar, si no con la pérdida de trabajo, de desempleo y del subempleo que es una manera de los gobiernos de maquillar el desempleo, debido a que las personas tienen que buscar una manera de sustentar sus hogares y salen a trabajar en cualquier situación o cualquier oportunidad, ya sea vendiendo aguas en una esquina o en cualquier trabajo que no preste las condiciones necesarias que la ley pide. Es por esos motivos que la población sin respuesta a los requerimientos de los altos mandatarios para crear fuentes sanas y acceso a trabajo que comienzan a emprender en negocios que usualmente no entienden o con capitales que son muy difíciles de cubrir.

Si a todos estos factores se le suma los altos intereses que cobran los bancos y la dificultad de que otorguen préstamos para empresa negocios, y la poca liquidez que se tiene ya que el circulante está escaso. Un grupo de emprendedores decide hacer negocios y realizar préstamos con chulqueros, que terminan pagando una cantidad enorme de dinero por los altos intereses que lamentablemente son estafados. Al no tener dinero y prestan se vuelve un ciclo vicioso en el que el gobierno parece solamente ser un observador, no ve más allá de lo que sus intereses le permiten ver.

Es por esto que deben florecer nuevos emprendimientos que probablemente no sean de capitales elevados, pero si de grandes corazones, teniendo en el centro del negocio a las personas, dando el mayor beneficio al cliente obteniendo ganancias rentables y con un servicio al cliente óptimo. La mayoría de consumidores está dispuesta a pagar el valor deseado siempre y cuando el producto cumpla con todas las expectativas para el cual fue diseñado. Es por todas estas razones que se pretende desarrollar un Plan de negocios para una comercializadora de sublimados y personalizados en el barrio Kennedy diagonal "B" y calle 16 del Cantón La Libertad.

Las estrategias de marketing son muy requeridas, ya que existe un alto número de emprendedores que como se ha venido mencionando se han reinventado. Y cada uno de ellos necesita de estrategias de marketing, es por esto que se pretende diseñar una microempresa mediante la importación de maquinaria en primer lugar básica para poder empezar a desarrollar material P.O.P. como primer paso. Por ejemplo, camisetas, vasos, gorras y todo lo que las empresas utilizan como merchandising. Vale la pena mencionar que en cuanto a todo lo que ya se ha venido realizando en primer lugar siendo muy cautelosos ya con una cartera mínima ganada en la que principalmente se encontrará nuevos clientes tanto personas como empresas para poder hacer de su imaginación un producto o un bien tangible. La zona en la que se encontrará ubicado el negocio será en el Barrio Kennedy diagonal "B" y calle 16 del cantón la libertad. Este barrio no es muy comercial sin embargo como es pequeño existe una fácil movilidad entre lugar a lugar.

Este cantón como antes se lo ha mencionado es un centro estratégico de toda la provincia y el barrio en el cuál se desea empezar es propio y no se va alquilar. Ya se está adecuando las instalaciones y realizando aquellas inversiones que se necesitan para poder empezar y poner en contacto la empresa con los clientes.

No solo será importante la parte el local físico si no también el uso de herramientas digitales. Se dice en la actualidad que más del 70% de la población tiene al menos una red social, y debido a la pandemia de Coronavirus que azotó al mundo y prohíbe a las personas que se muevan con facilidad se necesita estar digitalizados para ser mucho más fácil encontrados por los clientes. En el año 2019 China se vio golpeado por un nuevo virus que nadie conocía y parecía mutar y causar grandes daños. Al principio se tenía información muy escasa que pronto se

fue reactivamente además de haciendo investigaciones para poder luchar contra esta pandemia que mata a miles de personas cada año.

Luego llegó el año 2020 en el que el virus se propagó por todo el mundo y américa latina no fue la excepción. Las muertes se contaban por cientos y era muy común ver muertos en las calles en las principales metrópolis. Hoy un año más tarde la pandemia aún no acaba. Por ejemplo, en la India, en Brasil e Inglaterra se han afectados por variantes del primer virus que han tenido resultados desastrosos. Pero a diferencia de los dos años anteriores hoy existe una vacuna por lo que los gobiernos pelean muy duro para poder vacunar a la mayor parte de la población empezando por los adultos mayor que son los que podrían estar más afectados al virus.

Así todos los negocios de poco a poco comienzan a reactivarse, pero con restricciones no solo con horarios si no también con movilidad. Pero el ser humano siempre va a buscar la mejor parte, es por esto que ahora los negocios llegan a domicilio, ya no es tan importante que la persona salga si no que el comercio pueda llegar a ella, y existe muchos métodos para hacerlos por ejemplo el delivery o tantas de las aplicaciones que se han creado con el fin de ser de avanzar.

Todos los modelos que se pueden realizar y todos los diseños innovadores de material hoy con los softwares resultan ser más sencillo, sin embargo, existe una pugna de precio por lo antes mencionado, la competencia. En el sector como es muy comercial si existe competencia, la misma que ya está establecida, es por esto que las ideas y estrategias innovadores deben de desarrollarse con cautela.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo es: Estructurar un plan de negocios para la creación de la microempresa comercializadora de sublimados y personalizados en el barrio Kennedy diagonal "B" y calle 16 del Cantón la Libertad, para materializar las ideas haciendo tangible la creatividad de los usuarios.

El problema es: ¿Cómo un plan de negocios ayudará a la creación de la microempresa de comercialización de sublimados y personalizados en el barrio Kennedy diagonal "B" y calle 16 del Cantón la Libertad?

El plan de negocio es una guía de operaciones a ejecutarse, para identificar posibles riesgos.

Este es un objetivo según Hurtado de Barrera integrador porque propone una solución a una problemática mencionada antes.

De esa manera se va a desarrollar principalmente 3 capítulos en la investigación.

CAPÍTULO 1 Llamado Fundamentación: En este capítulo se examina todos los marcos de la investigación, teórico, legal, histórico y conceptual y se realiza una explicación de todo el parámetro de los cuales se va a desarrollar.

CAPÍTULO 2. Va la metodología de la investigación, aquí se expone cuáles serán los métodos que se van a utilizar para poder investigar como las encuestas que son cualitativas en el sector para conocer lo que cada uno de las personas piensan acerca del nuevo emprendimiento y minimizar los riesgos que se tiene al desarrollar el mismo.

CAPÍTULO 3. En el se va a desarrollar el plan de negocios es decir la propuesta en el que se va a utilizar un modelo principalmente para conocer los mejores requisitos y los puntos a desarrollar y así tener un mayor alcance en el proceso de desarrollo de la empresa.

Es así que con muchos deseos y ahínco se forma el plan de negocio no solo a manera de un requisito para obtener la graduación en el Instituto Universitario de Formación Profesional Administrativa y Comercial si no cómo una meta personal, como una nueva fuente de empleo y de negocios.

CAPÍTULO I - FUNDAMENTACIÓN

- **MARCO HISTÓRICO**

- **BREVE HISTORIA DE LA MICROEMPRESA BIG BANG**

Principalmente en este parámetro de la presente tesis que forma parte del proceso investigativo se dará a conocer cuáles fueron los inicios la idea en cuanto al plan de negocios de la Microempresa Big Bing que aún no está en funcionamiento sin embargo ya se encuentra actualmente en la fase de desarrollo. La Sra. Rosa Andrade que ya ha emprendido en varios negocios y que tuvo cercanía con la política del Cantón ya que acompañó a su esposo que fue alcalde del Cantón La Libertad, se dio cuenta que cada vez que se realizaba una campaña tenía mucha necesidad de imprimir folletos del candidato además de otros tipos de materiales P.O.P.

Es por esto que en el año 2020 surge la idea de realizar una inversión moderada en las respectivas maquinarias que se necesitan, ya que en el espacio no era necesario más que la adecuación teniendo local comercial en su domicilio,

Sin embargo, toda la perspectiva se vio truncada en el mismo año ya que llegó la pandemia del coronavirus que imposibilitó todo tipo de inversión.

Sin embargo, para el 2021 se reactivó un poco la economía por lo que principalmente se activó la idea del emprendimiento. El sector escogido fue el barrio Kennedy en el cantón La Libertad. Ya se pudo importar cierta maquinaria para el trabajo, pero se desea desarrollar la microempresa para: sublimar camisetas, realizar impresiones y materiales de marketing como tazas de porcelana, gorras, cerámicas, maderas. Ya se cuenta con una plancha de calor de 110 voltios, una impresora UV 220 Voltios de 60 de ancho por 90 de largo para trabajar en madera, vidrio, acrílico y mármol, además de una impresora EPSON con tinta de sublimación y se desea empezar con el emprendimiento para este año 2021.

- **EVOLUCIÓN DE PLAN DE NEGOCIO PARA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS.**

El plan de negocio ha evolucionado en los últimos años. Principalmente bancos como el Pichincha, Guayaquil, Pacífico sobre todo cuando realizan créditos para las micros y macros empresas o negocios solicitan un plan de negocios. Principalmente los empresarios realizan un plan de negocios. Por ejemplo, para 1980 Kotler planteó y unificó el plan de marketing con un plan de negocios, es decir que un plan de negocio debe incluir un plan de marketing.

Para su constante evolución autores como Baque o Vargas en Latinoamérica influyen directamente en un plan de negocios, ya que en primer lugar los comparan con un término como plan de empresa ya que así es más conocido en el mercado latino. Y no importan el autor todos mencionan que comienza por la idea de negocio. También Vargas menciona que el plan de negocio puede ser ampliado no solo para

empresas grandes sino también para microempresas y en el 2014 plantea un libro llamada Marketing y Plan de negocios de las microempresas que es muy conocido en América Latina.

Es por esto que todas las entidades en el Ecuador como el banco de Fomento solicitan para realizar créditos plan de negocio, pero hoy por hoy son muy sencillos, en donde más que la estructura organizacional se encuentre los análisis financieros, y datos porque son más importantes para ellos el retorno de la inversión. Sin embargo, los demás datos son muy valiosos para desarrollar la identidad corporativa que ella presenta.

1.1 MARCO TEORICO

ADMINISTRACION Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA “BIG BANG”

Es importante conocer todo lo referente a un marco teórico y la administración. Para conocer un plan de negocios. Para esto hay que entender la contextualización además de todo lo que se desea emprender y desarrollar. Y aunque existen muchos autores se procuró para el presente marco teórico contextualizar en primer lugar los autores y en base al emprendimiento que se desee hacer. Es decir, no es lo mismo emprender una gran empresa que una pequeña.

Segundo Heinrich **(2009)** explica que, si imaginamos el plan de negocios como una hoja de ruta, comprender mejor su significado. Supongamos que usted está decidiendo cómo ir de *Boston* a *Los Ángeles* en coche. Definitivamente se puede ver como un viaje, es decir se puede encontrar muchas rutas para llegar a un destino por ejemplo también se puede encontrar atajos, pero no necesariamente serían los mejores destinos.

Vale la pena destacar que uno de los principales errores que se comete para desarrollar un plan de negocios es la falta de planeación. La planificación empresarial es un proceso continuo sin intermitencias en el cual, una vez puestos en marcha los diferentes planes, hay que ir obteniendo la información necesaria

para los diferentes responsables con el fin de que se puedan introducir oportunamente las correcciones a que hubiera lugar. (Silva Madriz, 2006)

Es decir, no solamente se debe desarrollar un plan de empresa sin conocimiento de causa, se debe de elaborar un diagnóstico y principalmente planificar la estructura que se desea. En base a los objetivos que se desean alcanzar, en base al capital. Para entender un plan de negocios se debe entender la administración como una ciencia ya que el tiempo ha pasado y ha evolucionado y se encuentra nuevos parámetros para entenderla como ciencia. Ahora hay que entender la administración y se la puede dividir en muchos parámetros, pero a continuación se reconocerá el resumen de Pantoja Y Salazar que mencionan como se puede entender la administración de una manera más cómoda y sencilla.

Es decir, la era mecánica al parecer aún no ha superado por procesos. No solamente es (Pinchao Imbaquingo, 2011) La manera en que se pueda cambiar la mentalidad de los administradores o propietarios de estos negocios, resulta un poco complicada, al ser personas tradicionalistas se rehúsan al cambio de pasar de una administración empírica a una formalizada, desaprovechando la oportunidad de utilizar herramientas o técnicas de administración para un mejor control de sus actividades.

(Pantoja-Aguilar & Salazar Garza-Treviño, 2019) desde un punto de vista epistemológico, la administración ha sufrido distintas transformaciones con el paso del tiempo, entre las cuales se destacan dos grandes eras: «la mecánica», que se basa en los principios del análisis, la descomposición y el estudio de cada una de las partes a fin de comprender un todo. La anterior, en contraste con la «era de los sistemas», la cual se centra en el estudio de un «todo» al examinar la interacción y la sinergia de cada uno de los elementos que lo conforma. Este acervo de conocimiento histórico desarrollado establece la base fundamental de la actual ideología y metodología

propuesta por los autores modernos de la administración como ciencia de estudio.

Cuando se desarrolla un emprendimiento, es decir un plan de empresa se debe de cambiar la mentalidad que usualmente es empírica y se debe de utilizar una mentalidad estratégica que focalicen la cultura de planeación. En primer lugar, debe de existir una forma de relacionarse de una estructura social conociendo el comportamiento del consumidor.

Un Plan bien organizado es esencial para poder hacer una buena presentación de la compañía a una entidad financiera cuando se está gestionando una financiación o ante un eventual inversionista de tal forma que se pueda transmitir adecuadamente el estado actual del negocio y las potencialidades del mismo.

- ◆ Con el Plan de Negocio las Unidades Estratégicas de Negocios pueden probar a la empresa que están en buena posición para manejar los diversos aspectos de un nuevo negocio en su gestión futura.
- ◆ Es una valiosa herramienta de gestión que facilita la revisión de estrategias y ahorra tiempo y dinero en el largo plazo. En un caso extremo, tener un buen Plan de Negocio puede significar la supervivencia de la empresa.
- ◆ El Plan de Negocio es el proceso que usualmente sigue un negocio desde su inicio, pasando por su crecimiento hasta convertirse en una empresa consolidada.
- ◆ El Plan de Negocio identifica los montos de financiación o inversión requerida y su cronograma de desembolsos. (Arias Montoya, Portilla de Arias, & Acevedo, 2008)

Para los autores antes mencionados conocer la estructura de un plan de negocios principalmente será el desarrollo del cuerpo del proyecto. Como primer punto los autores antes mencionados mencionan principalmente comenzar como una unidad de negocio es decir en base a la profundidad del sistema se debe de

planificar el estado inicial con proyecciones inteligentes, pero el plan no puede ser hermético porque pueden venir muchos factores desconocidos.

El plan de negocios estará integrado por ejemplo otro punto de grata importancia es la financiación. Quiere decir que dentro de los procesos estratégicos como primer punto se debe de redireccionar en el proceso de compra. La fuente principal del desarrollo empresarial en la estructura y la planificación financiera. A esto se le puede sumar la disciplina financiera, esto quiere decir que tendrá del proceso productivo los balances de situación inicial,

(Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2010)

El objetivo esencial de una nueva empresa es solucionar un problema existente en el mercado, es decir, satisfacer una necesidad de sus clientes potenciales. Por ello, el plan debe comenzar con la identificación de esta necesidad y con la propuesta de una solución. Todo el mundo tiene ideas, pero pocas personas tienen una oportunidad de negocios. El paso de una idea básica a una oportunidad de negocios requiere la aplicación de una perspectiva más práctica. Por lo general, implica un proceso transformativo, en el que nuevas percepciones sobre un elemento pueden afectar a otras.

1.2 MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

1.3 Combatir la malnutrición, erradicar la desnutrición y promover hábitos y prácticas de vida saludable, generando mecanismos de corresponsabilidad entre todos los niveles de gobierno, la ciudadanía, el sector privado y los actores de la economía popular y solidaria, en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

5.4 Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

LEY ORGÁNICA DEL EMPRENDIMIENTOS E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Art. 16.- Liquidez para el emprendimiento. - La obligación de pago del saldo insoluto contenido en facturas que se emita con ocasión de un emprendimiento inscrito en el Registro Nacional de Emprendimiento, a sociedades que no estén inscritas en dicho registro, deberá ser satisfecha máximo treinta días después desde la recepción de la factura. A partir del día treinta y uno se podrá pagar la factura de manera bancarizada, y correrán, automáticamente por mandato de la ley, intereses por el saldo impago, a la tasa activa legal establecida por el Banco Central del Ecuador.

Art. 18.- Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.

- La formación teórica y práctica para el emprendimiento deberá cumplir con los siguientes objetivos: a) Mejorar las capacidades, habilidades y destrezas que permitan emprender con éxito iniciativas productivas;

b) Promover la educación financiera para los servidores de instituciones públicas y privadas, ¡así como en instituciones de educación básica, secundaria y superior;

c) Promover el acercamiento de las instituciones educativas al sector productivo;

d) Formar en la cultura de cooperación, ahorro e inversión; y,

e) Fortalecer actitudes, aptitudes, la capacidad de emprender y adaptarse a las nuevas tendencias, tecnologías y al avance de la ciencia.

Ley de defensa al consumidor

Art. 2.- Definiciones. - Para efectos de la presente ley, se entenderá por: Anunciante. - Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios. Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;

Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art. 12.- Productos Deficientes o Usados. - Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

Ley de Régimen Tributario

Art. 10.- Deducciones. - En general, con el propósito de determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos e inversiones que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos.

Gastos de viaje, estadía y promoción comercial para el acceso a mercados internacionales, tales como ruedas de negocios, participación en ferias internacionales, entre otros costos o gastos de similar naturaleza, y que el beneficio no supere el 50% del valor total de los costos y gastos destinados a la promoción y publicidad. Para los exportadores habituales y el sector de turismo receptivo, este beneficio será hasta por el 100% del valor total de los costos y gastos destinados a la promoción y publicidad

19. Los costos y gastos por promoción y publicidad de conformidad con las excepciones, límites, segmentación y condiciones establecidas en el Reglamento. No podrán deducirse los costos y gastos por promoción y publicidad aquellos contribuyentes que comercialicen alimentos preparados con contenido hiperprocesado. Los criterios de definición para ésta y otras excepciones que se establezcan en el Reglamento, considerarán los informes técnicos y las definiciones de la autoridad sanitaria cuando corresponda.

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad. - Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad y declarar los impuestos con base en los resultados que arroje la misma. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas cuyos ingresos brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior, sean mayores a trescientos mil (USD \$. 300.000) dólares de los Estados Unidos, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares,

así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos. Este monto podrá ser ampliado en el Reglamento a esta ley.

Art. 21.- Estados financieros. - Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras, así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual

Art. 12.- Los nombramientos de los representantes legales de las sociedades de gestión colectiva, los convenios que celebren dichas sociedades de gestión entre sí o con similares en el exterior, y los mandatos conferidos a su favor o a favor de terceros para el cobro de las remuneraciones por derechos patrimoniales se inscribirán con la sola presentación de tales documentos.

Art. 13.- La solicitud de inscripción de una obra contendrá: a) Título de la obra; b) Naturaleza y forma de representación de la obra; y, c) Identificación y domicilio del autor o autores.

1.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración

Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar. La ciencia que ayuda a la organización de los factores de producción y de servicio

Marketing

Herramientas de estrategia, técnica de investigación de mercado, tácticas de diferentes formas para aumentar la rentabilidad de la empresa

Diseño Gráfico

Es el arte, o también puede ser llamada disciplina en la que se proyecta la comunicación visual, la comunicación gráfica, para enviar un mensaje

Publicidad

Herramienta de marketing para comunicación de producto con el fin de estimular el dar a conocer la marca.

BTL

Below the line. Publicidad creativa, pero de presupuesto limitado.

Material P.O.P.

Objetos que se utilizan que tienen el logotipo, isotipo, entre otras con el fin de que la marca sea expuesta. Significa Point of purchase o punto de compra.

Escucha activa

El buen diseñador gráfico es empático, escucha a sus clientes y complementa con sus conocimientos en comunicación corporativa y gráfica. Es capaz de captar las ideas que se le presentan y darles la vuelta para crear diseños llamativos, de tendencia y que encajen en el mercado actual.

Versatilidad

Este profesional es versátil, es capaz de usar todos los elementos visuales para crear una composición que funcione para varios soportes publicitarios. Por ejemplo, puede crear un folleto informativo que plasme la identidad corporativa de una web.

Gorras

Objeto que cubre la cabeza, es un accesorio utilizado para el clima.

Desempleo

Carencia de empleo, situación del ser humano en el que pierde o no tiene un ingreso fijo.

Comercio

El comercio se puede decir que es una actividad en la que se van a intercambiar bienes y servicios en diferentes industrias.

Personalizar

Agregar características específicas reclamadas por el cliente en productos o servicios en el que son elaborados según especificaciones.

Factor

Es una circunstancia en el que se va a producir un respectivo resumen o resultado para elaborar diferentes actividades.

CAPÍTULO II - METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la tesis que se está realizando a continuación es mixto debido a que se utiliza la investigación tanto cualitativa y cuantitativa.

2.1.1. Investigación Cuantitativa

El enfoque cuantitativo es generalizable y es objetivo. El mismo se va a desarrollar en la tesina ya que se eligió la encuesta que va a presentar datos cuantitativos. La encuesta se la realizará a las personas del sector en el Cantón La Libertad. En este tipo de herramientas es concluyente ya que, al ser generalizable, resuelve problemas que existen o que se han detectado en la introducción del presente trabajo. La Investigación cuantitativa analiza los datos de estadísticas y resultan ser un mayor foco investigativo.

2.1.2. Investigación Cualitativa

La Investigación cualitativa sin embargo es sin estructura rigurosa, y suelen ser subjetivos, es por esto que se utiliza ese medio de cualidades que en la observación o entrevista son utilizados. Suele ser práctico y útil ya que describe de una manera en fundamentos cualitativos el resultado de los tipos de la investigación con los que se conoce principalmente de una forma no generalizable las opiniones que servirán en la investigación de mercado que se va a desarrollar.

2.2. TIPOS DE ESTUDIO

2.2.1. Investigación Descriptiva

En el tipo de estudio puede ser aplicado para la generación de encuestas o de desarrollo e inclusive estudios de casos. Para el presente estudio responde preguntas que describen la situación del objeto de estudio. ¿qué? ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde? Se va a desarrollar **Plan de negocios de la Microempresa**

comercializadora de sublimados y personalizados “BIG BANG” ubicado en el barrio Kennedy calle 16 y diagonal B en la Libertad, además se utilizará la experiencia de la autora de la presente tesina y los conocimientos adquiridos al largo del tiempo estudiado en la carrera de administración de Empresas.

2.2.2. Investigación Explicativa

La investigación explicativa principalmente da detalles específicos del por qué y para qué se desarrolla el trabajo de investigación, no ofrece datos que logren ser concluyentes sin embargo explica el porqué de los fenómenos estudiados. Principalmente se va a desarrollar el emprendimiento o plan de negocios porque por la pandemia cada empresa desea mejorar sus puntos de publicidad BTL, y estrategias de marketing, además que no existe mucha competencia por el sector. Principalmente en base a la experiencia de la autora del presente trabajo de investigación ya que necesitó en muchos momentos de este material y muchas veces tenían que viajar a las grandes ciudades debido a que es escaso los negocios.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Métodos teóricos

Análisis y síntesis

El método análisis y síntesis es el que el tema a estudiar es revisado por los autores principales. Es decir, luego que por partes se analizó los temas se los unió para poder conocer los criterios de los grandes autores. Para desarrollo del presente punto se estudió aproximadamente 14 fuentes bibliográficas en las que destacó Silva Madriz, aunque principalmente los autores Arias y Acevedo que son peritos en

América latina en cuanto a Planes de negocio aportaron valiosamente con el presente proyecto investigativo.

Inducción y deducción

En el método de inducción y deducción va de lo general a lo particular y de lo particular a lo general. Para conocer los datos se debe en primer lugar analizar el macro entorno. De lo general a lo particular siendo lo general el macro entorno donde la microempresa estará fijada y lo particular la empresa. Se analizó variables de compra, gustos y preferencias de los consumidores, de los principales puntos de vista en relación a la empresa.

Adicional de lo **particular a lo general** en el que se analizó cómo la microempresa va a influir directamente a la productividad de la región y cómo servirá su creación para resolver la escasez de este tipo de productos con su inicio y con los productos innovadores y precios cómodos para la población.

Histórico lógico

El método histórico lógico se desarrolló principalmente para conocer acerca de la historia de la microempresa y del plan de negocio. Es por esto donde se descubre que en el año 2020 surge la idea de realizar una inversión moderada para la adquisición de las respectivas maquinarias que se necesitan, además en el espacio físico se adecuo de acuerdo a las necesidades que requiere para el buen funcionamiento de la microempresa “BING BANG” situado en el barrio “Kennedy” calle 16 y diagonal B. Sin embargo, toda la perspectiva se vio truncada en el mismo

año ya que llegó el tema del coronavirus que imposibilitó todo tipo de inversión. El plan de negocio ha evolucionado en los últimos años. Principalmente banco como el Pichincha, Guayaquil, Pacífico cuando realizan créditos para las microempresas o negocios solicitan un plan de negocios. Generalmente los microempresarios realizan un plan de negocios. Por ejemplo, para 1980 Kotler planteó y unificó el plan de marketing con un plan de negocios, es decir que un plan de negocio debe incluir un plan de marketing.

2.3.2. MÉTODO EMPÍRICO

Encuesta

La encuesta fue dirigida con 3 preguntas politómicas y 4 preguntas dicotómicas, la técnica es con preguntas que se conocen como cerradas para agilizar su tabulación. Estas preguntas se hacen de una manera digital ya que está limitado la salida de personas por emergencia sanitaria. Las encuestas que se realizarán serán por medio de formularios de Google, y se desea conocer en primer lugar a manera de investigación de mercado previa a la concepción de la microempresa ¿Cuál es el valor que la microempresa generará al consumidor? y ¿Cuáles son los productos que principalmente utilizaran? Para desarrollar las encuestas se aplicará la escala de Likert.

Observación

Se utiliza además la observación a un negocio parecido, a Liber Printit. El tipo de observación es directa participativa ya que la autora de la tesina va a verificar el tipo de servicios, productos y precios que la microempresa otorgara a sus consumidores ya que es uno de los competidores más renombrados en el sector.

Para desarrollar la observación se realizará una guía de observaciones y se la realizará 3 veces debido a que se desea conocer en detalle las características de la empresa competidora. Los parámetros que se van a evaluar es el precio, la ubicación y la infraestructura, el tipo de maquinarias que utilizan y cómo es el desarrollo de su publicidad. Se desea además conocer el detalle característico de servicios. Ver Anexos

2.3.2. Método Estadístico

Estadísticas descriptivas

La estadística descriptiva es el método estadístico que se utiliza en el presente proyecto, la misma es el conjunto de técnicas y procedimientos que ayudan a describir, resumir, mostrar la información que se obtuvo mediante la encuesta respectiva. La cual ayuda a la tabulación de los gráficos, además de calcular los parámetros básicos del conjunto de datos que se plantea.

Tipos de muestreo

Muestreo probabilístico

Será Probabilístico aleatorio simple porque es el procedimiento que se elige debido a que población objetiva y a cada posible muestra de un tamaño determinado, la misma probabilidad de ser seleccionado.

Población y Muestra

El (INEC) menciona que las personas que habitan en La Libertad son 182399, este número es la población económicamente activa.

Cálculo de la muestra

Para desarrollar la misma debe de realizarse el respectivo cálculo estadístico.

A continuación, se va a describir la fórmula empleada para efectuar el respectivo cálculo de la muestra:

FORMULA:
$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot q}$$

$$N = \frac{182399 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(5\%)^2 \cdot (343.836-1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

N= 384 tamaño de la muestra

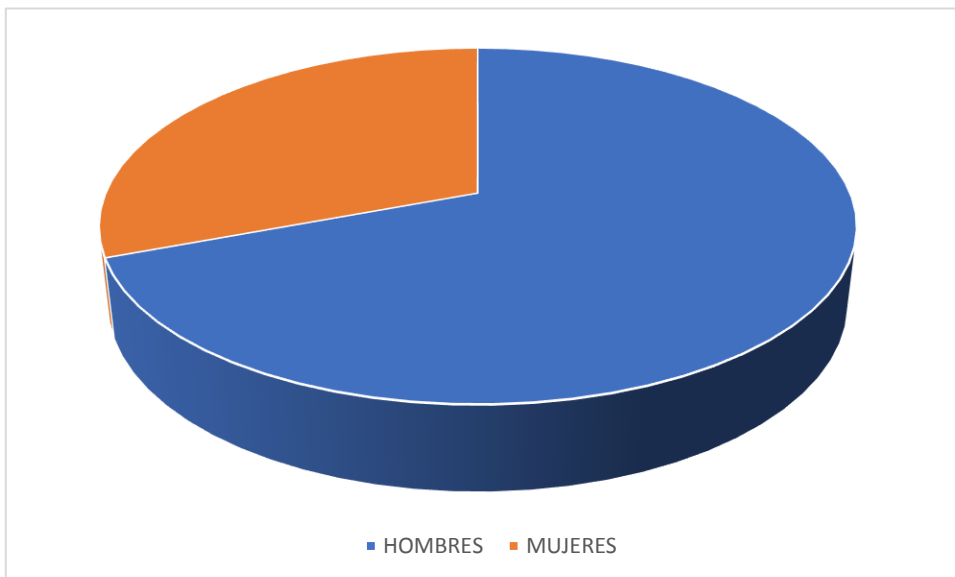
Análisis de las encuestas

Tabla N° 1 Género

HOMBRES	266
MUJERES	118

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 1 Género



Elaborado Por: Rosa Andrade

1. ¿Utiliza Ud. servicios de impresión y artes digitales?

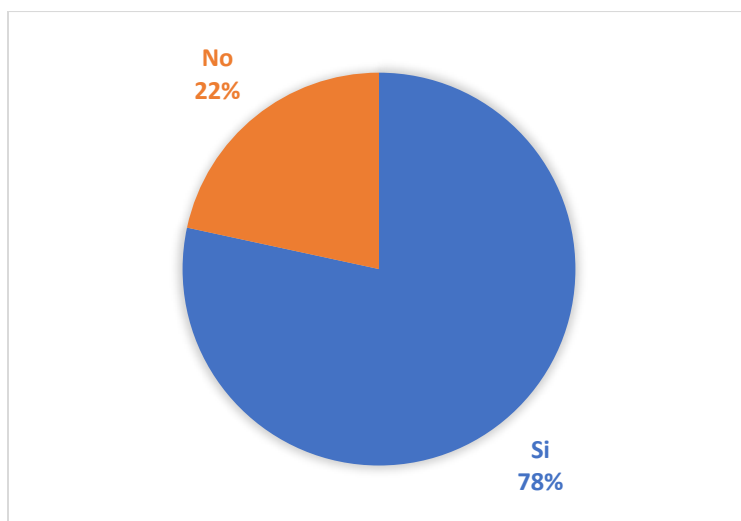
Tabla N° 2 Servicio

Si	301
No	83

Elaborado Por: Rosa Andrade

ELABORADO POR: ROSA ANDRADE

Gráfico N° 2 Servicio



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS

Esto quiere decir que 301 personas utilizan servicios de impresión y artes digitales y 83 persona no utilizan.

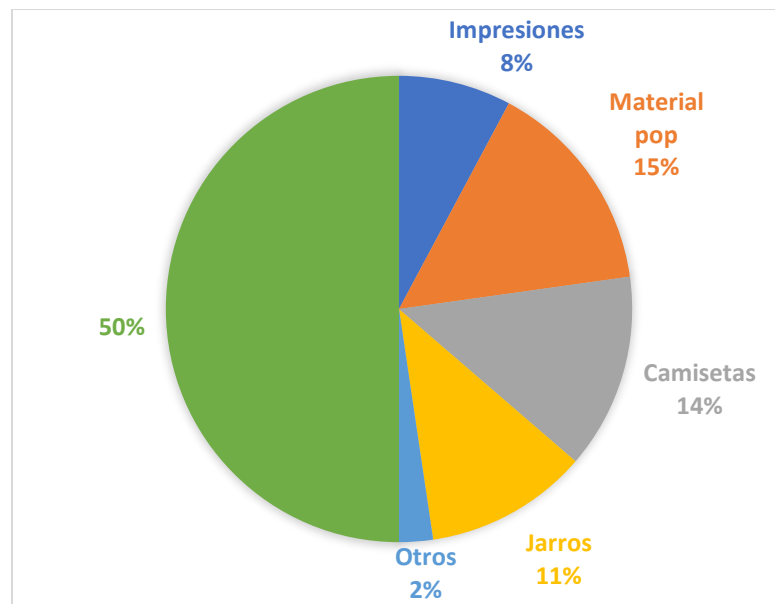
2. ¿Cuál de los servicios desarrolla más?

Tabla N° 3 Impresiones

Impresiones	60
Material pop	115
Camisetas	104
Jarros	87
Otros	18

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 3 Impresiones



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS:

Esto quiere decir que 60 personas desarrollan impresiones, 115 desarrollan material pop, 104 desarrollan camisetas, 87 desarrollan jarros y otros 18.

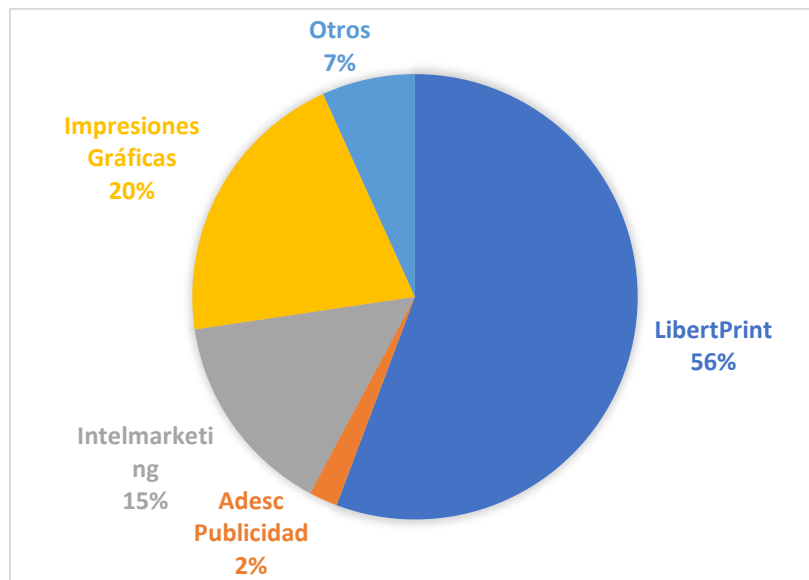
3. ¿Cuál de las empresas de servicios de impresión utiliza más?

Tabla N° 4 Opciones

LibertPrint	214
Adesc Publicidad	8
Intelmarketing	57
Impresiones Gráficas	79
Otros	26

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 4 Opciones



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS

Esto quiere decir que 214 personas utilizan el servicio de impresión de la empresa LibertPrint, 8 personas utilizan Adesc Publicidad, 57 utilizan Intelmarketing, 79 utilizan Impresiones Gráficas, y 26 utilizan otros servicios de impresión.

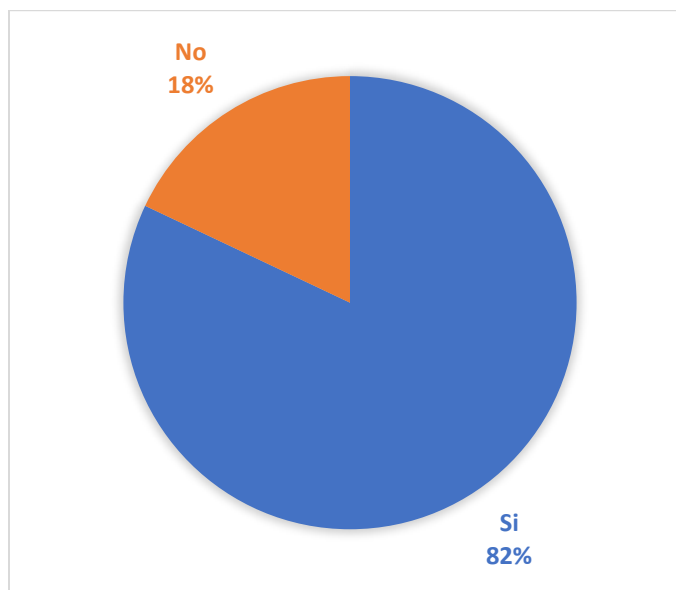
4. ¿Suele Ud. personalizar objetos para publicidad?

Tabla N° 5 Personalización

Si	315
No	69

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 5 Personalización



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS

Esto quiere decir que 315 personas personalizan objetos para publicidad y 69 personas no utilizan.

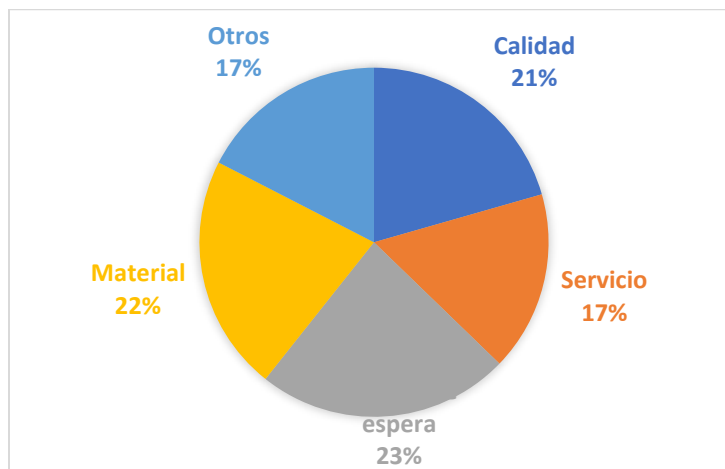
5. ¿Cuál de los siguientes puntos es importante para escoger servicios de publicidad?

Tabla N° 6 Parámetro De Importancia

Calidad	79
Servicio	64
Tiempo de espera	90
Material	84
Otros	67

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 6 Parámetro De Importancia



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS:

Esto quiere decir que para 79 personas escogen Calidad como servicios de publicidad, 64 escogen Servicio, 90 escogen Tiempo de espera, 84 escogen Material y 67 escogen otros servicios.

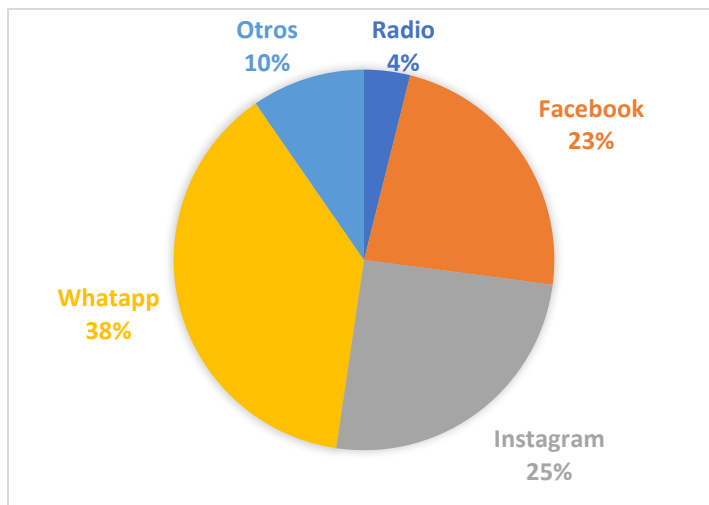
6. ¿Por qué medios le gustaría enterarse de promociones de una agencia de publicidad impresa?

Tabla N° 7 Publicidad

Radio	15
Facebook	89
Instagram	97
WhatsApp	146
Otros	37

Elaborado Por: Rosa Andrade

Gráfico N° 7 Publicidad



Elaborado Por: Rosa Andrade

ANÁLISIS:

Esto quiere decir 15 personas les gustaría enterarse de las promociones de una empresa de publicidad por Radio, 89 les gustaría enterarse por la red social Facebook, 97 por la red social Instagram, 146 por la red social WhatsApp, y 37 personas por otros medios.

ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN

La siguiente observación se realizó en la empresa LibertPrint ubicada en una parte céntrica del Cantón La Libertad. Se pudo observar diferentes parámetros y establecimiento en un buen estado y bien pintados, adicional es muy visible el cartel, es un lugar amplio, tiene condiciones de bioseguridad desde el momento de la entrada hasta el momento de la salida, te toman la temperatura y te ponen alcohol en las manos, la maquinaria no es tan visible en general, pero se ve que es muy actualizada ya que en la parte de atrás que no está a la vista para el público tienen la maquinaria específica para el trabajo, siempre están decorando el lugar, siempre poniendo las publicidades, de la misma manera la atención al cliente fue muy rápida y oportuna, se hicieron preguntas en base a los trabajos que se van a realizar, y se realizó una cotización de un trabajo, la calidad del servicio se pudo observar a las demás personas de la óptima, tenían diferentes variedades de servicios, por ejemplo se pudo apreciar que tenían entre los productos gorras, camisetas, afiches entre otros, y así mismo es una empresa que está muy posicionada y que las personas la conocen mucho.

CAPÍTULO III - DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Se va realizar como propuesta para el trabajo de investigación diferentes puntos en la elaboración de un plan de empresa. A manera de diagnóstico se realiza el FODA.

FODA

FORTALEZA

- Variedad de producto
- Servicio personalizado
- Calidad
- Tecnología en maquinarias

DEBILIDADES

- Poco conocimiento de la marca
- No se trabaja en redes sociales
- Espacio físico limitado

OPORTUNIDADES

- Redes sociales
- Zona en desarrollo

AMENAZAS

- Inestabilidad política
- Desastres naturales

CAPA

CORREGIR DEBILIDADES

Se debe de crear el perfil en las redes sociales para que por medio de este se pueda desarrollar la marca. No se desea gastar grandes recursos en publicidad en otros medios, pero si principalmente por medio de redes.

AFRONTAR AMENAZAS

Se tiene que tener un plan para momentos duros, es decir se pretende elaborar fondos de reserva para sostener a la empresa en tiempos de crisis económicas y política para que por medio de estos factores se pueda subsistir financieramente y afrontar la crisis, fomentando principalmente las redes de conexión, escoger buenos proveedores y productos de calidad.

POTENCIALIZAR FORTALEZAS

Las publicidades y artes que se van a desarrollar en el modelo canvas ya que es gratis y de fácil acceso se van a desarrollar en todos los puntos. Las artes de publicidad tienen que desarrollarse hacia las fortalezas que tiene la empresa para que por medio de estas se pueda desarrollar la empresa y crear un segmento de mercado.

APROVECHAR OPORTUNIDADES

El plan de redes sociales se va a realizar en base a las fortalezas, las redes sociales son de bajo presupuesto y de alto impacto ya que un gran número de la población y empresas se encuentra en las redes sociales. Este medio debe de ser explotado.

PRECISIONES ACERCA DE LA PROPUESTA

A) TÍTULO DE LA PROPUESTA

Plan de negocios de la empresa comercializadora de sublimados y personalizados “BIG BANG” ubicado en el barrio Kennedy La Libertad.

B) OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Elaborar un plan de negocios de la empresa comercializadora de sublimados y personalizados “BIG BANG” ubicado en el barrio Kennedy La Libertad.

C) DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla N° 8 Cronograma

	ELABORACIÓN DE ENCUESTAS	ELABORACIÓN DEL PLAN	PONENCIA	DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	REMODELACIÓN	CONTROL
FASE 1	X	X		X		
FASE 2		X			X	
FASE 3			X			X
FASE 4					X	X

El cronograma se elabora por fase:

FASE1: En la fase primera que comprende mayo y junio del 2021 se elaboraron las encuestas revisadas por el tutor y se tabularon respectivamente los resultados.

FASE 2: En la siguiente fase se empezó con la remodelación del local. Que fue en el tercer trimestre del año 2021, donde se pudo contratar a las personas que remodelaron el local.

FASE 3: En la fase tercera se realizará la ponencia y las respectivas correcciones de los expertos en el tema, adicional de los mecanismos de control del proyecto del plan de negocio.

FASE 4: Esta fase es a partir del año 2021 en la que se pone en marcha el proyecto. Se empezó desde agosto del presente año.

D) FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

FACTIBILIDAD LEGAL

No existe ninguna repercusión legal que impida que el proyecto sea factible. Ya que se ampara la presente tesina en la Constitución de la República del Ecuador, en la ley de emprendimientos, y cumple con todas las normas que el municipio del Cantón desarrolla.

FACTIBILIDAD OPERATIVA

Operativamente no existe ninguna pared que impida a que el emprendimiento se cumpla. Diferencialmente los productos puedes conseguirse como la materia prima, las tazas, materiales, tintas y en base a eso ya se adquirieron los respectivos materiales y maquinaria para empezar a trabajar.

FACTIBILIDAD TÉCNICO-TECNOLÓGICO

Se pudieron adquirir diferentes tipos de tecnología, por ejemplo, la impresora UV de 220 voltios que sirve para trabajar en madera, vidrio acrílico y mármol, además de planchas y de otros tipos de maquinarias que son actuales. Las mismas surgen principalmente como una luz en el desarrollo estratégico de la empresa es decir que con la inversión responsable se pudo desarrollar principalmente para fomentar la empresa en todos los sentidos teniendo la tecnología como una fortaleza.

FACTIBILIDAD FINANCIERA

Tiene un grado de factibilidad financiera. De acuerdo con el estudio realizado de margen de ganancia, aunque en el primer año es mínimo como recién se desea aperturar la empresa de ahí en adelante se potencializará la empresa y generará empleos y rentabilidad más holgada, dejando como base un fondo para cualquier emergencia.

FACTIBILIDAD ECOLÓGICA

Los materiales que se utiliza, así como el proceso están certificados con el consumo responsable y no causan daño al medio ambiente. Es por esto que se puede decir que la

empresa es eco amigable. Los procesos, los materiales y el personal respeta las medidas técnicas establecidas de la producción.

E) PROPUESTA

Tabla N° 9 Plan De Negocio

<p>Nombre de la idea de Negocio:</p> <p>Plan de negocios de la empresa comercializadora de sublimados y personalizados “BIG BANG” ubicado en el barrio Kennedy La Libertad.</p>
<p>Razón Social ANDRADEROS S.A.</p>
<p>Nombre Comercial Comercializadora de sublimados y personalizados.</p>
<p>1-PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Como plan estratégico de la empresa Comercializadora de sublimados y personalizados, se planifica vender todas las camisetas, gorras y tazas sublimadas, estampados, plumas y letreros informativos, implementando nuevos modelos con características innovadoras con el fin satisfacer las necesidades de los consumidores, permitiendo que el cliente elija su estampado favorito. Se desea que los precios sean enteramente competitivos para llegar a todos los mercados, es decir que está acorde con el mercado, Y se desea que como valor agregado se tenga un servicio que fidelice a los clientes, como, por ejemplo, tener todo tipo de tallas de camisetas y gorras, promociones de 2x1, combos, servicio a domicilio.</p>
<p>VISIÓN DEL NEGOCIO Para el 2026 ser una comercializadora de sublimados y personalizados reconocidos, por un buen servicio, ofreciendo una buena calidad de tela de camisetas y gorras, ofreciendo tazas de buena calidad, letreros informativos que llamen la atención de los clientes, siendo totalmente originales e implementando los principios éticos y calidad.</p>
<p>MISIÓN DEL NEGOCIO La Comercializadora de sublimados y personalizados tiene como misión potenciar los negocios locales por medio de artículos personalizados brindando un servicio de excelencia, ofreciendo diferentes modelos y estampados de camisetas, gorras, tazas, plumas y letreros informativos, marcando creatividad y competitividad.</p>

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

- Desarrollar estrategias de redes sociales
- Crear lazos con el cliente mediante programas de fidelización
- Estudiar el mercado para entender sus requerimientos y necesidades
- Minimizar costos de producción

BREVE DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La Comercializadora de sublimados y personalizados es una empresa familiar que mediante implementos tecnológicos de primer nivel se levantará como una buena empresa que tenga como eje principal de la misma al cliente. Los productos que se utilizan la calidad se procura que sea la mejor sin aumentar el precio al cliente. Se realiza todo tipo de productos enfocados para publicidad a los clientes, por ejemplo desde camisetas sublimadas, hasta llaveros.

ELABORADO POR ROSA ANDRADE

Imagen N° 1 Logo



Elaborado Por Rosa Andrade

Imagen N° 2 Productos A Ofrecer



Elaborado Por Rosa Andrade

ÁNÁLISIS DE MERCADO

ÁNÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL:

Tabla N° 10 Entorno situacional de la empresa

En el sector El barrio Kennedy en la Libertad quedan lugares importantes como:

- **IMPRESA AMAZONAS**

La Imprenta Amazonas es un negocio que se enfoca en las necesidades de las personas, venden servicios de corte e impresiones, sellos de caucho, realizan trabajos en offset, facturas, tarjetas de presentación, entre otras.

- **CRÉDITOS ECONÓMICOS**

Créditos Económicos es una franquicia que se enfoca en las necesidades de las personas, venden productos para el hogar (electrodomésticos).

- **FARMÁCIA CRUZ AZUL**
Farmacia Cruz Azul es un negocio con poco tiempo en el mercado, enfocado en la salud, comercializan medicamentos, productos para el cuidado de la salud, productos para bebés, fórmulas, pañales, entre otras.

MINI COMISARIATO

Mi comisariato es una cadena de supermercados, enfocado en las necesidades de las personas, venden variedad de productos de todo tipo: alimentos, artículos de higiene y de limpieza, artículos varios para el hogar.

Elaborado Por Rosa Andrade

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

Tabla N° 11 Análisis Del Mercado Potencial

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	182399
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	100% DE LA POBLACIÓN DE EMPRESAS REALIZAN ALGÚN TIPO DE PUBLICIDAD
Establecer con quién asiste a la compra	Empresas.
Establecer los productos o servicios a ofrecer	Sublimado de camisetas. Sublimado de gorras. Sublimado de tazas.

	Estampado de camisetas. Estampado de gorras. Material POP: Ejemplo pluma. Letreros informativos.
--	---

ELABORADO POR ROSA ANDRADE

SEGMENTO DEL MERCADO:

Tabla N° 12 Público objetivo

La comercializadora de sublimados y personalizados, está dirigido para todo público: jóvenes, adultos, adultos mayores, niños, familias de nivel socioeconómico alto y medio. Adicional está dirigido a las empresas también que deseen realizar trabajos principalmente de POP o personalización para publicidad.

ELABORADO POR ROSA ANDRADE

VENTAJA COMPETITIVA

Tabla N° 13 Ventaja competitiva

VARIEDAD, PRECIO, SERVICIO (DESARROLLAR LAS IDEAS)
 La Comercializadora de sublimados y personalizados tiene como ventaja un buen servicio, variedad de tallas y modelos, se dirige hacia todo tipo de público, tiene una buena publicidad, buenos precios. Cuenta con variedad de productos: Sublimado en camisetas, sublimado en gorras, sublimado en tazas, estampado en camisetas, estampado en gorras, materia POP, ejemplo: pluma y letreros informativos. Una de las

principales ventajas competitivas es la personalización del servicio. En la personalización de servicio se puede desarrollar productos conforme al cliente necesita ya que se va a desarrollar fortalezas en puntos de servicio, calidad y optimización de procesos en los tiempos.

Elaborado Por Rosa Andrade

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tabla N° 14 Competencia

EMPRESAS COMPETIDORAS	Nivel de aceptación Alta Regular Poca	Tipo de cliente que atienden	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
Sublimados Cataly	alta	Todo público	Precios, promociones, variedad de productos.	La Libertad	De \$8 a \$20
Regalos personalizados	media	Todo público	Calidad.	La Libertad	De \$10 a \$30
Estampados personalizados XCAZ	baja	Todo público	Cercanía	La libertad	De \$1.5 en adelante
Sublimados Personalizados	baja	Todo público	Precio	La Libertad	De \$ 1.5 en adelante

Elaborado Por Rosa Andrade

ESTRATEGIAS DE MERCADO

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO O SERVICIO

Para las estrategias de mercado se va a desarrollar productos que sean diversificados en los que se encuentra para resumir:

Imagen N° 3 Sublimado En Camisetas



Fuente: Empresa

Imagen N° 4 Sublimado En Gorras



Fuente: Empresa

Imagen N° 5 Sublimado En Tazas



Fuente: Empresa

Imagen N° 6 Estampado Camisetas



Fuente: Empresa

Imagen N° 7 Estampado En Gorras



Fuente: Empresa

Imagen N° 8 Material pop



Fuente: empresa

Imagen N° 9 Letreros Informativos



Fuente: Empresa

Tabla N° 14 PRODUCTO

La Comercializadora de sublimados y personalizados te brindará un buen servicio y buena calidad, por parte de los colaboradores de la empresa se brindará un buen trato con el cliente, ayudándolo con su elección con el fin de que el cliente vuelva, se cumplirá con todo lo que se ofrece en los modelos de los productos, realizar promociones, ofrecer servicios extras a los clientes. Los productos son personalizados y se desarrollan en base al gusto del cliente.

ELABORADO POR ROSA ANDRADE

ESTRATEGIA DE PRECIO

TABLA No. 15 PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	Precios competitivos, se reduce por docena, por gruesa o por mil. Mientras más volumen menor es el costo.
¿Cómo se ha determinado el precio?	La rentabilidad del producto es de 30% al 60% dependiendo del producto. Mientras más volumen mayor desarrollo.
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	El precio es definido y va conforme al volumen de la compra.
Otra información relevante para la fijación de precios	Se reduce el costo por volumen. Es precio competitivo con márgenes de ganancia.

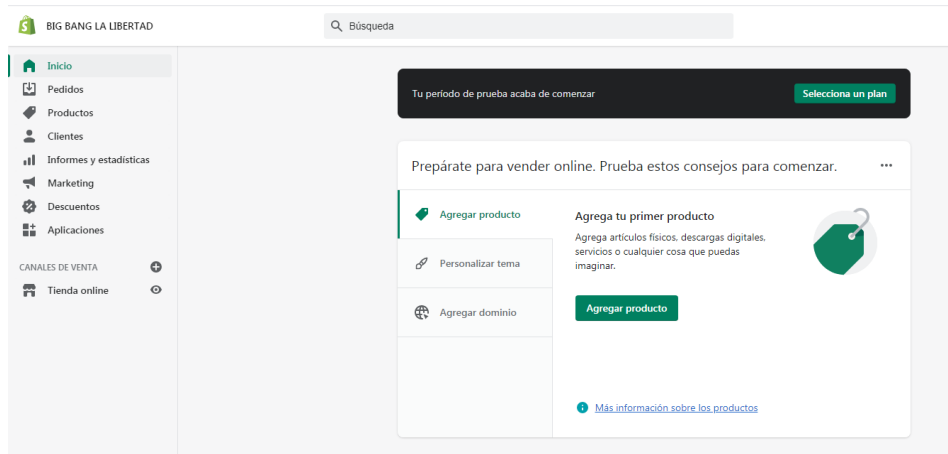
ELABORADO POR ROSA ANDRADE

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)

Tabla N° 15 Distribución

- Distribución directa en el punto de venta
- Se pretende crear una Tienda virtual

Imagen N° 10 Tienda virtual en shopify



Fuente Shopify

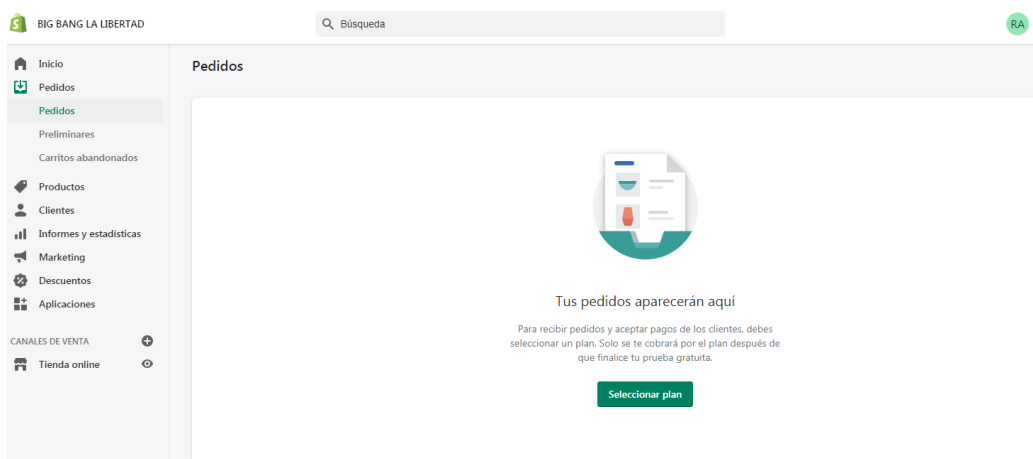
Imagen N° 11 Tienda Online Responsive



Fuente shopify

Se pretende elaborar una tienda virtual en shopify ya que son económicas y permitirá en el futuro expandirse hacia un mercado online. Esta trabaja de la mano con las redes sociales.

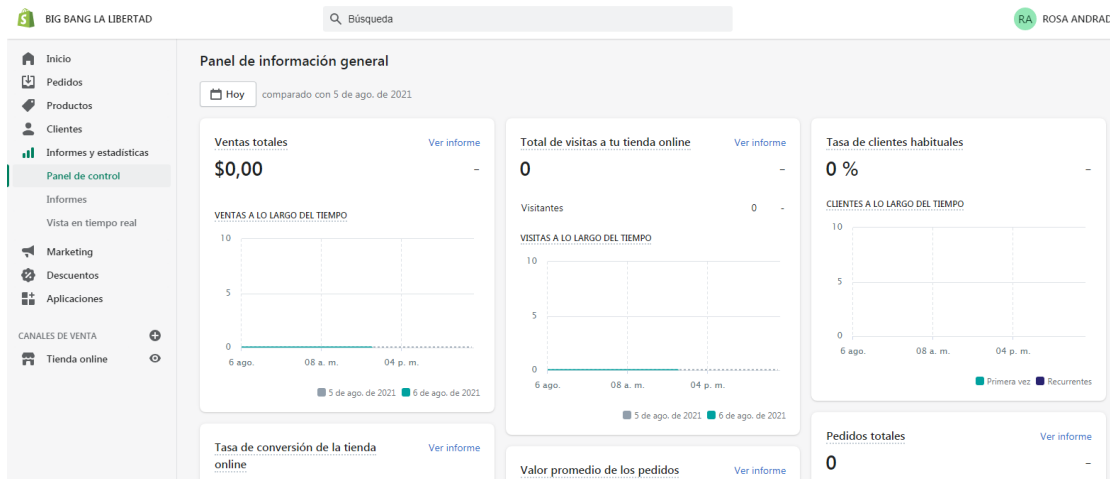
Imagen N° 12 Pedidos Online



Fuente Shopify

Los pedidos ingresan directamente desde la página para por medio de estos desarrollar el envío. Este si es interno se puede desarrollar directamente por medio de la emprendedora en su vehículo personal. Si es distante se usará socios estratégicos como Servientrega. Cargando el respectivo costo de envío.

Imagen N° 13 Estadísticas de envío



Fuente Shopify

De la misma manera la página presenta estadísticas de envío es decir que se puede llevar mecanismos de control por medio de los cuales se podrá apreciar que tan rentable es la empresa para la emprendedora. Se puede apreciar las tasas de visitas en el panel de control general, las personas la tasa de clientes habituales, además de poder invertir en marketing.

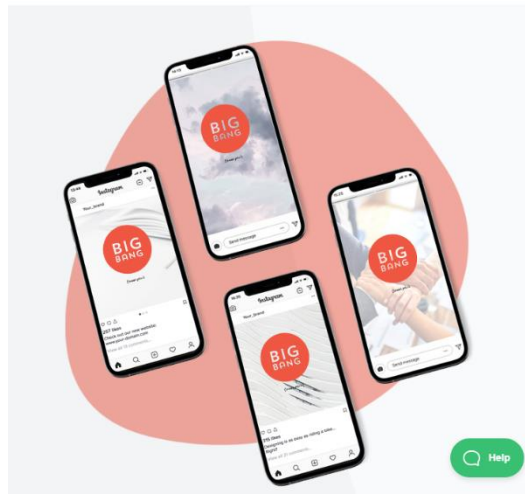
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Tabla N° 16 Comunicación

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Redes sociales por el valor inicial bajo y su impacto abundante.
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	Se invierte \$60 al mes. \$30 en Instagram y \$30 en Facebook para fomentar la empresa.
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	Como una segunda fase publicidad directa por medio de Shopify a las empresas.

Elaborado Por Rosa Andrade

REDES SOCIALES



Elaborado Por Rosa Andrade

- **Instagram: BIG_BANG LA LIBERTAD**
- **Facebook: BIG BANG LA LIBERTAD**

ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

Describir las características de la localización del negocio

Tabla N° 17 Lugar

El sector es residencial, hace años atrás era un poco peligroso, sin embargo, en la actualidad existe más control y seguridad por parte de las autoridades. Convirtiéndose en una zona también comercial.



Barrio Kennedy calle 16 diagonal B. La Libertad

Elaborado Por Rosa Andrade

ÁREA DE TRABAJO

Imagen N° 14 Área de trabajo comercial



Fuente. Empresa

El área que se ve en la imagen es el área comercial en el que se colocó los productos, para que las personas puedan conocer los ejemplos de materiales que la empresa realiza. También conocido como un SHOW-ROOM.

Imagen N° 15 Área de trabajo de producción



Fuente. Empresa

El local está distribuido en dos áreas, esta específicamente es el área de producción en el que se realizan los procesos, diseño e impresión de los materiales.

Especificaciones técnicas

La sublimación es el proceso que consiste en el cambio de estado de sólido al estado gaseoso sin pasar por el estado líquido. Al proceso inverso se le denomina **deposición** o **sublimación regresiva**; es decir, el paso directo del estado gaseoso al estado sólido.

En el ámbito de la impresión, el proceso anteriormente descrito se produce en el momento en el que aplicamos calor al papel impreso con las tintas especiales sobre el

producto. Las tintas al recibir calor (aproximadamente entre 190 y 200 grados centígrados) pasan del estado sólido en el que se encuentran en el papel a un estado gaseoso, momento en el cual se transfieren al producto que se desea imprimir. En este momento te estarás preguntando si cualquier material o producto se puede imprimir mediante la técnica de la sublimación. Para que un producto sea sublimable debe estar cubierto por una capa de poliéster que será la que “absorba” la tinta una vez que esta se encuentra en estado gaseoso.

Por ejemplo, en la impresión o personalización de tazas, éstas deben ser barnizadas previamente con una capa de poliéster totalmente transparente que será la que reciba la tinta y por tanto la impresión. El mismo proceso es aplicado para otros productos como platos, alfombrillas de ratón, porcelanas, vidrios. En el caso de tener que imprimir una tela, una camiseta, un pañuelo, estos no pueden ser 100% de algodón, deben estar compuestos al menos de un 70% de poliéster

La impresora

Una impresora que permita la carga de tintas especiales de sublimación. No deben ser utilizadas las tintas originales de la impresora ni mezclarlas con las de sublimación. Epson y Ricoh son las dos marcas que ofrecen más modelos óptimos para tintas de sublimación.

La tinta de sublimación

La tinta de sublimación, no es una tinta convencional de impresora. Se trata de una tinta especial que permite la transferencia del colorante mediante la aplicación de temperaturas altas.

El papel o transfer

Es el medio o soporte donde se imprime el diseño previamente a su transferencia al material o producto a marcar. El papel no absorbe la tinta, solo se utiliza como transporte de la misma (en un estado sólido) y se coloca sobre el objeto a marcar.

Planchas

La tinta se transfiere del papel impreso al material mediante la aplicación de calor a este último. Para ello y dependiendo de la forma del producto a sublimar existen planchas

planas (para telas, alfombrillas de ratón personalizables) o con la forma concreta del producto (por ejemplo, una taza, una gorra o un plato)

Fases del proceso de sublimación

El proceso es sencillo:

1. Se imprime el diseño sobre el papel o transfer.
2. Una vez impreso el papel, se coloca sobre la zona a imprimir. La zona impresa del papel debe estar en contacto con el objeto.
3. A través de la plancha se aplica calor y presión al papel sobre el objeto. Dependiendo del producto a personalizar la temperatura necesaria puede oscilar, pero lo habitual suele rondar los 200° y durante unos 20 segundos (el tiempo de aplicación de la temperatura también puede variar en función del tipo de producto)
4. Una vez planchado, se retira el papel con precaución pues estará muy caliente y observaremos como la tinta se ha transferido perfectamente a nuestro producto.

Existen multitud de aplicaciones sobre productos para su personalización que se pueden dividir en dos grandes categorías:

- **Telas y/o tejidos** tales como camisetas, gorras, prendas deportivas, prendas de moda. La única condición que han de cumplir es la de estar compuestos al menos por un 70% de poliéster.
- **Materiales rígidos** como tazas, fundas de móvil, puzzles, azulejos, platos. Existen en el mercado muchos productos ya listos para ser sublimados, es decir, con el barniz especial compuesto de poliéster.

Si estás interesado en la personalización de productos, para regalar en un evento, para obsequiar a tus empleados o clientes o simplemente para ti.

Listado de las máquinas, equipos y herramientas

TABLA N° 18 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Maquinaria	Cantidad (unidades requeridas)	Equipos y herramientas	Cantidades (unidades requeridas)
PLANCHA DE ESTAMPADOS	1	AIRE ACONDICIONADO	1
SUBLIMADORA	1	COSTADORA	1
MÁQUINA UV	1	ANAQUELES	2
COPIADORA EPSON	1	ESCRITORIOS	1
MOSTRADOR	1	COMPUTADORA Y REGISTRADORA	1 Y 1

Elaborado por Rosa Andrade

Posibles proveedores que proporcionan los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

Tabla N° 19 Proveedores

POLIPAPEL	Materia prima
GRAFIN	MAQUINARIA
PAPELESA	Materia prima

Elaborado Por Rosa Andrade

Tabla N° 20 Empleados

Puesto de trabajo	Número
COCINA(ADMINISTRADOR-MARKETING)	2
MESEROS Y CAJERO	2

Elaborado Por Rosa Andrade

Tabla N° 21 Responsabilidades de los trabajadores

Puesto de trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de trabajo • Caja • Redes sociales • Compra de insumos • Ventas • Control 	Con experiencia
DISEÑADOR GRÁFICO	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar • Inventario • Stock • Uso de maquinaria • Limpieza de área de trabajo 	Con experiencia

Elaborado Por Rosa Andrade

Horario de atención del restaurante:

Tabla N° 23 Horarios de atención

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
9H00 – 18H00	9H00 – 18H00	9H00 – 18H00	9H00 – 18H00	9H00 – 18H00	9H00 – 18H00

Elaborado Por Rosa Andrade

F) RESULTADOS ESPERADOS EN LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

- ✓ Se espera ser un negocio con alta rentabilidad que sea autosustentable.
- ✓ Se espera trabajar fuertemente en redes sociales para que brinde un mayor apoyo en el ámbito digital
- ✓ En la siguiente fase se desea implementar la página en Shopify para que el negocio también sea online
- ✓ Se espera posicionar la marca para que las personas la conozcan
- ✓ Se espera cumplir con la misión y visión.
- ✓ Generar empleos en el sector para crecer como Cantón.

G) CONCLUSIONES

- ❖ Se concluye que en el Ecuador es muy costoso emprender a tal punto de que son costosos los trámites y llevan una carga tributaria.
- ❖ Se debe de crear una comunidad que esté interesada en el producto para que cuando el local se abra ya tenga un flujo de clientes que permitan crecer y cubrir los costos mínimos de operación.

- ❖ Las tasas municipales son costosas, deben ser cubierta antes de empezar las operaciones.
- ❖ Justificar los costos y buscar minimizarlas.

H) RECOMENDACIONES

- Correr riesgos
- Enfocarse en una visión clara y no despegarse de la misma
- Creer en el local, generar un fondo para momentos difíciles.
- Contratar personas alegres, cuidar el proceso de selección.
- Manejar correctamente el tiempo
- Ser prudente al invertir

Bibliografía

- Arias Montoya, L., Portilla de Arias, L. M., & Acevedo, L. C. (2008). Propuesta metodologica para la elaboración de planes de negocio. *Scientia et Technica*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2010). *Manual para la elaboración de planes de negocio*. Bogotá-Colombia: Ventures.
- Pantoja-Aguilar, M. P., & Salazar Garza-Treviño, J. R. (2019). Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. *Redalyc*.
- Pinchao Imbaquingo, M. I. (2011). GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LOS LUGARES DE EXPENDIO DE VÍVERES DE LA CIUDAD DE TULCÁN, QUE PERMITA UN ÓPTIMO MANEJO Y CONTROL DE RECURSOS PARA MEJORAR SU RENTABILIDAD. *Transferencia Tecnológica y Emprendimiento(CITTE)*, 1-14.
- Silva Madriz, D. R. (2006). Proceso de creación y dirección de empresas. *Universidad, Ciencia y Tecnología*.

ANEXOS

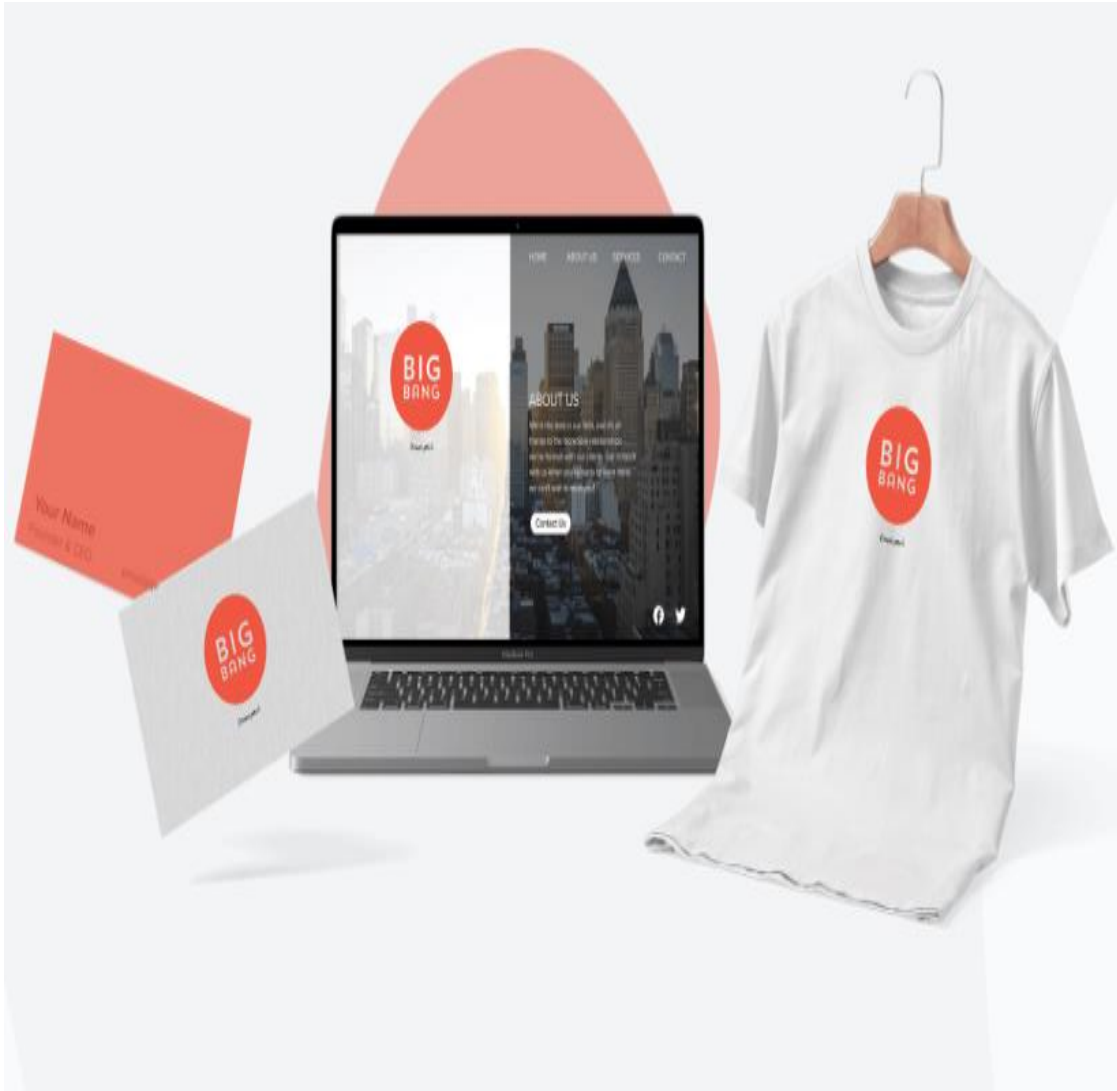
Anexo N° 1 Formato Guía de Observación Libert Print

Parámetros a observar	Observaciones
Establecimiento	
Maquinaria	
Publicidad	
Atención al cliente	
Calidad de servicio	
Variedad de servicios	
Otros detalles.	

Anexo N° 2 Guía de observación realizada

Parámetros a observar	Observaciones
Establecimiento	Es un lugar amplio y de buenas condiciones, cumple con las medidas de bioseguridad
Maquinaria	Es maquinaria actualizada, lo que se pudo observar es que se tiene visibles materiales de trabajo, pero no todas las maquinarias están visibles.
Publicidad	Se realiza publicidad por el sector, es muy útil y muy colorida.
Atención al cliente	La atención fue rápida y oportuna
Calidad de servicio	Las impresiones son de muy buen color, las artes con mucha creatividad.
Variedad de servicios	Ya que están posicionados se puede ver que tienen una amplia variedad de clientes
Otros detalles.	En particular es una de las empresas más grandes del sector. Tiene buenos servicios y está muy posicionada como marca.

Anexo N° 3 Ejemplo del logo



Fuente: Empresa

Anexo N° 4 Lugar de trabajo



Fuente empresa

Anexo N° 5 Plotter



Fuente Empresa

Anexo N° 6 Máquina de estampado



Fuente Empresa