

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

TÓPICO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

**ANALISTA DE SISTEMAS
TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

TEMA

COMERCIALIZACIÓN Y APRENDIZAJE DEL ORIGAMI

MANUAL DE TESIS

AUTORES

SILVIA MARIELA CASTILLO ORTEGA

MARIO ALBERTO CAYETANO QUINDE

SOO YON YOO CHOI

DIRECTOR

MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA

AÑO

2009

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Dios que con su infinita misericordia nos permite seguir adelante con nuestros objetivos trazados, y por ser nuestra luz en este largo camino. A todos los que de una u otra forma me han enseñado a ser una mejor persona y especialmente a mi madre, cuya orientación y ejemplo me ha guiado por el camino correcto. Por su cariño, sacrificio y esfuerzo.

Silvia Castillo O.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a todas las personas que nos ha acompañado como son nuestros padres y hermanos que siempre han estado al tanto de nuestra carrera y nos han apoyado en todo momento.

Mario Cayetano Q.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres por su apoyo y comprensión en cada etapa de mi vida

Soo Yon Yoo

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer en primer lugar a Dios por darme la vida, porque siempre me ha guiado y me ha llenado de bendiciones, luego a todas las personas que de una u otra forma dieron su aporte en la u culminación de este proyecto, en especial al Mae. Enrique Salazar por la paciencia brindada y su apoyo incondicional en toda circunstancia,

Silvia Castillo O.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios Todopoderoso por iluminarme el camino a seguir y que siempre está conmigo en los buenos y sobre todo en los malos momentos.

Mario Cayetano Q.

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

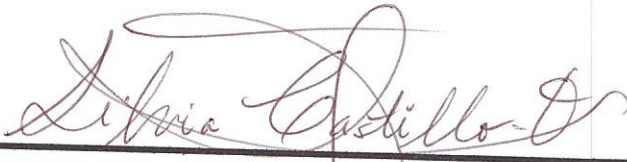
Soo Yon Yoo

DECLARACIÓN EXPRESA

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

(Reglamento de Graduación de Pregrado de la ESPOL).

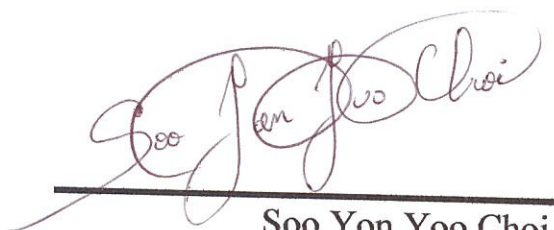
**FIRMA DE LOS AUTORES DEL TÓPICO DE
GRADUACIÓN**



Silvia Mariela Castillo Ortega



Mario Alberto Cayetano Quinde



Soo Yon Yoo Choi

**FIRMA DEL DIRECTOR DEL TÓPICO DE
GRADUACIÓN**

Enrique Salazar Meza

MAE. ENRIQUE SALAZAR MEZA

ÍNDICE GENERAL

Pág.

CAPÍTULO 1

1. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA.....	1
1.2 MISIÓN.....	1
1.3 VISIÓN.....	1
1.4 OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	2
1.5 FACTORES CLAVES DE ÉXITO.....	2

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA.....	1
2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.....	1
2.2.1 PRODUCTO O SERVICIO.....	1-2
2.2.2 ANALISIS F.O.D.A DEL ORIGAMI	2-4
2.2.3 FACTORES PARA DESTACAR DEL PRODUCTO/SERVICIO	4
2.2.4 CUIDADOS ESPECIALES CON EL PRODUCTO	5
2.2.5 CLIENTES.....	5
2.2.6 COMPETENCIA.....	5-6
2.2.7 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	6
2.2.8 RESULTADO DE ENCUESTAS.....	6-34
2.2.9 CONCLUSIONES.....	34
2.3 PLAN DE MERCADO.....	35
2.3.1 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	36
2.3.2 ESTRATEGIA Y TÁCTICA DE VENTA.....	37-39
2.3.3 PLANES DE CONTINGENCIA.....	39
2.3.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL.....	40
2.3.4.1 OBJETIVOS GENERALES.....	40-41
2.3.4.2 PLAN DE <u>PROMOCIÓN</u>	41
2.3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	41
2.3.6 POLÍTICAS DE SERVICIO.....	41

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO.....	1-3
3.2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	3-5
3.3 FACILIDADES.....	5-8

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL, Y SOCIAL

4.1 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	1
4.1.1 ORGANIZACIÓN.....	1
4.1.2 ACTIVIDADES DEL PERSONAL.....	2-3
4.2 ANÁLISIS LEGAL.....	3-4
4.3 ANÁLISIS SOCIAL.....	5

CAPÍTULO 5

5. ANÁLISIS ECONÓMICO

5.1 PRODUCCIÓN.....	1
5.2 INVERSIÓN.....	2
5.3 PRESUPUESTO.....	2
5.4 DEPRECIACIÓN.....	2
5.5 AMORTIZACIÓN.....	2

ANEXOS

A. CATEGORÍAS DE ORIGAMI.....	1-8
B. MODELO DE ENCUESTAS.....	1-4
C. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	1
D. PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN.....	1-2
E. PRODUCCIÓN ANUAL.....	1
F. INVERSIÓN ANUAL.....	1-2
G. PRESUPUESTO ANUAL.....	1-2
H. DEPRECIACIÓN ANUAL.....	1

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

CAPÍTULO 2

Figura 2-1: Categorías de Origami.....	2
Figura 2-2: Flor de Origami.....	5
Figura 2-3: Regalos.....	6
Figura 2-4: Resultados por Género.....	6
Figura 2-5: Resultados por Género (Modelo 1)	7
Figura 2-6: Resultados por edad (M)	7
Figura 2-7: Resultados por sector (M)	8
Figura 2-8: Resultados Pregunta 1 (M)	8
Figura 2-9: Resultados Pregunta 2 (M)	9
Figura 2-10: Resultados Pregunta 3 (M)	9
Figura 2-11: Resultados Pregunta 4 (M)	10
Figura 2-12: Resultados Pregunta 5 (M)	10
Figura 2-13: Resultados Pregunta 5 [Otras categorías] (M)	11
Figura 2-14: Resultados Pregunta 6 (M)	11
Figura 2-15: Resultados Pregunta 7 (M)	12
Figura 2-16: Resultados Pregunta 8 (M)	12
Figura 2-17: Resultados Pregunta 9 (M)	13
Figura 2-18: Resultados Pregunta 10 [Días] (M)	13
Figura 2-19: Resultados Pregunta 10 [Horario] (M)	14
Figura 2-20: Resultados por edad (F)	14
Figura 2-21: Resultados por sector (M)	15
Figura 2-22: Resultados Pregunta 1 (F)	15
Figura 2-23: Resultados Pregunta 2 (F)	16
Figura 2-24: Resultados Pregunta 3 (F)	16
Figura 2-25: Resultados Pregunta 4 (F)	17
Figura 2-26: Resultados Pregunta 5 (F)	17
Figura 2-27: Resultados Pregunta 6 (F)	18
Figura 2-28: Resultados Pregunta 7 (F)	18
Figura 2-29: Resultados Pregunta 8 (F)	19
Figura 2-30: Resultados Pregunta 9 (F)	19
Figura 2-31: Resultados Pregunta 10 [Días] (F)	20
Figura 2-32: Resultados Pregunta 10 [Horario] (F)	20
Figura 2-33: Resultados por Género (Modelo 2)	21
Figura 2-34: Resultados por edad (M)	21
Figura 2-35: Resultados por sector (M)	22
Figura 2-36: Resultados Pregunta 1 (M)	22
Figura 2-37: Resultados Pregunta 2 (M)	23
Figura 2-38: Resultados Pregunta 3 (M)	23
Figura 2-39: Resultados Pregunta 4 (M)	24
Figura 2-40: Resultados Pregunta 5 (M)	24
Figura 2-41: Resultados Pregunta 6 (M)	25

Figura 2-42: Resultados Pregunta 7 (M)	25
Figura 2-43: Resultados Pregunta 8 (M)	26
Figura 2-44: Resultados Pregunta 9 (M).....	26
Figura 2-45: Resultados Pregunta 10 [Días] (M).....	27
Figura 2-46: Resultados Pregunta 10 [Horario] (M)	27
Figura 2-47: Resultados por edad (F)	28
Figura 2-48: Resultados por sector (F)	28
Figura 2-49: Resultados Pregunta 1 (F)	29
Figura 2-50: Resultados Pregunta 2 (F)	29
Figura 2-51: Resultados Pregunta 3 (F)	30
Figura 2-52: Resultados Pregunta 4 (F)	30
Figura 2-53: Resultados Pregunta 5 (F)	31
Figura 2-54: Resultados Pregunta 6 (F)	31
Figura 2-55: Resultados Pregunta 7 (F)	32
Figura 2-56: Resultados Pregunta 8 (F)	32
Figura 2-57: Resultados Pregunta 9 (F)	33
Figura 2-58: Resultados Pregunta 10 [Días] (F)	33
Figura 2-59: Resultados Pregunta 10 [Horario] (F)	34
Figura 2-60: Conclusiones.....	34
Figura 2-61: Decoración de Habitaciones con Origami.....	37
Figura 2-62: Aves de Origami.....	38
Figura 2-63: Sobres de Origami.....	38
Figura 2-64: Grullas de Origami.....	39
Figura 2-65: Flores de Origami.....	39
Figura 2-66: Estrategia Promocional Origami.....	39
Figura 2-67: Exhibición Origami.....	41

CAPÍTULO 3

Figura 3-1: Formato de Origami.....	3
Figura 3-2: Categorías de Origami.....	4
Figura 3-3: Guillotina.....	8

CAPÍTULO 4

Figura 4-1: Organigrama de MASOOSI Cía. Ltda.	1
Figura 4-2: Origami mejora motricidad de las manos.....	5
Figura 4-3: Papiroflexia (Origami) ayuda psíquicamente a los niños.....	5

ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

CAPÍTULO 2

Tabla 2-1: Características del Origami.....	2
Tabla 2-2: Descripción de precios.....	35
Tabla 2-3: Descripción del Plan de Promoción.....	40

CAPÍTULO 3

Tabla 3-1: Características de la Guillotina.....	7
--	---

CAPÍTULO 5

Tabla 5-1: Parámetros.....	1
Tabla 5-2: Planificación de la Producción.....	1
Tabla 5-3: Amortización.....	2

ABREVIATURAS

EM1 Encuesta Modelo 1

EM2 Encuesta Modelo 2

RUC Registro Único del Contribuyente

IVA Impuesto al Valor Agregado

INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

SRI Servicio de Rentas Internas

M Masculino

F Femenino

RESUMEN EJECUTIVO

MASOOSI Cía. Ltda. es una empresa que será implementada en la ciudad de Guayaquil, y se encargará de elaborar y comercializar figuras de Origami. El Origami es una técnica de origen oriental que permite crear figuras y objetos a partir de una hoja de papel. Las cosas hechas a mano tienen valor afectivo que nunca lo podrán alcanzar los objetos que salen de una fábrica, por esta razón consideramos de trascendental importancia que se cuente con este nuevo aporte artesanal.

Al adquirir nuestro producto los clientes gozarán de precios más económicos que los artículos para obsequios tradicionales tales como: chocolates, rosas, peluches, etc. Un obsequio de origami es muy especial. Es un inesperado detalle romántico modelado en un papel sin palabras.

En base a todos los beneficios que el Origami nos ofrece, y debido a que en nuestro país este arte más bien es visto como un pasatiempo sin importancia que pocas o ninguna persona practica, decidimos implementar también el dictado de cursos para los que estén interesados en aprender la técnica del plegado de papel, que además de ser amena, estimula la imaginación, activa la concentración, y enriquece el progreso de habilidades motoras.

También podemos afirmar en base al análisis realizado, que las personas no conocen de lugares que comercialicen el Origami, ni centros de enseñanzas de esta técnica, por lo cual consideramos conveniente implementar el Origami en el mercado ecuatoriano, ya que no solo es una técnica fácil de realizar, sino que al ser una técnica que sólo trabaja con papel, cualquier persona de distinta clase social, puede desarrollar o comprar una figura de Origami.

Este tema es de gran interés y utilidad para nuestro país, ya que nos dará la posibilidad de integrar a la gente, y de culturizarla en costumbres y disciplinas de otros países. Por otro lado, también hay que mencionar que poco o nada se ha hecho para impulsar el crecimiento cognitivo, creativo y motriz de las personas, por lo cual sabemos que el desarrollar esta técnica, dará solución a algunos problemas de desempeño y concentración que tiene gran parte de la población.

Dada las características de lo que ofrecemos, sus beneficios, y su exclusividad, nuestro producto pretende ser el más completo, amplio y económico en el mercado artesanal de nuestro país. Estamos convencidos de que la utilidad de este proyecto es múltiple, ya que no solo le permitirá a las personas adquirir productos de calidad sin incurrir en mucho

gasto económico, sino que sobre todo los culturizará en una nueva disciplina o aprendizaje que vale la pena conocer.

Los gestores de la empresa son: Silvia Castillo Ortega, Soo Yon Yoo y Mario Cayetano Quinde.

La línea de producción del local tiene una capacidad máxima de 4 Origamis por hora, lo que nos da una producción máxima de 32 Origamis diarios. Inicialmente se trabajará con cinco artesanos, 8 horas diarias, 5 días a la semana lo que nos permite tener una capacidad máxima de producción de 38.400 Origamis al año, la cual se aumentará a 57.600 con seis artesanos al tercer año, a 110.592 con ocho artesanos al cuarto año y a 161.280 con diez artesanos al quinto año.

El local de MASOOSI se establecerá en la Avenida 9 de Octubre 807 y García Avilés, al centro de la ciudad de Guayaquil, una ubicación estratégica tanto para recibir la materia prima como para la distribución de nuestros productos a las Islas ubicadas en Mall del Sol y San Marino.

MASOOSI requiere una inversión total de \$ 28,620.00, de los cuales contamos con un aporte de \$9,540.00 de parte de cada uno de los inversionistas propios.



CAPÍTULO 1

DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 1

1. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA

MASOOSI Cía. Ltda. estará dedicada a satisfacer las crecientes necesidades del sector artesanal de nuestro país. Nuestra Empresa se especializará en la elaboración de un producto innovador en Ecuador, denominado Origami.

El Origami es el arte de origen japonés de plegado de papel, del cual se obtienen figuras de formas variadas. En español también se conoce como 'papiroflexia'. Dado que el Origami no solo es un arte sino una práctica, también ofreceremos cursos para todos los que quieran aprender, perfeccionarse y conocer aplicaciones del Origami.

Inicialmente empezaremos en el centro de la ciudad de Guayaquil en un local ubicado en 9 de Octubre 807 y García Avilés. La materia prima utilizada en la elaboración de nuestro producto es estrictamente artesanal, y no produce contaminación alguna.

La Empresa producirá inicialmente categorías de:

- aviones
- barcos
- flores
- animales y
- adornos de navidad (**Ver ANEXO A**)

Nuestros clientes serán en su mayoría los niños y jóvenes, sin dejar a un lado a los adultos que se verían motivados a comprar nuestro producto/servicio por lo creativo e inusual. Somos una Empresa que garantizará un trabajo profesional y pulcro a todo cliente que requiera de nuestro producto/servicio.

1.2 MISIÓN

Satisfacer con excelencia las necesidades de nuestros clientes. Creemos que nuestro éxito dependerá del compromiso de nuestra organización en proporcionarles valor y calidad, así como brindarles productos y servicios de excelencia a través del trabajo aplicado, la innovación y la creatividad.

1.3 VISIÓN

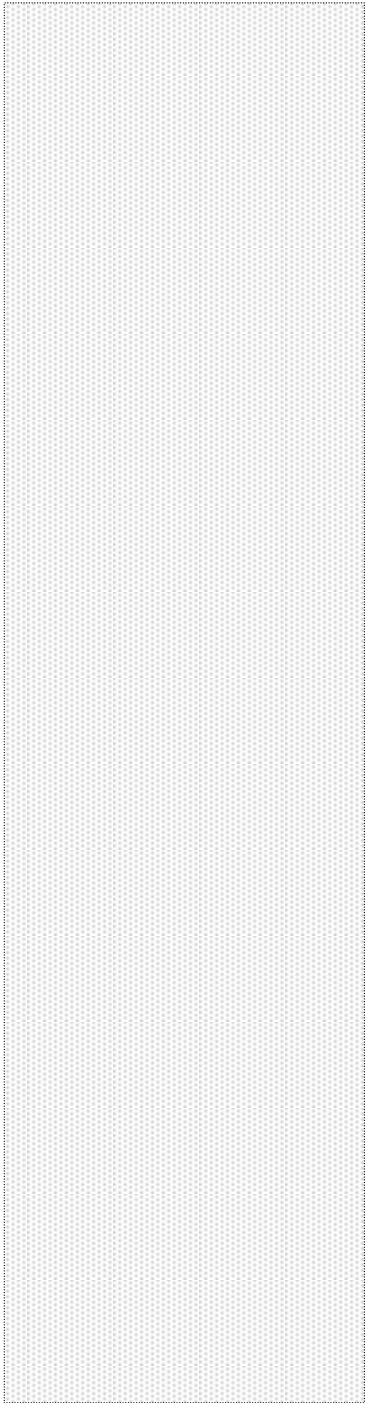
Crear una empresa que exceda las expectativas de nuestros clientes, de alta rentabilidad y enorme prestigio en la producción y comercialización del Origami, en donde sus empleados se sientan a gusto, orgullosos y donde puedan realizar sus metas personales acordes y compatibles con los objetivos de la empresa.

1.4 OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

1. Ser una empresa líder en la producción y comercialización del Origami.
2. Capacitarnos permanentemente para dar un servicio de calidad, acorde a los avances del sector artesanal y de acuerdo al entorno de desarrollo económico.
3. Incursionar en nuevos mercados en otras ciudades del país.

1.5 FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- ✓ Tenemos el conocimiento técnico del producto y servicio que vamos a ofrecer y comercializar.
- ✓ Tenemos la capacidad para ejecutar la planificación que estamos presentando.
- ✓ Estamos capacitados para dar un servicio de calidad.
- ✓ Tenemos muchas ganas de triunfar con esta empresa y sacarla adelante.



CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE MERCADO

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DE MERCADO

El Análisis de Mercado tiene como objetivo determinar con un buen nivel de confianza los siguientes aspectos:

- ✓ La existencia real de clientes con pedidos para los productos o servicios que van a producirse.
- ✓ La disposición de ellos a pagar el precio establecido.
- ✓ La determinación de la cantidad demandada en términos de poder elaborar una proyección de ventas.
- ✓ La aceptación de las formas de pago.
- ✓ La validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos.
- ✓ La identificación de los canales de distribución a usar.
- ✓ La identificación de las ventajas y desventajas competitivas, etc.

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

Actualmente en Ecuador, estamos atravesando una crisis económica, debido a esto cada vez que las personas quieren obsequiar algo, el problema es cómo pagarlo, si en estos momentos los precios han subido a márgenes impresionantes.

La mayoría de los ecuatorianos valoramos la cultura nacional, además nos integramos con facilidad en costumbres y formas de vivir de otros países, por lo cual queremos conocer acerca de las diferentes disciplinas que existen, sobre todo del continente asiático por ser muy destacada y conocida a nivel mundial.

Queremos aprovechar la oportunidad de dar a conocer nuestro producto/servicio, ya que en estos momentos en la ciudad Guayaquil no existen empresas que produzcan y comercialicen el Origami, por lo que sería muy innovador integrar esta tradición en el mercado ecuatoriano cuyo sector artesanal se encuentra en pleno crecimiento. Apuntaremos nuestro mercado inicialmente a niños y adolescentes de nuestra ciudad.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

Aquí detallaremos las características del producto/servicio, identificación de clientes, determinaremos fortalezas y debilidades de los competidores y el tamaño del mercado.

2.2.1 PRODUCTO O SERVICIO

Nuestro producto consiste en la elaboración del Origami. El Origami está formado por la palabra japonesa *ori* que significa plegado, y *gami* que significa papel, por lo tanto es una técnica de plegado que permite crear figuras y objetos a partir de una hoja de papel.

Usamos el vocablo japonés porque fue en Japón donde se desarrolló el Origami que actualmente conocemos. Antiguamente las piezas de plegado no tenían este nombre y se usaban cortes en el papel para completar la figura. En el Origami moderno se ha llegado a una síntesis técnica en la que se prefiere no hacer ningún corte en el papel ni pegar ni decorar los diseños. Además se usa una sola hoja de papel para cada modelo, por lo general de formato cuadrado, aunque existen diseños de Origami que parten de diferentes polígonos, incluso de círculos. Adicionalmente daremos cursos de capacitación para las personas que quieran aprender la técnica del plegado del papel. A continuación se detallan características principales del Origami:

Nombre:	Origami – Papiroflexia
Descripción:	Es el Arte del plegado de papel.
Origen:	Japonés
Materiales utilizados:	Papel
Aplicación:	Artística, recurso educativo, técnica matemática, científica y en la salud.
Elementos Especiales:	Papel afiche, aluminio, papel de regalo, misionero o Kraft, cartulinas, metalizado, vegetal o transparente, brillante, etc.
Formas:	Animales, flores, cuerpos geométricos y objetos útiles, etc.
Presentación:	Cajas de bombones, sobres, etc.
Observación	No se permite el uso de pegamento, pinzas, tijeras, bisturís, etc.

Tabla 2-1: Características del Origami



Figura 2-1: Categorías de Origami

2.2.2 ANALISIS F.O.D.A DEL ORIGAMI

Fortalezas

- Conocimiento técnico del producto
- Producto económico
- El producto tiene baja incidencia en contra del medio ambiente

- Producto/servicio innovador
- Producto de alta calidad
- Ubicación del negocio

Formas de aprovechar las fortalezas

Conocimiento técnico del producto

Personalizar nuestro producto, añadiendo detalles más interesantes, como por ejemplo:

- ✓ Diseños de Origami de flores con bombones, caramelos, o dulces, etc., sería un obsequio novedoso para la persona que lo recibe.
- ✓ Diseños de Origami navideños como complemento a los adornos tradicionales de noche buena, como: campanas, ángeles, estrellas, flores de navidad, etc.

Producto económico

- ✓ Trataremos de no elevar los precios de nuestro producto.

El producto tiene baja incidencia en contra del medio ambiente

- ✓ Crearemos conciencia en nuestros clientes de que nuestro producto no perjudica al medio ambiente, ya que al tener como material solo el papel, no genera residuos contaminantes.

Producto/servicio innovador

- ✓ Nos caracterizaremos por ofrecer siempre productos nuevos y novedosos de alta calidad a un precio incomparable.

Oportunidades

- Cubrir el gran mercado que existe en la ciudad de Guayaquil
- Materia prima de fácil adquisición
- Ampliar la línea de productos de la compañía para satisfacer una gama más amplia de necesidades del cliente
- Capacidad para crecer rápidamente debido a considerables incrementos en la demanda del mercado
- Canales de distribución a nivel local

Debilidades

- No es muy conocido en el mercado
- Falta de personal para los cursos de aprendizaje del Origami
- Falta de experiencia en el dictado de los cursos de capacitación

Solución a sus debilidades

No es muy conocido en el mercado

- ✓ Utilizaremos los medios de comunicación para informar a los clientes sobre nuestro producto/servicio
- ✓ Realizaremos una página web informativa para que las personas que tengan acceso a internet conozcan nuestro producto
- ✓ Repartiremos volantes en centros comerciales y planteles educativos
- ✓ Atraeremos al consumidor haciendo demostraciones del producto, además de entregar muestras gratis para que el cliente conozca el Origami

Falta de personal para los cursos de aprendizaje del Origami

- ✓ Contrataremos más personal cuando sea necesario para llenar las expectativas de nuestros clientes. Cualquier persona que contratemos será calificada, entusiasta y amará el aprendizaje

La falta de experiencia en el dictado de los cursos de capacitación

- ✓ Nos capacitaremos permanentemente para dar un servicio de calidad

Amenazas

- En la ciudad de Quito se comercializa el Origami
- El competidor podría incursionar en el mercado con un nuevo producto sustituto o innovador
- El incremento de la competencia y saturación del mercado
- Escasez de mano de obra especializada
- Demoras en el crecimiento del mercado

2.2.3 FACTORES PARA DESTACAR DEL PRODUCTO/SERVICIO

- Se ha comprobado que la papiroflexia ayuda a los problemas psíquicos y psicológicos, ya que la persona al estar concentrada realizando una actividad manual se aleja de sus obsesiones y temores. En algunas universidades de otros países se realizan estudios vinculados con estudiantes que presentan déficit atencional y que son fuertemente estimulados mediante el mecanismo de doblar papel.
- No se incurre mucho gasto para realizar el Origami, solo se utiliza la creatividad e imaginación.
- No necesitamos de muchos recursos económicos para poder divertirnos.
- Con la técnica Origami se pueden emplear diversos trabajos artesanales, que se destacan por su simplicidad y belleza.

2.2.4 CUIDADOS ESPECIALES CON EL PRODUCTO

- Evitar el contacto con el agua
- Ubicarlo en lugar seguro
- Evitar el contacto con el polvo
- No maltratar ni estropear



Figura 2-2: Flor de Origami

2.2.5 CLIENTES

Los clientes potenciales de MASOOSI Cía. Ltda. serán los niños, estudiantes de secundaria y universitarios, que corresponden a estratos de distintas clases sociales, quienes con respecto a la investigación de mercado realizada están interesados en nuestro producto/servicio.

2.2.6 COMPETENCIA

En el sector que nuestra Empresa va a incursionar, que es la ciudad de Guayaquil no hay competencia, seremos los primeros y los únicos en dar este servicio. La calidad, la variedad, el servicio y la profesionalidad se combinarán en MASOOSI Cía. Ltda. en beneficio de nuestros clientes.

Nuestra competencia indirecta se encuentra en los lugares donde se vende productos para obsequios, como:

- ✓ chocolates
- ✓ dulces
- ✓ peluches
- ✓ tarjetas, etc.



Figura 2-3: Regalos

2.2.7 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Como respaldo a nuestra investigación de mercado, se aplicó dos modelos de encuestas, a un grupo de personas entre los 7 a 35 años. (Ver ANEXO B)

2.2.8 RESULTADO DE ENCUESTAS

En base a las encuestas realizadas, que conocen y no conocen de Origami, logramos entrevistar a 271 hombres, y 129 mujeres.

Por condición de Género

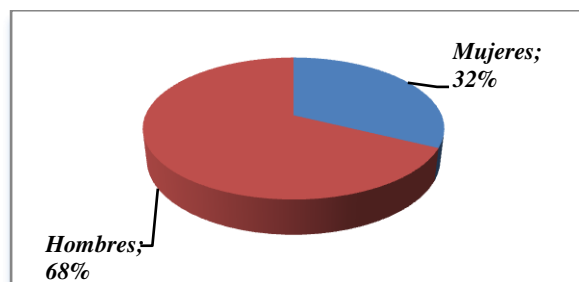


Figura 2-4: Resultados por Género

Tenemos dos modelos de encuestas:

Modelo uno: Determina las personas que si conocen el Origami [EM1]

Modelo dos: Determina las personas que no conocen la técnica del Origami [EM2]

ENCUESTA MODELO UNO

Por Género

Analizando este modelo de encuesta determinamos que 93 hombres y 55 mujeres tienen conocimiento de esta técnica.

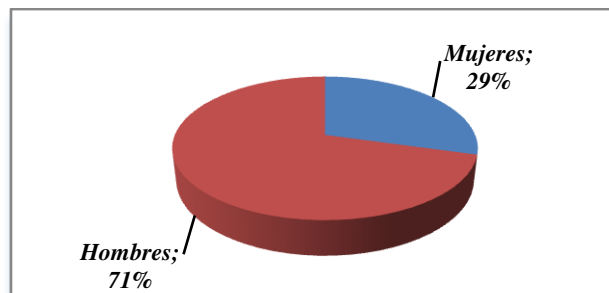


Figura 2-5: Resultados por Género (Modelo 1)

Género Masculino (93)

Por edad

Determinamos en base a las encuestas que 36 hombres que tienen entre 19-25 años tienen conocimientos de lo que es el Origami, mientras que 32 hombres de 26- a 35 años saben sobre esta técnica, también encontramos que 25 niños entre 7-14 años conocen sobre el Origami.

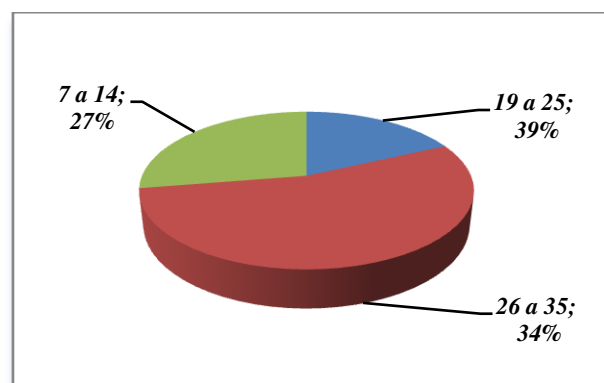


Figura 2-6: Resultados por edad (M)

Por sector

Según las encuestas hemos determinado que 48 de los hombres entrevistados se encuentran en el norte, 35 viven en el Centro, y 10 hombres se encuentran en el Sur. Esto es favorable para nuestro negocio ya que nuestro local y nuestros puntos de venta estarán ubicados en el sector norte y centro de la ciudad.

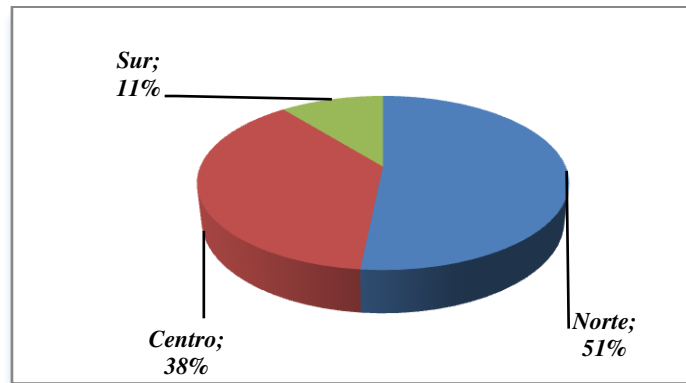


Figura 2-7: Resultados por sector (M)

Preguntas de la Encuesta

1) Qué ha escuchado acerca de la técnica del Origami?

Entre los hombres encuestados, 50 dijeron que el Origami es el arte de doblar papel, 25 de ellos opinaron que son muñecos de papel, 10 de los hombres lo denominaron técnica oriental, y 8 de ellos aseguraron haber escuchado que el Origami es una técnica de relajación.

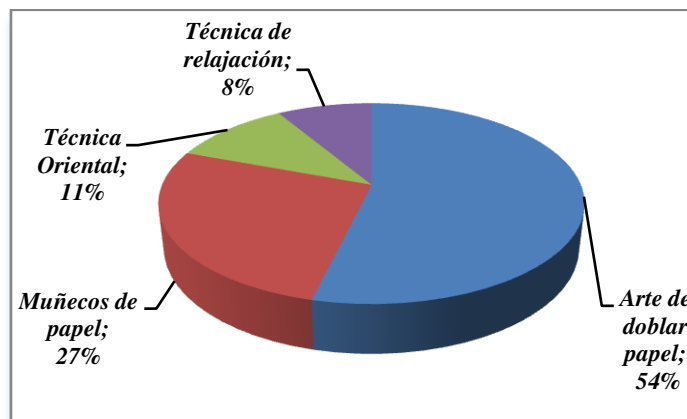


Figura 2-8: Resultados Pregunta 1 (M)

2) ¿Usted conoce o tiene referencias de un lugar en donde pueda adquirir el Origami?

Según las encuestas realizadas, los 93 hombres aseguraron no conocer referencia alguna sobre un local a donde puedan adquirir el Origami. Esto es beneficioso para nuestro negocio, ya que no hay un negocio similar y nos garantiza éxito por ser los primeros en incursionar en esta tendencia.

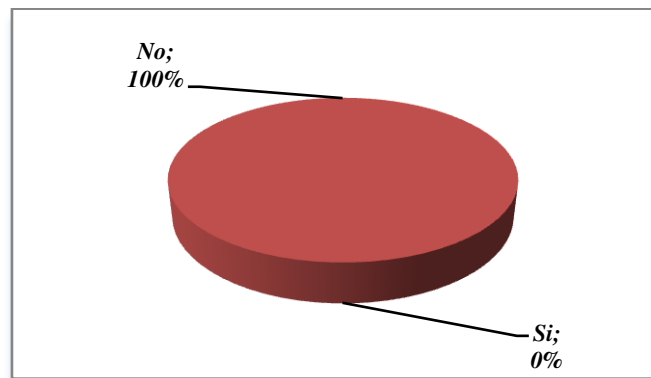


Figura 2-9: Resultados Pregunta 2 (M)

3) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

- Ramo de flores
- Peluches
- Chocolates
- Otros especifique:

Entre los varones encuestados determinamos que 65 prefieren obsequiar peluches, 15 hombres prefieren obsequiar ramos de flores, y 3 de ellos tienen preferencia por los chocolates.

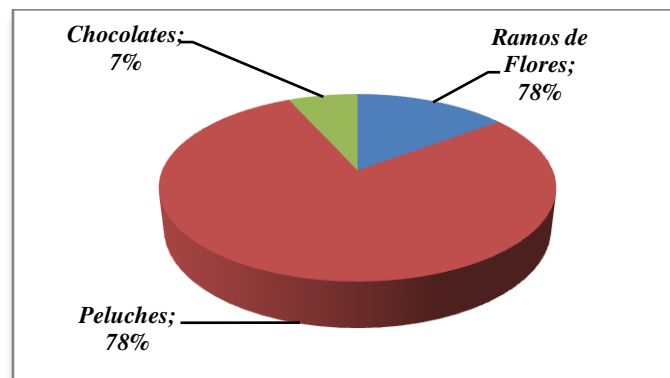


Figura 2-10: Resultados Pregunta 3 (M)

4) Usted conoce el Origami, ¿Qué le parece este producto?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

De los hombres encuestados, todos opinaron que el Origami les parece un producto muy bueno. Esto es favorable para nosotros porque tendremos una gran aceptación de nuestro producto.

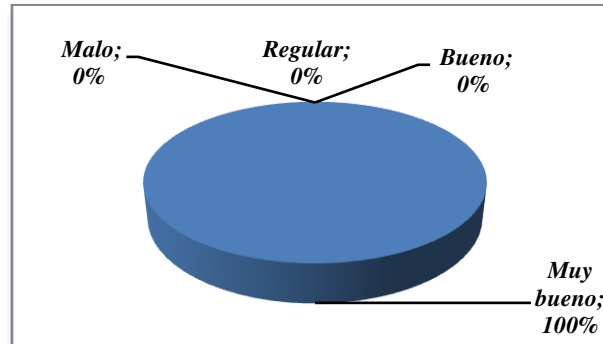


Figura 2-11: Resultados Pregunta 4 (M)

5) ¿Qué tipo de Origami le llama más la atención?

- Aviones
- Barcos
- Flores
- Animales
- Navidad
- Otros especifique:

Hemos determinado que 45 de los hombres encuestados prefieren diseños de Origami de animales, a 4 les gustan más los aviones, otro grupo de 25 hombres prefieren las flores de Origami, 1 de ellos estaba inclinado por los diseños de aviones y 10 prefirieron los adornos navideños. Esto nos da la pauta para saber que nuestro negocio deberá enfocarse en producir en mayor cantidad las categorías de animales y flores en Origami, así como también los adornos de navidad, por ser estas categorías las que más llaman la atención a nuestros futuros clientes.

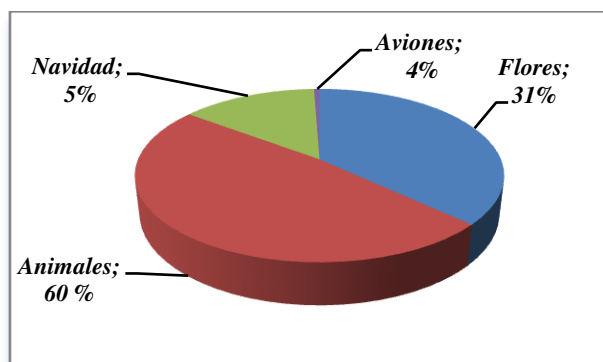


Figura 2-12: Resultados Pregunta 5 (M)

Otros opinaron que les gustaría Origami de las siguientes categorías:

- Corazones: 4
- Carros: 3
- Escenarios: 2
- Halloween: 5
- Ropa: 1

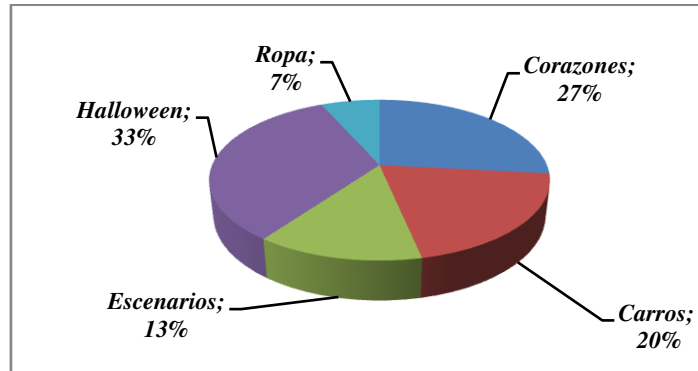


Figura 2-13: Resultados Pregunta 5 [Otras categorías] (M)

6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un Origami?

- \$1-\$10
- \$11-\$20
- \$21-\$30

En base a la encuesta realizada, 70 de los hombres prefieren un precio económico de \$1 a \$10 por adquirir un Origami; mientras que 20 opinaron estar dispuestos a pagar entre \$11 - \$20 por un Origami, y 3 de ellos pagarían un precio de \$21 - \$30. Esto es algo positivo para nuestro negocio, ya que nuestros precios se encuentran en el rango que los clientes estarían dispuestos a pagar.

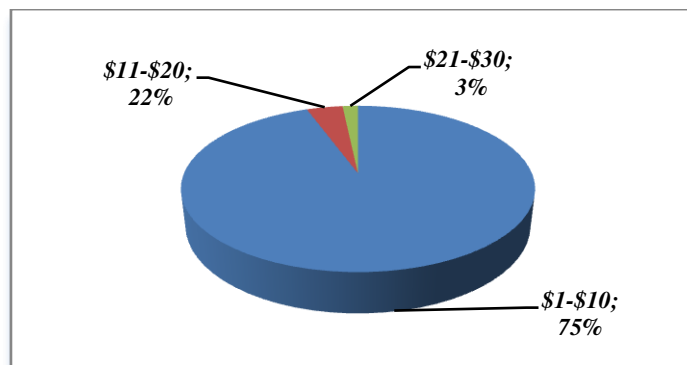


Figura 2-14: Resultados Pregunta 6 (M)

7) ¿Por qué motivo usted obsequiaría un Origami?

- Amistad
- Amor
- Entretenimiento

Determinamos que 68 de los hombres encuestados dijeron verse motivados a obsequiar un Origami por entretenimiento, mientras que 17 de ellos lo harían por amistad y 8 lo obsequiarían por amor.

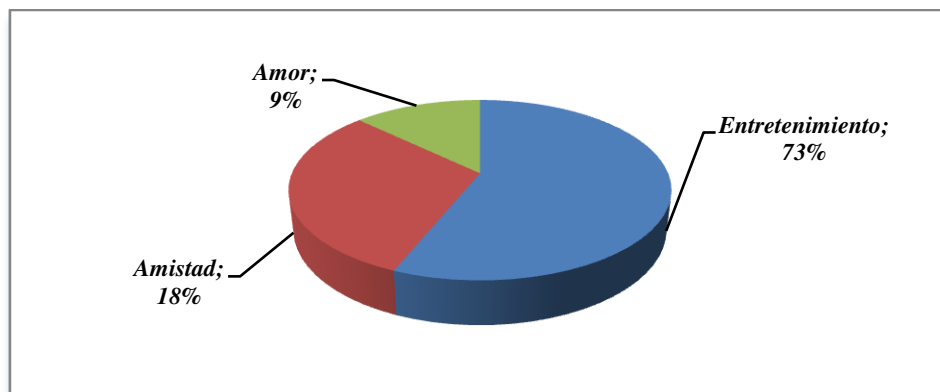


Figura 2-15: Resultados Pregunta 7 (M)

8) ¿Se sentiría usted motivado en aprender a realizar Origami o solo a comprar el producto?

Hemos determinado en base a las encuestas realizadas que 85 de los hombres encuestados desean adquirir y aprender el Origami, y 8 de ellos sólo desea aprender esta técnica. Estos resultados son positivos para nuestro negocio, ya que tendremos una buena aceptación no sólo para comercializar nuestro producto, sino también nuestro servicio de aprendizaje de esta técnica.

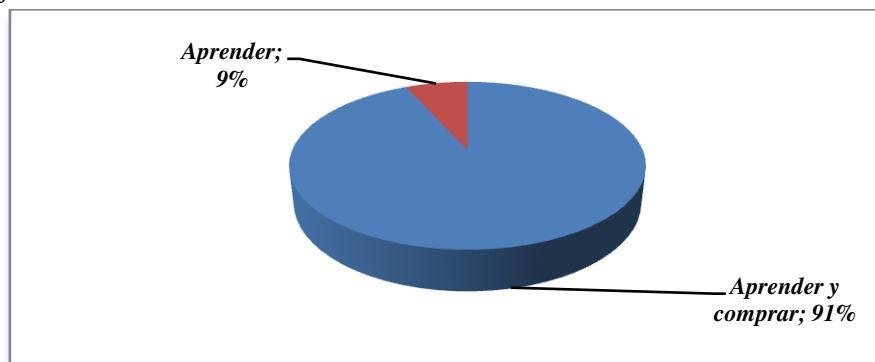


Figura 2-16: Resultados Pregunta 8 (M)

9) Si usted se decidiera aprender la técnica del doblado de papel, ¿Por qué medio lo haría?

En su gran mayoría, 89 de los hombres encuestados desean aprender la técnica del Origami por medio de un instructor, y 4 de ellos prefieren adquirir video tutoriales para aprender esta técnica.

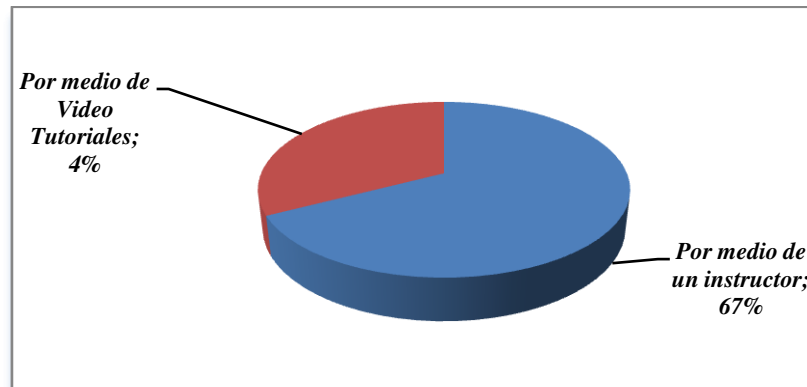


Figura 2-17: Resultados Pregunta 9 (M)

10) En qué horario podría recibir clases de Origami?

- Lunes a Viernes
- Fines de Semana
- En la tarde
- En la noche
- En el día

En base al análisis realizado determinamos que 90 de los hombres encuestados podrían capacitarse en nuestros cursos los fines de semana y otro grupo de 3 hombres pueden capacitarse de lunes a viernes.

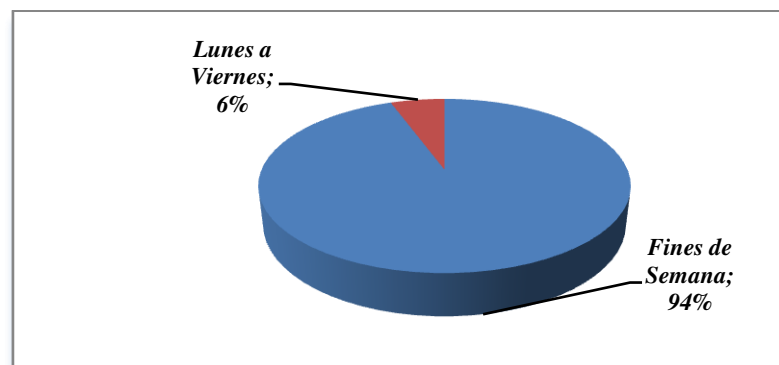


Figura 2-18: Resultados Pregunta 10 [Días](M)

En su gran mayoría, 85 de los hombres encuestados podrían capacitarse en la tarde, 2 podrían capacitarse durante el día, y 6 de ellos podrían en la noche.

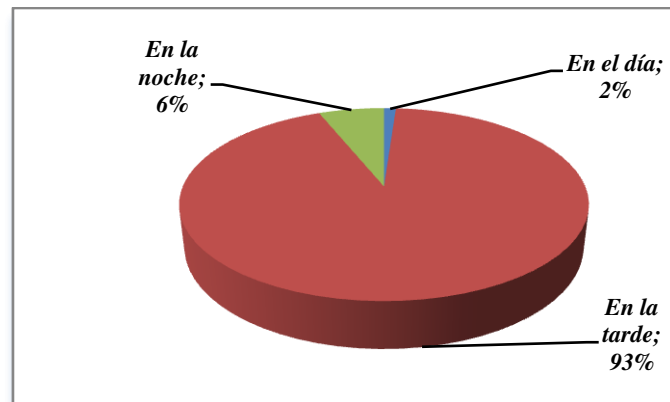


Figura 2-19: Resultados Pregunta 10 [Horario](M)

Género Femenino (55)

Por edad

Determinamos en base a las encuestas realizadas que 20 mujeres que tienen entre 19 a 25 años tienen conocimientos de lo que es el Origami, mientras que 8 de las mujeres entre 15-18 años saben sobre esta técnica, 10 mujeres de 26 a 35 años conocen el Origami, y 17 niñas entre 7 a 14 años conocen sobre el Origami.

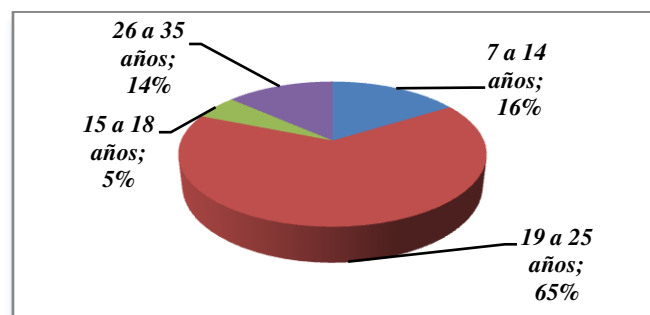


Figura 2-20: Resultados por edad (F)

Por sector

Según las encuestas hemos determinado que en su mayoría 29 de las mujeres entrevistadas se encuentran en el norte, luego encontramos que 21 de ellas viven en el Centro, y por último 5 mujeres se encuentran en el sector del Sur. Esto es positivo para nuestro negocio ya que nuestro local y nuestros puntos de venta estarán ubicados en el sector norte y centro de la ciudad.

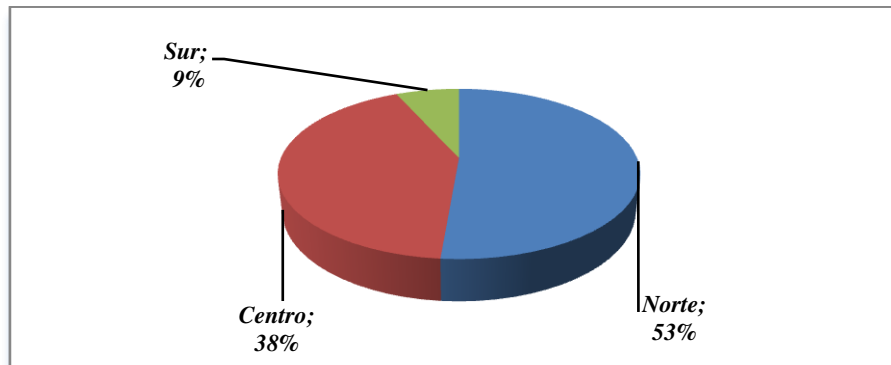


Figura 2-21: Resultados por sector (M)

Preguntas de la Encuesta

1) Qué ha escuchado acerca de la técnica del Origami?

En la encuesta realizada, 32 de las mujeres dijeron que el Origami son figuras de papel, 18 de ellas opinaron que son un modo de entretenimiento, y 5 de ellas lo denominaron técnica oriental.

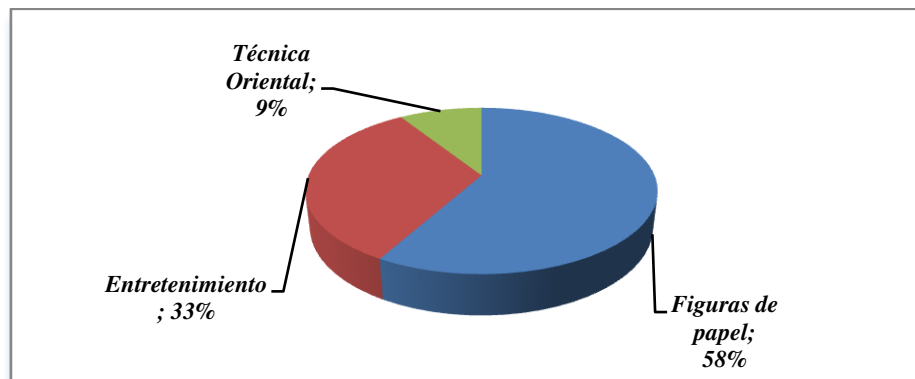


Figura 2-22: Resultados Pregunta 1 (F)

2) ¿Usted conoce o tiene referencias de un lugar en donde pueda adquirir el Origami?

Según las encuestas realizadas, todas las mujeres aseguraron no tener referencia alguna sobre un local en donde puedan adquirir el Origami. Esto es propicio para nuestro negocio, ya que no hay un sitio similar en donde se pueda adquirir el Origami, y le garantiza éxito al negocio.

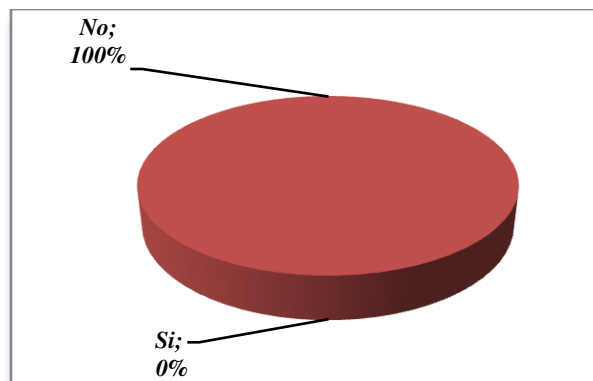


Figura 2-23: Resultados Pregunta 2 (F)

3) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

- Ramos de flores
- Peluches
- Chocolates
- Otros especifique

Entre las mujeres encuestadas determinamos que 50 de las mujeres prefieren obsequiar peluches, y 5 de ellas tienen preferencia por los ramos de flores.

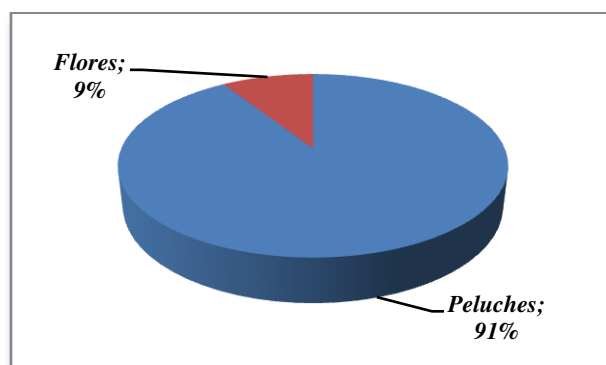


Figura 2-24: Resultados Pregunta 3 (F)

4) Usted conoce el Origami, ¿Qué le parece este producto?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

En base a las mujeres encuestadas, todas las mujeres opinaron que el Origami les parece un producto muy bueno. Esto es favorable para nosotros porque tendremos una ventaja para nuestro negocio al incursionar en un producto que tiene gran aceptación por nuestro mercado objetivo.

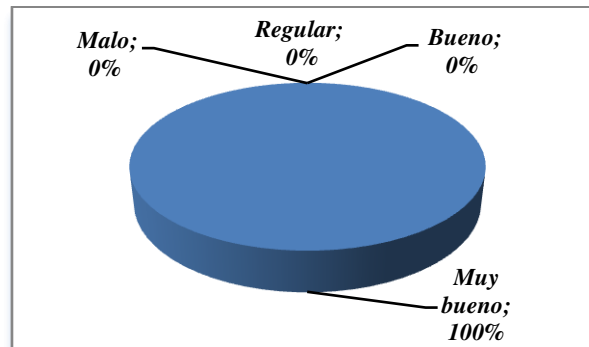


Figura 2-25: Resultados Pregunta 4 (F)

5) ¿Qué tipo de Origami le llama más la atención?

- Aviones
- Barcos
- Flores
- Animales
- Navidad
- Otros especifique

Hemos determinado que 25 de las mujeres encuestadas prefieren diseños de Origami de animales, 22 de ellas les gustaron más las flores, 5 mujeres optarían por los adornos de navidad, 2 de ellas prefieren los aviones, mientras que sólo 1 de ellas prefiere los barcos de Origami. Esto nos da un planteamiento de que nuestra producción deberá enfocarse más en las categorías de: flores y animales en Origami, así como también en los adornos de navidad, por ser estas las que más llaman la atención a las mujeres.

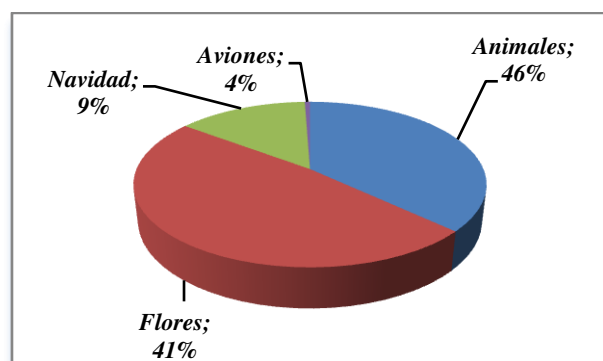


Figura 2-26: Resultados Pregunta 5 (F)

6) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un Origami?

- \$1-\$10
- \$11-\$20
- \$21-\$30

En su mayoría, 50 de las mujeres encuestadas prefieren un precio económico de \$1-\$10; mientras que 4 opinaron estar dispuestas a pagar entre \$11-\$20 por un Origami, y sólo una pagaría de \$21 a \$30 por un Origami. Esto es algo válido para nuestro negocio, ya que nuestros precios se encuentran en el rango de \$1 a \$10.

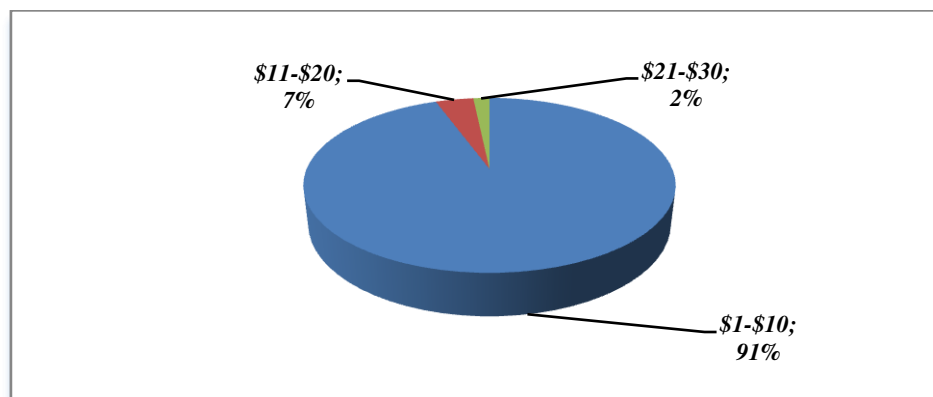


Figura 2-27: Resultados Pregunta 6 (F)

7) ¿Por qué motivo usted obsequiaría un Origami?

- Amistad
- Amor
- Entretenimiento

En su mayoría, 47 de las mujeres encuestadas dijeron verse motivadas a obsequiar un Origami por amor, mientras que 6 de ellas lo regalarían por amistad, y 2 lo obsequiarían por entretenimiento.

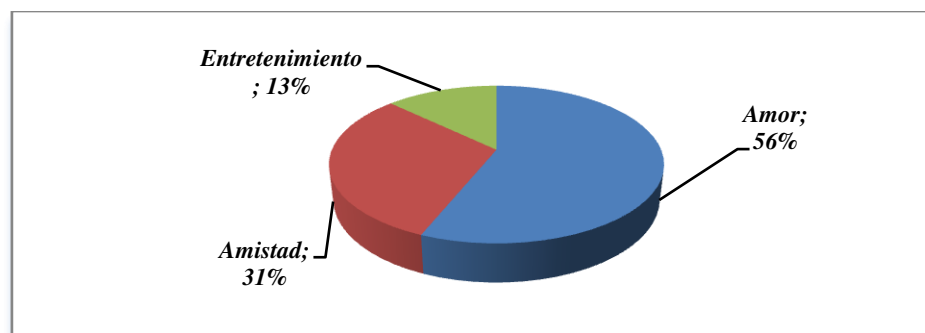


Figura 2-28: Resultados Pregunta 7 (F)

8) ¿Se sentiría usted motivado en aprender a realizar Origami o solo a comprar el producto?

Hemos determinado en base a las encuestas realizadas que 48 de las mujeres encuestadas desean aprender la técnica del Origami y también adquirirlo, 7 de ellas sólo desean aprender de esta técnica. Esta información es conveniente para nuestro negocio ya que tenemos gran aceptación en nuestro producto/servicio.

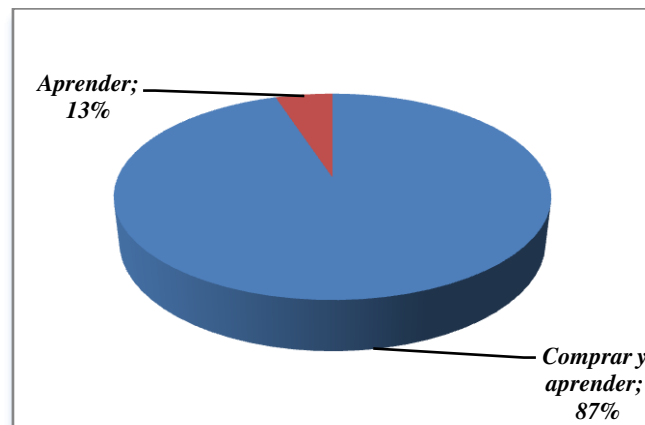


Figura 2-29: Resultados Pregunta 8 (F)

9) Si usted se decidiera aprender la técnica del doblado de papel, ¿Por qué medio lo haría?

En su mayoría 52 de las mujeres encuestadas desean aprender la técnica del Origami por medio de un instructor, mientras que 3 de ellas prefieren adquirir video tutoriales para aprender la técnica del Origami.

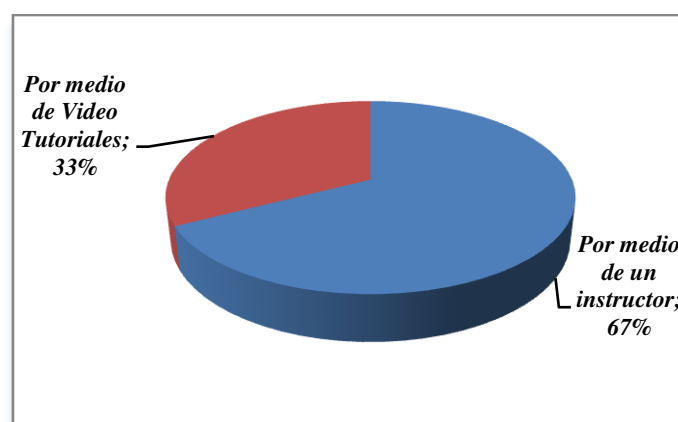


Figura 2-30: Resultados Pregunta 9 (F)

10) ¿En qué horario podría recibir clases de Origami?

- Lunes a Viernes
- Fines de Semana

- En la tarde
- En la noche
- En el día

En base al análisis realizado determinamos que 49 de las mujeres encuestadas podrían capacitarse en nuestros cursos los fines de semana, otro grupo reducido de 6 podrían capacitarse de lunes a viernes.

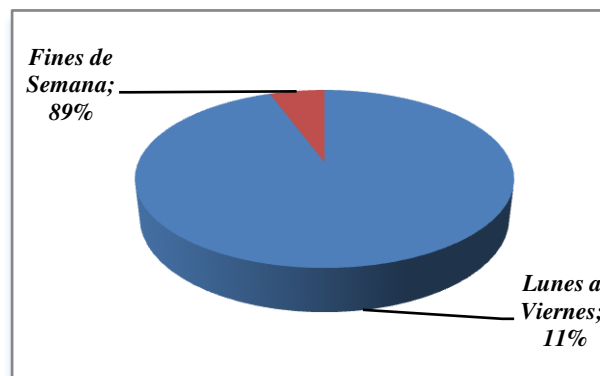


Figura 2-31: Resultados Pregunta 10 [Días] (F)

En su gran mayoría 47 de las mujeres encuestadas podrían capacitarse en la tarde, 2 de ellas podrían capacitarse durante el día, y 6 lo harían en la noche. A través de los resultados obtenidos podemos determinar que nuestros cursos deberían abrirse los fines de semana, en horarios de la tarde.

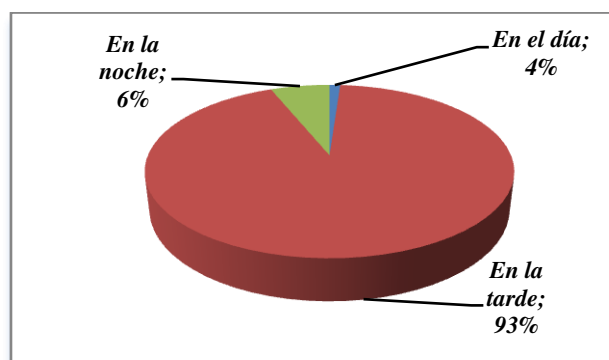


Figura 2-32: Resultados Pregunta 10 [Horario] (F)

ENCUESTA MODELO DOS

Por Género

Analizando este modelo de encuesta, determinamos que 178 hombres y 74 mujeres no conocen sobre la técnica del Origami.

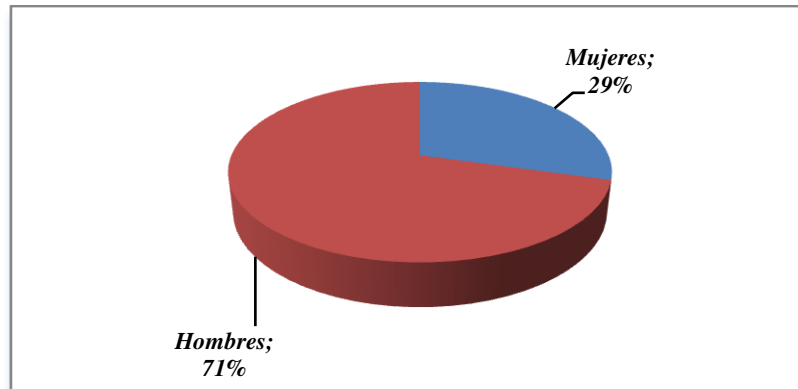


Figura 2-33: Resultados por Género (Modelo 2)

Género Masculino (178)

Por edad

Determinamos en base a las encuestas, que 75 de los hombres encuestados que tiene entre 19 a 25 años no tienen conocimiento de lo que es el Origami, mientras que 40 de los niños 7 a 14 años no saben sobre esta técnica, en un número más reducido encontramos que 38 de los adultos entre 26-35 años no conocen sobre el Origami, mientras que 25 adolescentes entre los 15-18 años no saben lo que es el Origami.

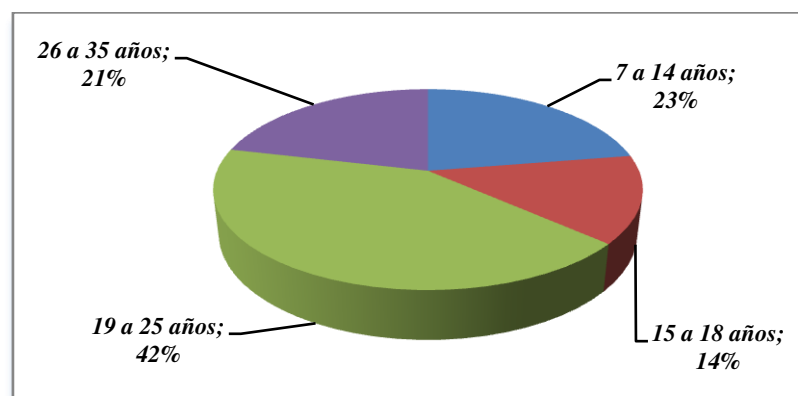


Figura 2-34: Resultados por edad (M)

Por sector

Según las encuestas hemos determinado que 100 de los hombres encuestados se encuentran en el norte, luego tenemos 72 que viven en el Centro, y 6 hombres que se encuentran en el Sur. Este dato es alentador para nosotros ya que nuestro local principal y nuestros puntos de venta se encuentran ubicados en lugares estratégicos para el éxito de nuestro negocio.

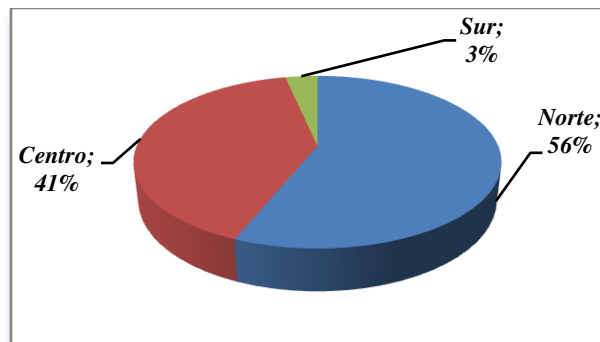


Figura 2-35: Resultados por sector (M)

Preguntas de la Encuesta

1) Después de conocer nuestro producto, ¿Qué le parece?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

En base a los hombres encuestados, todos opinaron que el Origami les parece un producto muy bueno. Este resultado obtenido nos permite conocer la aprobación que nuestro producto tendrá en el mercado.

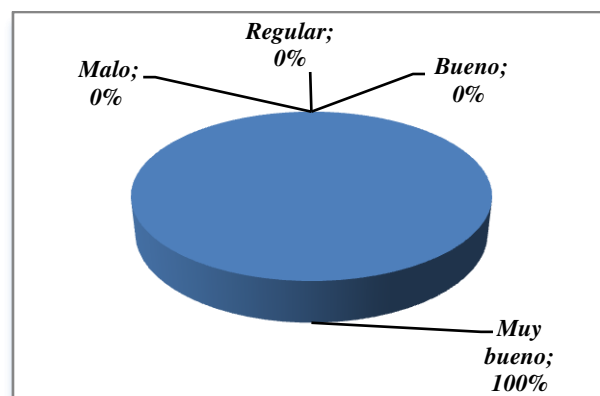


Figura 2-36: Resultados Pregunta 1 (M)

2) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

Hemos determinado en base al análisis realizado que 98 hombres prefieren obsequiar peluches en un día especial, 65 se inclinan por los ramos de flores y un reducido número de 13 optarían por obsequiar chocolates.

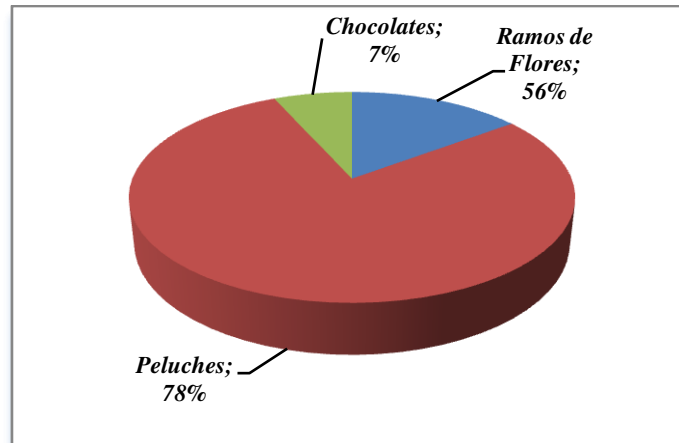


Figura 2-37: Resultados Pregunta 2 (M)

3) ¿Le parece novedoso o interesante un producto original como este, o prefiere los tradicionales?, como: ramos de flores, peluches, chocolates, tarjetas, etc.

- Si
- No

A través de las encuestas realizadas nos pudimos dar cuenta que todos los hombres opinaron el Origami sí les parece un producto original e interesante.

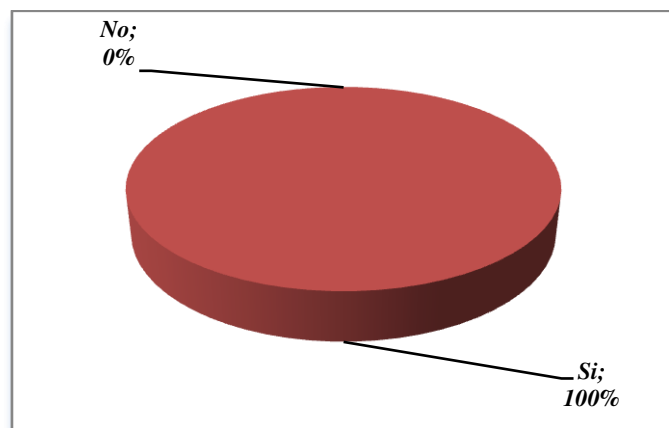


Figura 2-38: Resultados Pregunta 3 (M)

4) ¿Qué tipos de Origami le gustaría regalar?

En su mayoría, 85 de los hombres preferirían los Origami de flores, mientras que 65 de ellos les gustaría regalar los Origami de animales, 25 les gustaría obsequiar los Origami navideños, 2 prefieren obsequiar los barcos y 1 optaría por la categoría aviones en Origami.

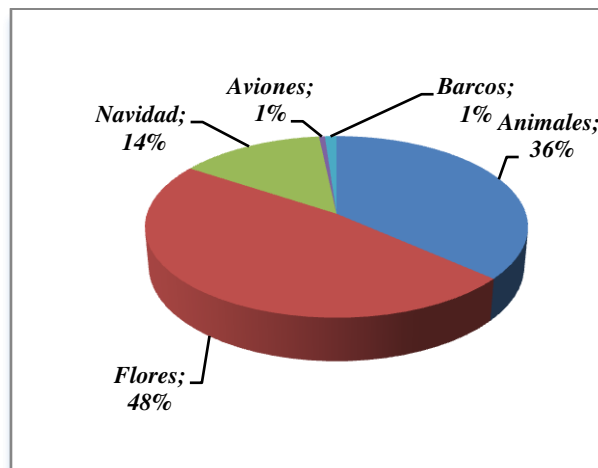


Figura 2-39: Resultados Pregunta 4 (M)

5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un Origami?

En su mayoría, 168 de los hombres encuestados prefieren un precio económico de \$1 a \$10, mientras que 7 de ellos opinan estar dispuestos a pagar entre \$11 - \$20 por un Origami, y 3 de ellos pagarían entre \$21-\$30 por nuestro producto. Esto es conveniente para nuestro negocio ya que los precios de nuestro producto están entre \$1 a \$10.

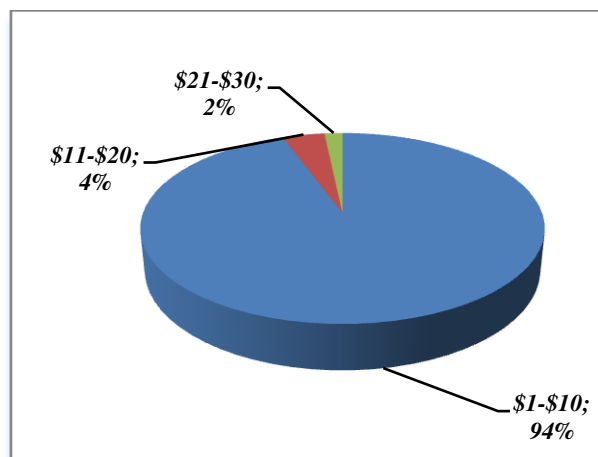


Figura 2-40: Resultados Pregunta 5 (M)

6) ¿Por qué motivo usted obsequiaría un Origami?

- Amistad
- Amor
- Entretenimiento

En su gran mayoría, 100 de los hombres encuestados dijeron verse motivados a obsequiar un Origami por amistad, mientras que 55 de ellos lo harían por amor, y un número reducido de 23 hombres lo obsequiaría por entretenimiento.

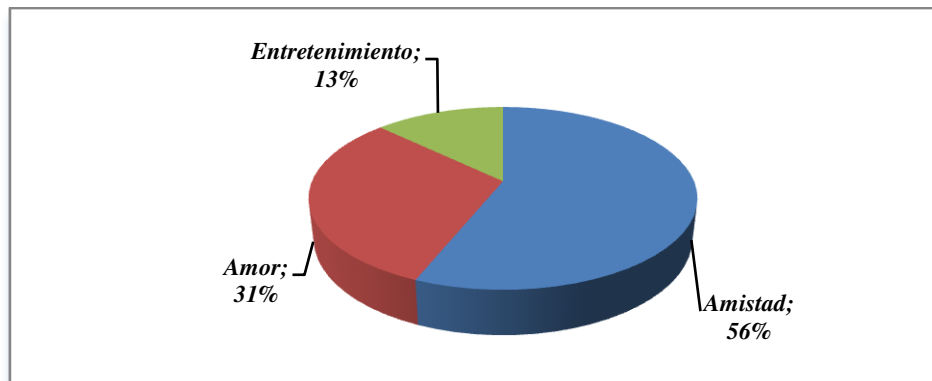


Figura 2-41: Resultados Pregunta 6 (M)

7) ¿Se sentiría usted motivado en aprender a realizar Origami o solo a comprar el producto?

Hemos determinado en base a las encuestas realizadas que 169 de los hombres desean comprar el Origami, y 9 de ellos desean aprender la técnica del Origami. Esto es oportuno para nuestro negocio ya que nos permite darnos cuenta que tenemos gran aceptación en la comercialización de nuestro producto.

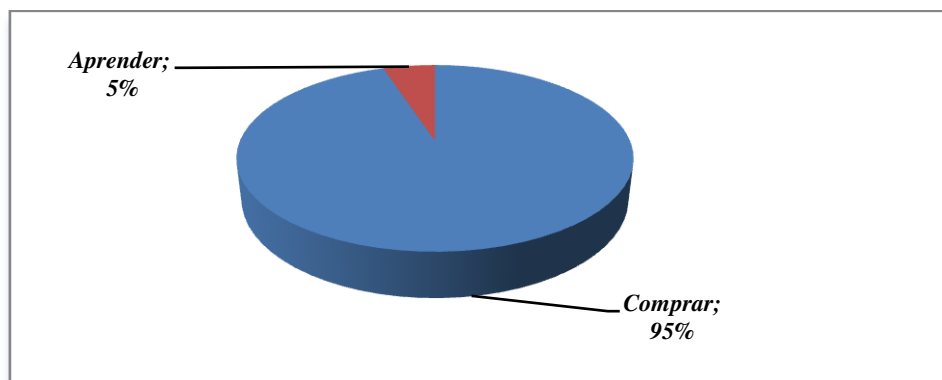


Figura 2-42: Resultados Pregunta 7 (M)

8) Si usted se decidiera aprender la técnica del doblado de papel, ¿Por qué medio lo haría?

En su gran mayoría, 120 de los hombres encuestados desean aprender la técnica del Origami por medio de un instructor, y 58 de ellos prefieren adquirir video tutoriales para aprender la técnica del Origami. Este dato obtenido es apropiado para nuestro negocio, ya que contrataremos instructores para los cursos de la técnica Origami.

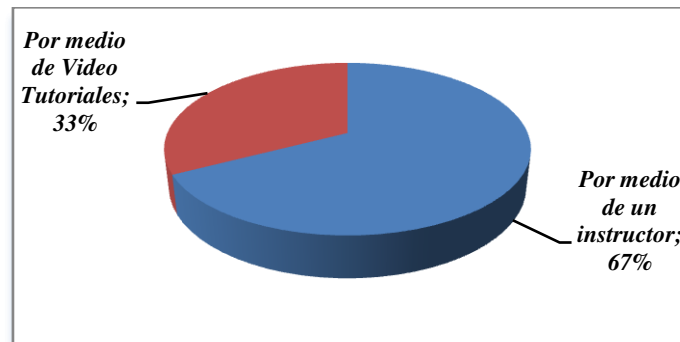


Figura 2-43: Resultados Pregunta 8 (M)

9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un video o recibir un curso?

- \$15-\$30
- \$30-\$50
- Otros especifique

En su mayoría 138 de los hombres encuestados prefieren un precio económico de \$15 a \$30, mientras que 40 de ellos opinaron estar dispuestos a pagar entre \$30 a \$50 por un video tutorial o un curso. En base a estos resultados podemos calcular los precios que asignaremos a nuestros cursos de la técnica Origami.

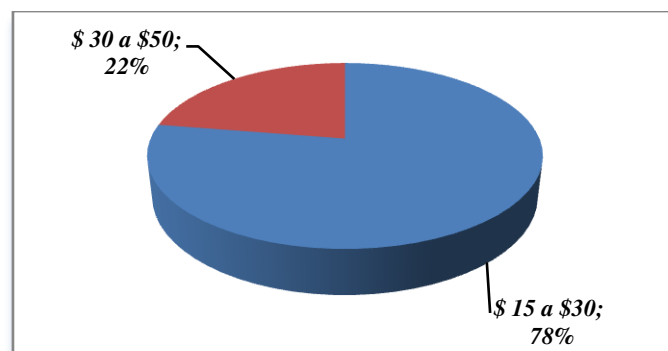


Figura 2-44: Resultados Pregunta 9 (M)

10) ¿En qué horario podría recibir clases de Origami?

- Lunes a Viernes
- Fines de Semana

- En la tarde
- En la noche
- En el día

En base al análisis realizado, determinamos que 168 de los hombres encuestados podrían capacitarse en nuestros cursos los fines de semana, otro grupo de 10 hombres pueden capacitarse de lunes a viernes.

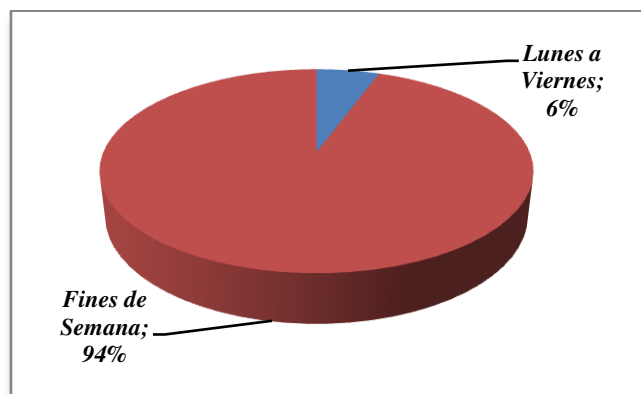


Figura 2-45: Resultados Pregunta 10 [Días] (M)

En La mayoría de hombres encuestados, 145 de ellos podrían capacitarse en la tarde, 22 podrían en la noche y 11 de ellos podrían capacitarse durante el día. Según los resultados obtenidos determinamos oportuno dictar los cursos en horarios de fines de semana por la tarde.

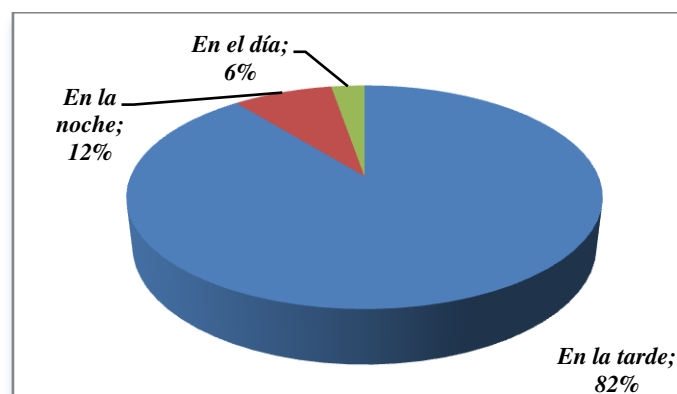


Figura 2-46: Resultados Pregunta 10 [Horario] (M)

Género Femenino (74)

Por edad

Determinamos en base a las encuestas que 48 de mujeres encuestadas que tiene entre 19 a 25 años no tienen conocimiento de lo que es el Origami, mientras que 12 de las niñas entre 7 a 14 años no saben sobre esta técnica, en un número más reducido encontramos que 10 de las mujeres entre 26 a 35 años no conocen sobre el Origami, y 4 mujeres de 15 a 18 años no conocen sobre Origami.

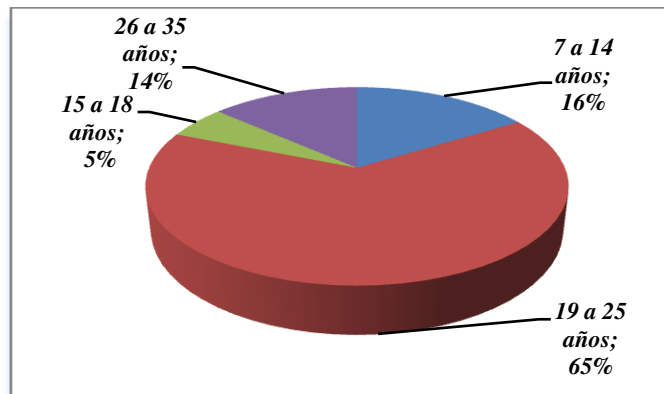


Figura 2-47: Resultados por edad (F)

Por sector

Según las encuestas hemos determinado que mayoritariamente 38 mujeres encuestadas se encuentran en el norte, luego tenemos que 31 de ellas viven en el Centro, y por último 5 mujeres se encuentran en el Sur. Estos datos son ventajosos para nuestro negocio, ya que nuestro local estará ubicado en el centro de la ciudad, y nuestros puntos de ventas estarán en el sector del norte.

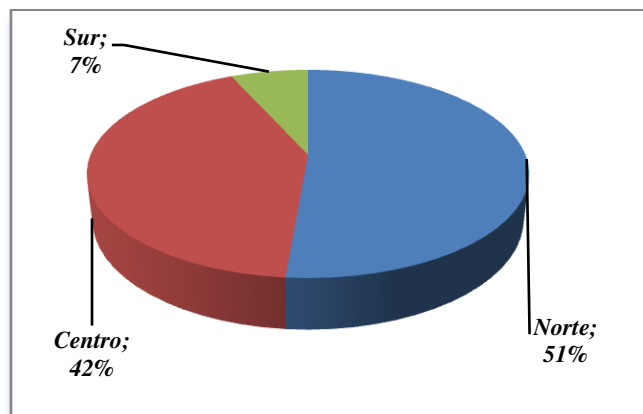


Figura 2-48: Resultados por sector (F)

Preguntas de la Encuesta

1) Después de conocer nuestro producto, ¿Qué le parece?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

En base a las mujeres encuestadas, todas opinaron que el Origami les parece un producto muy bueno, por lo cual determinamos que será favorable la aceptación de nuestro producto.

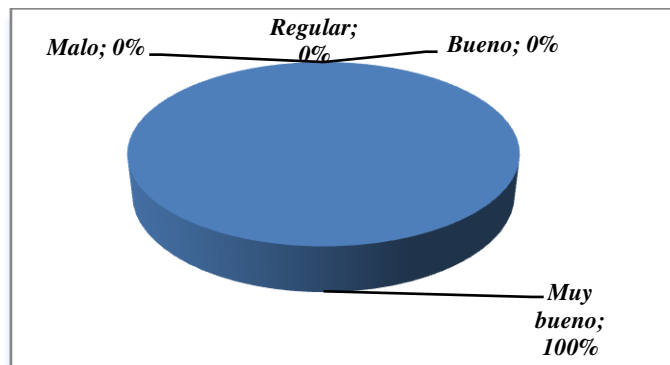


Figura 2-49: Resultados Pregunta 1 (F)

2) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

Hemos determinado en base al análisis realizado que 58 mujeres prefieren obsequiar peluches, 11 de ellas se inclinan por los ramos de flores, y un grupo reducido de 5 optarían por obsequiar chocolates.

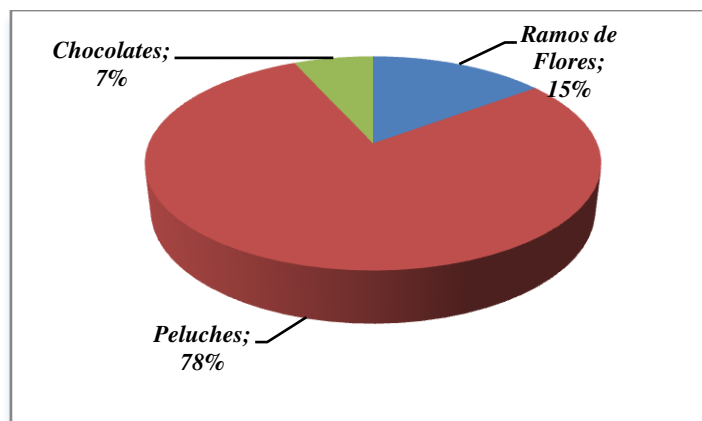


Figura 2-50: Resultados Pregunta 2 (F)

3) **¿Le parece novedoso o interesante un producto original como este, o prefiere los tradicionales?, como: ramos de flores, peluches, chocolates, tarjetas, etc.**

- Si
- No

En su mayoría, 62 de las mujeres encuestadas opinaron que si les parece original e interesante un producto como este, y 12 de ellas prefieren los regalos tradicionales.

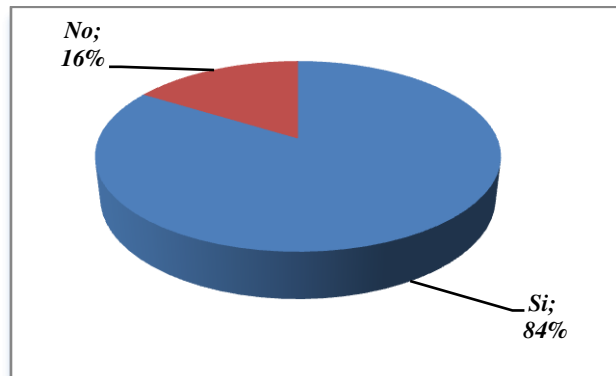


Figura 2-51: Resultados Pregunta 3 (F)

4) **¿Qué tipos de Origami le gustaría regalar?**

Según los datos obtenidos, 42 de las mujeres encuestadas preferirían los Origami de flores, a 18 de ellas les gustaría obsequiar los Origami navideños, a 11 mujeres les gustaría regalar los Origami de animales, mientras 2 de ellas prefieren los aviones, y 1 preferiría los barcos de Origami. Conforme con los datos recibidos podemos orientar nuestra producción en un mayor porcentaje a las categorías de: flores, animales y adornos de navidad en Origami.

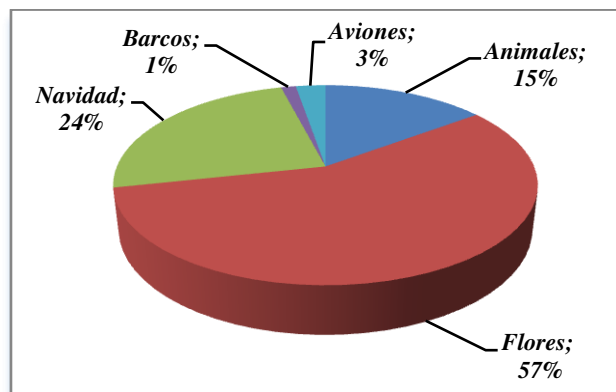


Figura 2-52: Resultados Pregunta 4 (F)

5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un Origami?

En su mayoría, 66 de las mujeres encuestadas, prefieren un precio económico de \$1 a \$10 por adquirir un Origami, mientras que 6 de ellas opinaron estar dispuestas a pagar entre \$11- \$20 por un Origami, y 2 de ellas pagarían entre \$21-\$30 por nuestro producto. Con estos datos podemos concretar que los precios que definimos para nuestro producto son los adecuados, de acuerdo a las preferencias de nuestros clientes.

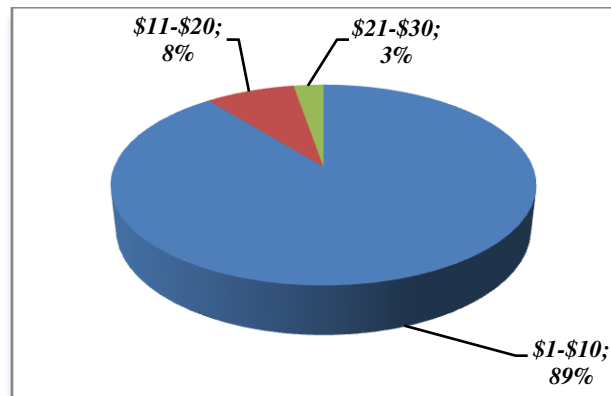


Figura 2-53: Resultados Pregunta 5 (F)

6) ¿Por qué motivo usted obsequiaría un Origami?

- Amistad
- Amor
- Entretenimiento

En su mayoría, 59 de las mujeres encuestadas dijeron verse motivadas a obsequiar un Origami por amistad, mientras que 10 de ellas lo harían por amor, y un número reducido de 5 mujeres lo obsequiarían por entretenimiento.

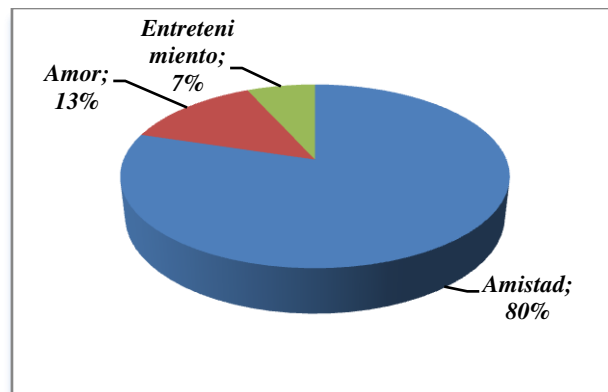


Figura 2-54: Resultados Pregunta 6 (F)

7) ¿Se sentiría usted motivado en aprender a realizar Origami o solo a comprar el producto?

Hemos determinado en base a las encuestas realizadas que 69 de las mujeres encuestadas desean comprar el Origami., y 5 de ellas desean aprender la técnica del Origami. Estos datos son positivos para nuestro objetivo, que es comercializar nuestro producto.

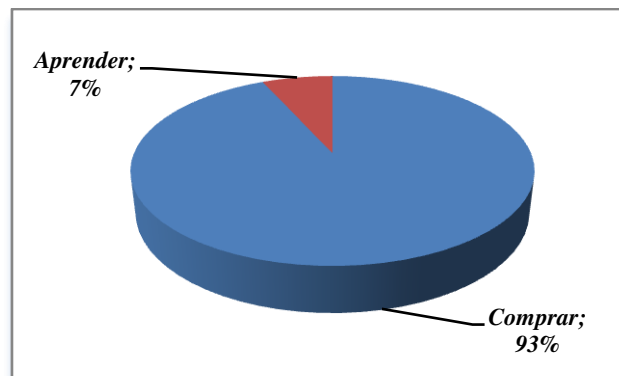


Figura 2-55: Resultados Pregunta 7 (F)

8) Si usted se decidiera aprender la técnica del doblado de papel, ¿Por qué medio lo haría?

En una mayoría, 68 de las mujeres encuestadas desean aprender la técnica del Origami por medio de un instructor, y 6 de ellas prefieren adquirir video tutoriales para aprender esta técnica.

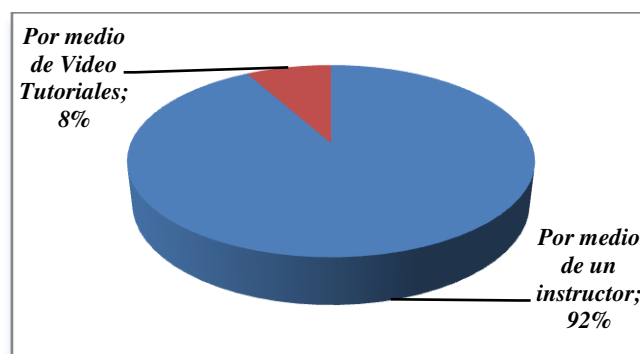


Figura 2-56: Resultados Pregunta 8 (F)

9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un video o recibir un curso?

- \$15-\$30
- \$30-\$50
- Otros especifique

En su mayoría, 60 de las mujeres encuestadas prefieren un precio económico de \$15-\$30; mientras que 14 de ellas opinaron estar dispuestas a pagar entre \$30-\$50.

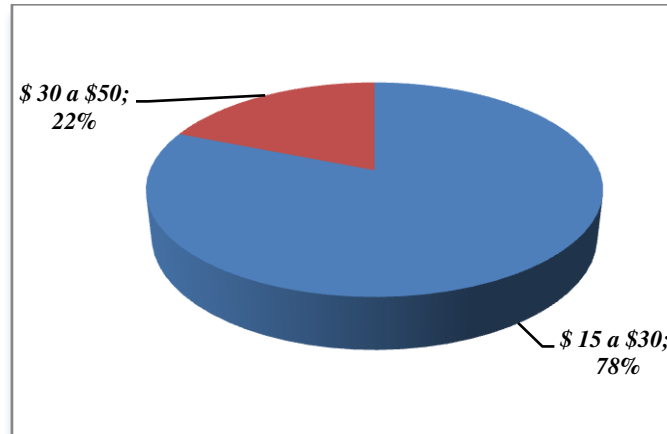


Figura 2-57: Resultados Pregunta 9 (F)

10) ¿En qué horario podría recibir clases de Origami?

- Lunes a Viernes
- Fines de Semana
- En la tarde
- En la noche
- En el día

En base al análisis realizado determinamos que 69 de las mujeres encuestadas podrían capacitarse en nuestros cursos los fines de semana, otro grupo de 5 mujeres podrían capacitarse de lunes a viernes.

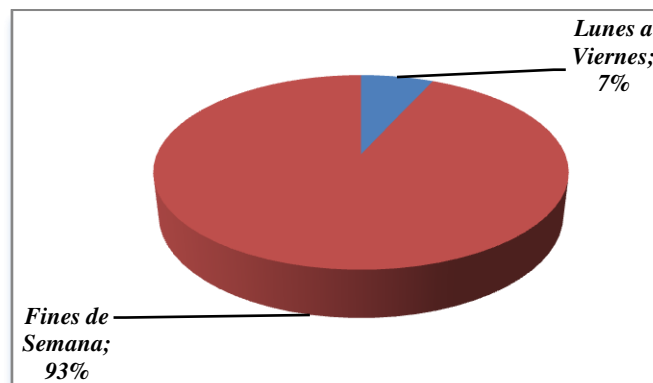


Figura 2-58: Resultados Pregunta 10 [Días] (F)

En su mayoría, 66 de las mujeres encuestadas podrían capacitarse en la tarde, 2 de ellas podrían capacitarse durante el día, y 6 de ellas podrían en la noche.

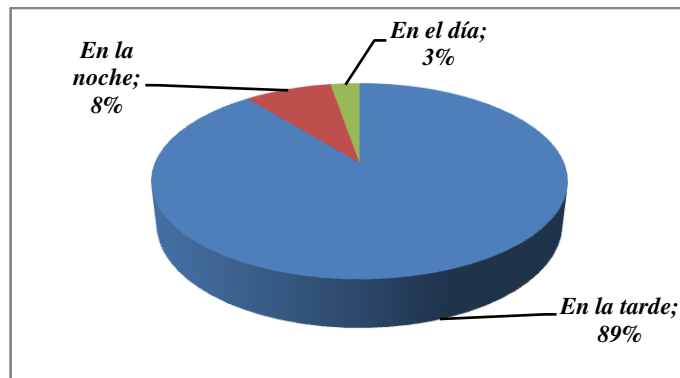


Figura 2-59: Resultados Pregunta 10 [Horario] (F)

2.2.9 CONCLUSIONES

En base a los datos estadísticos evaluados en nuestras encuestas realizadas a un grupo de 400 personas, entre niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Guayaquil, concluimos lo siguiente:

El **97%** se siente motivado a comprar y aprender Origami.

El **96%** está dispuesto a pagar por el Origami, de \$1 a \$10.

El **93%** preferiría aprender el Origami, por medio de un Instructor.

El **85%** de nuestro mercado objetivo son de género masculino.

Como dato alentador determinamos que el **99%** de personas encuestadas, está interesadas en adquirir el producto.

Esperamos captar de este mercado, un 50%, 40%, y 10%, distribuidos en el sector: norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil, respectivamente.



Figura 2-60: Conclusiones

2.3 PLAN DE MERCADO

El plan de mercadeo es la herramienta gerencial que permite a las empresas visualizar el conjunto de ofertantes y demandantes que se involucran en el mercado donde la empresa participará.

2.3.1 ESTRATEGIA DE PRECIO

La siguiente tabla de precios categoriza a los Origami de la siguiente manera:

- ✓ aviones
- ✓ barcos
- ✓ flores
- ✓ animales y
- ✓ adornos de navidad

Estos precios varían proporcionalmente según el tamaño, y la categoría del Origami, como podemos ver en la siguiente tabla:

DESCRIPCIÓN	P.V.P.
Aviones y barcos de Origami (P)	0,44
Flores de Origami (P)	0,56
Animales de Origami (P)	0,69
Aviones y barcos de Origami (M)	1,25
Flores de Origami (M)	1,75
Animales de Origami (M)	1,81
Adornos de Navidad en Origami (M)	1,88
Aviones y barcos de Origami (G)	3,13
Flores de Origami (G)	3,06
Animales de Origami (G)	3,63
Adornos de Navidad en Origami (G)	3,56
Aviones y barcos de Origami (X)	5,19
Flores de Origami (X)	5,63
Animales de Origami (X)	5,94
Adornos de Navidad en Origami (X)	6,25

Tabla 2-2: Descripción de precios

- P** = Pequeño (3cm)
M = Mediano (8cm)
G = Grande (16cm)
X = Extragrande (25cm)

2.3.2 ESTRATEGIA Y TÁCTICA DE VENTA

En primer lugar, es importante entender que las personas compran motivadas por dos razones centrales:

- 1) Para satisfacer una necesidad
- 2) Para darse un gusto

Algunas tácticas de ventas de suma efectividad que serán implementadas son las siguientes:

- Ofrecer productos y servicios que responden fielmente a las necesidades y expectativas de los clientes.
- Diferenciarse netamente de la competencia indirecta, mediante el nivel profesional del cuerpo de ventas, los niveles de calidad de los productos y el asesoramiento y atención que brindan.
- Escuchar a los clientes y descifrar sus verdaderas expectativas.
- Deleitar a los clientes antes, durante y después de la venta.
- Hacer conocer al cliente los beneficios y el valor real de lo que se le está ofreciendo.
- Saber que el logro de una diferenciación auténtica a través del valor agregado es una condición indispensable para ser competitivo.
- Establecer desde el inicio una fuerte relación interpersonal con el cliente.
- Saber cómo evalúan los clientes la calidad de los productos que se le brindan.
- Fomentar las observaciones, quejas y reclamos de los clientes, y resolver sus problemas en forma inmediata.
- Convertir a los clientes en vendedores virtuales.

PUNTOS DE VENTA:

1. Tendremos nuestro centro de distribución en la Ciudad de Guayaquil.
Dirección: 9 de Octubre 807 y García Avilés.
Teléfono: 2-289590
2. Isla ubicada en C.C. Mall del Sol local 7
Teléfono: 2-082377
3. Isla ubicada en San Marino local 10
Teléfono: 2-083060

2.3.3 PLANES DE CONTINGENCIA

En caso de disminución en las ventas a causa de la situación económica en la que se encuentra nuestro país, se utilizarán tácticas para persuadir a los clientes, a fin de lograr los objetivos propuestos en este proyecto, así como los generales de la empresa.

Hemos propuesto los siguientes planes de contingencia:

Decoraciones de habitaciones, fiestas infantiles y baby shower

Decoraciones de habitaciones:

Un conjunto de figuras de animales de Origami puede ser una forma muy divertida de decorar una habitación infantil, sólo necesitaremos una colección de figuras de animales plegados en papel y una estructura muy simple y liviana, que armaremos con alambre e hilo de nylon.



Figura 2-61: Decoración de Habitaciones con Origami

Decoraciones de fiestas infantiles:

Podremos agruparlas en las siguientes categorías:

- Decoración con globos
- Personajes de Origami
- Títeres
- Bocadoitos
- Sorpresas

Decoraciones con globos.- Haremos figuras de Origami y las añadiremos como complemento a los globos.

Personajes del Origami.- Haremos figuras de Origami y los colocaremos alrededor de la mesa, cerca de los bocadoitos y la torta, para darle una presentación más atractiva.

Títeres.- Colocaremos hilos en las figuras de Origami, para darles movimiento, como a los títeres comunes, recreando una escena divertida, que encantará a los niños.

Bocaditos.- Como complemento a los bocaditos, los adornaríamos con el Origami.

Sorpresas.- Las sorpresas de los niños llevarán muñecos de Origami para su entretenimiento.

Decoraciones de Baby Shower:

Una celebración especial también merece una ambientación especial. Y para salir de los típicos adornos de serpentinas, y globos, les proponemos una alternativa más artística.



Figura 2-62: Aves de Origami

Una divertida manera de participar a nuestra familia y amigos acerca de la fiesta es repartiendo invitaciones en sobres doblados en forma diagonal y en el interior con una grulla o cisne de Origami, que al abrirse muestre la dedicatoria y datos de la reunión:



Figura 2-63: Sobres de Origami

Para recibir a los invitados, podemos cambiar las serpentinas por graciosas figuras en forma de aves de papel. Asimismo, se le puede dar mayor elegancia a la cuerda que sostiene las figuras con algunas piedras de bisutería.



Figura 2-64: Grullas de Origami

Si la fiesta es en el jardín, podemos distribuir flores de papel en el césped o ponerlas en las macetas junto con las flores reales para crear un ambiente de fantasía. Así los invitados no solo podrán admirarlas sino también llevárselas como recuerdo



Figura 2-65: Flores de Origami

2.3.4 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

En MASOOSI Cía. Ltda., hemos elaborado un plan de promoción que nos permitirá crear los incentivos a corto plazo que fomentan la compra de nuestro producto/servicio. Este plan promocional tiene por finalidad alcanzar la cobertura total del mercado y de este modo incrementar nuestra participación en el mercado local e incentivar a los canales de distribución para que puedan comercializar nuestro producto/servicio.

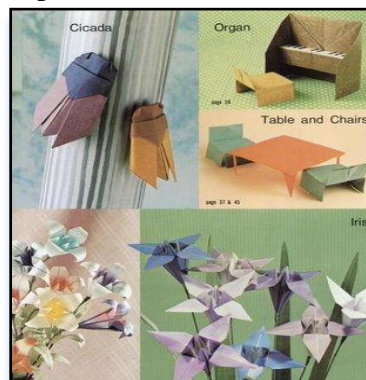


Figura 2-66: Estrategia Promocional Origami

2.3.4.1 OBJETIVOS GENERALES

1. Lograr el aumento de ventas y aceptación del producto
2. Elevar el interés de los compradores por el producto/servicio
3. Lograr los más altos niveles de aceptación en los sectores a los cuales nos dirigimos

2.3.4.2 PLAN DE PROMOCIÓN

ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	RESPONSABLES
-Utilizar mecanismos y medios para atraer la atención de los posibles consumidores.	-Utilizaremos los medios de comunicación para informar a los clientes sobre nuestro itinerario de promoción ubicada en los diferentes puntos de ventas.	Silvia Castillo/Soo Yon Yoo
- Crear ideas básicas para presentar la promoción en los puntos de ventas.	-Atraer al consumidor al punto de venta haciendo demostraciones del producto además de entregar muestras gratis para que el cliente conozca el producto.	Soo Yon Yoo
- Incorporar diferentes tipos de promoción; incentivos y ofertas para captar clientes.	-Colocaremos nuestro producto en exhibidores en los puntos de venta estratégicos para que puedan ser vistos por nuestros clientes.	Soo Yon Yoo/Silvia Castillo

Tabla 2-3: Descripción del Plan de Promoción

La promoción de ventas tiene sus propios medios para lograr sus objetivos y funciones. A continuación se presentan algunos:

- Ferias, exhibiciones y espectáculos
- Demostraciones
- Regalos
- Exhibiciones en el punto de venta



Figura 2-67: Exhibición Origami

2.3.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Minorista

✓ Venta Directa

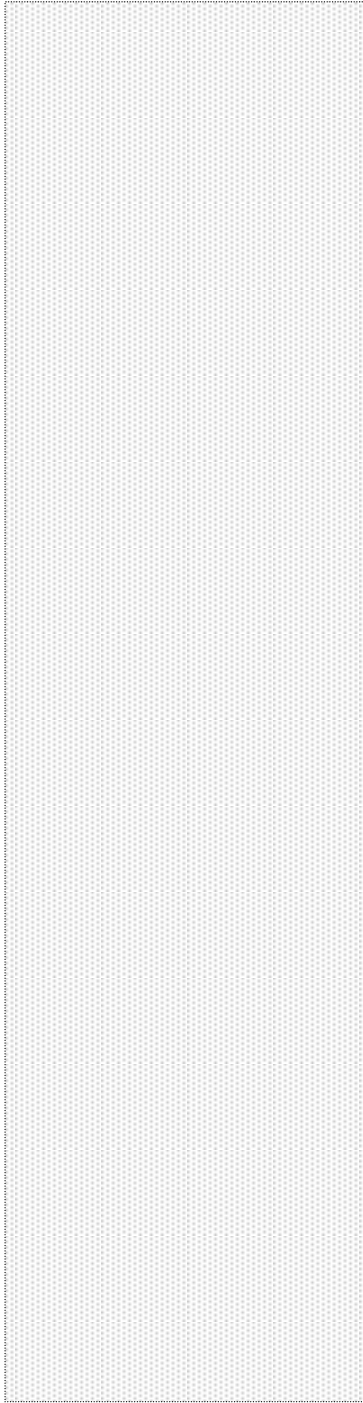
Venta directa (del fabricante al cliente). Dentro de este canal, la comercialización se realiza directamente por la empresa (a través de sucursales, puntos de venta), alquilaremos islas en los centros comerciales del norte de la ciudad, específicamente el Mall del Sol y San Marino.

2.3.6 POLÍTICAS DE SERVICIO

Términos de las garantías

Nuestra compañía proveerá los siguientes derechos, a nuestros clientes:

- 1.- Contarán con producto siempre disponible, con un nivel de calidad consistente con sus expectativas.
- 2.- Tendrán posibilidad de elección, entre una variedad de productos y servicios a precios razonables.
- 3.- Recibirán información completa acerca de productos y servicios, para evitar un uso inadecuado del mismo.
- 4.- Recibirán una atención eficiente y de manera profesional.
- 5.- No sufrirán discriminación por el tamaño del pedido, o cualquier otro factor.



CAPÍTULO 3

ANÁLISIS TÉCNICO

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

El proceso para la elaboración del Origami consta de los siguientes pasos:

1. Seleccionaremos un papel manejable
2. Iniciamos el proceso con una hoja cuadrada
3. Realizaremos un plegado cuidadoso y pulcro, especialmente en los vértices
4. Trabajaremos en una superficie dura y lisa, esto dará más exactitud
5. Seguiremos cuidadosamente la secuencia de cada modelo
6. Pondremos atención a cada paso, dirección y ejecución

Seleccionaremos un papel manejable

El tipo de papel para hacer los plegados no necesariamente tiene que ser especial, cualquier papel sirve para hacer Origami, pero para cada uno habrá algún tipo de papel que será más adecuado, que lo hará fuerte, que realzará su forma o que lo hará más vivo. La elección de papel es muy importante porque puede simplificar o hacer complejo el armado de una figura. Este breve listado menciona algunos tipos de papeles conocidos y sus usos en Origami.

➤ **Papel bifaz**

Es un papel que tiene diferente aspecto de cada faz. Puede tener diferentes colores, o estar estampado, o tener diferente textura. Es indicado para aquellas figuras que una vez terminadas dejan ver los dos lados en su superficie como por ejemplo:

- ✓ Ropa de Origami
- ✓ Dulces y comida de Origami
- ✓ Muebles en Origami
- ✓ Frutas y Vegetales de Origami

➤ **Papel metalizado**

De un lado tiene una capa de aluminio adherida al papel. La ventaja de este papel es que conserva la forma que se le da. Es bueno para figuras de tienden a desplegarse solas. Se agrieta y deteriora fácilmente con el plegado, por eso suele usarse el lado de papel hacia afuera y el del aluminio hacia adentro de la figura, por lo general los Origamistas usan este papel en las siguientes categorías de Origami:

- ✓ Halloween

- ✓ Accesorios
- ✓ Naturaleza y escenarios de Origami

➤ **Papel de 70 a 80 gr. de color**

Este papel sirve para hacer todo tipo de figuras en general: sobres, animales, flores, corazones, carros, etc. Es muy bueno para aprender, ya que es fácil de plegar.

➤ **Papel batik**

Es uno de los papeles más resistentes. Esto lo hace apropiado para hacer figuras que impliquen un trato duro al papel. Es especial para hacer animales complejos con muchos pliegues y todo tipo de figuras con formas orgánicas. No es apto para cajas porque debido a la elasticidad de las fibras tienden a deformarse.

➤ **Papel encerado**

Este papel está pigmentado con ceras de colores. Los pliegues, por el efecto de la cera quedan marcados y la figura mantiene mucha rigidez. Por ejemplo, es apropiado para hacer los adornos de Navidad de Origami, y los carros de Origami.

➤ **Papel cartulina**

Este papel está formado por fibras rígidas que en el plegado se quiebran y dejan un pliegue definitivo y preciso, es el apropiado para figuras simples de pocos pliegues. A su vez, es un material con cuerpo por lo que es indicado para cajas, sobres y cosas útiles en Origami. Pero no lo es para aquellas figuras que acumulan pliegues ya que se suele quebrar o rasgar en esos puntos de acumulación.

➤ **Papel de seda**

Es un papel muy frágil. Puede usarse en figuras en las que se acumulan pliegues en el mismo lugar, por ejemplo:

- ✓ La flor de loto
- ✓ la flor de orquídea
- ✓ las rosas
- ✓ Las margaritas

Iniciamos el proceso con una hoja cuadrada

El formato es la forma en que está cortado el papel. El formato tradicional para hacer Origami es el cuadrado pero existen diseños para todo tipo de formatos: rectángulos, triángulos, polígonos regulares (pentágono, hexágono, etc.), e incluso para círculos.

También las hojas pueden tener formato carta (21.59x 27.94), legal u oficio (21.59 x 35.56) o el popular formato A4 que mide 21 x 29.7 cm, todos ellos rectangulares.



Figura 3-1: Formato de Origami

Realizaremos un plegado cuidadoso y pulcro, especialmente en los vértices

La exactitud mejorará la calidad de la figura terminada.

Trabajaremos en una superficie dura y lisa, esto dará más exactitud

La exactitud se alcanza pasando la uña del dedo pulgar a lo largo del pliegue.

Seguiremos cuidadosamente la secuencia de cada modelo.

Cuando no se entienda qué hay que hacer en un paso, no se lo debe abandonar y pasar al siguiente. Cada paso es necesario y es muy importante seguir la secuencia.

Pondremos atención a cada paso, dirección y ejecución

Los dobleces que se requieren hacer deben ser exactos y precisos, es decir que debemos maximizar nuestra atención y concentración cuando estemos trabajando.

3.2 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

Especificaciones del producto

Nuestro producto consistirá en la elaboración del Origami, que se realiza mediante la técnica del plegado. Esta técnica permite crear figuras y objetos a partir de una sola hoja de papel para cada modelo, por lo general de formato cuadrado, que se destacan por su simplicidad y belleza. Existen diseños de Origami que parten de diferentes polígonos, incluso de círculos.

Plan de Producción

Se estima una producción inicial mínima de 3.200 unidades por mes en los siguientes modelos de Origami:

- ✓ aviones
- ✓ barcos
- ✓ adornos de navidad
- ✓ flores
- ✓ animales



Figura 3-2: Categorías de Origami

Proceso tecnológico

El proceso tecnológico es muy sencillo, ya que el Origami básicamente tiene como elemento principal el papel.

Materias primas básicas

La materia prima básica es el papel y sobre todo la imaginación para desarrollar figuras.

Condiciones de Operación

- Materia prima en buenas condiciones
- Mesa de trabajo en buen estado
- Instalación adecuada
- Ambiente limpio y tranquilo, acorde para la concentración

Maquinaria y Equipo requerido

Mesa de trabajo, pegamento, tijeras, guillotinas, sillas.

Desperdicios

La mayor cantidad de desperdicio es el papel sobrante que queda después de dejar el papel en el formato del cuadrado, el papel que queda como sobrante se lo utilizará para realizar los Origami más pequeños.

Condiciones de calidad

El proceso de producción es monitoreado permanentemente por el Jefe de Producción.

Por cada lote de producción se realizarán las pruebas y control de calidad eliminando aquellos artículos que no cumplan los estándares trazados.

3.3 FACILIDADES**Ubicación geográfica exacta del local**

El local estará ubicado en la Ciudad de Guayaquil, en 9 de Octubre y García Avilés, zona céntrica de la ciudad. Existen accesos permanentes hasta el local todo el año y su posición es ventajosa para la recepción de la materia prima, debido a que nuestro distribuidor principal es:

LIBRERIA CERVANTES CIA. LTDA

Dirección: Aguirre 606 y Escobedo

Adicionalmente tendremos dos Islas con nuestro producto, las cuales estarán ubicadas en C.C.Mall del Sol local 7, y San Marino local 10.

Facilidades de servicio

El lugar elegido para el local principal es de dos pisos con 125 metros cuadrados de construcción y 315 metros cuadrados de terreno, el mismo que cuenta con todos los servicios básicos, esto es: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, teléfono y sistema de recolección de basura.

Posición relativa a proveedores y clientes

El local estará ubicado en una posición estratégica para la recepción de la materia prima.

Facilidades de transporte

El local principal estará ubicado sobre la avenida 9 de octubre donde fluye gran cantidad de líneas urbanas y se conecta fácilmente al sistema vial del norte de Guayaquil.

Área requerida

El terreno tiene una dimensión de 13.8 metros de frente por 20 metros de fondo dentro del cual la casa está construida al límite derecho ocupando 5 metros de frente por 7.5 metros de fondo. Fácilmente en un futuro se puede construir en la parte posterior del terreno, un galpón de 4 metros de frente por 11 metros de fondo, un área de 50 metros cuadrados para ampliar el área de recepción de materia prima, aumentar el local e incrementar la producción.

Tipo de construcción

El local es de cemento y cuenta con todas las seguridades y servicios básicos instalados.

Servicios Especiales

No se requiere de servicio especializado, más que contar con una correcta iluminación.

Ventilación e iluminación

La iluminación será natural al igual que la ventilación y será reforzada en las tres divisiones con dos aires acondicionados ubicados en la planta alta donde se ubicarán las oficinas, y también reforzaremos con ventiladores en la planta baja, donde se ubicará nuestro personal de mano de obra, y administrativo.

Vías de acceso

El local se encuentra en una zona plenamente urbanizada, por lo tanto, no se necesita construir vías de acceso especiales.

Servicios higiénicos

El local cuenta con cuatro baños que se distribuirán de la siguiente manera: uno para los clientes y otro para los empleados y artesanos, ambos en la planta baja, y uno para hombres y otro para mujeres en la planta alta, asignados al personal gerencial del local.

EQUIPOS Y MAQUINARIAS**Tipos de equipos y maquinarias**

1. Cinco Mesas de trabajo de 3 mts. x 0.90 mts
2. Veinte Pegamentos
3. Veinticinco Tijeras
4. Cinco Guillotinas para cortar papel
5. Cinco Sillas

6. Cuatro Ventiladores
7. Dos Aires Acondicionados
8. Dos Escritorios (Instructor)
9. Tres Escritorios Tipo Ejecutivo
10. Tres Sillas Tipo Ejecutivo
11. Diez Sillas(capacitación)
12. Dos Sillas (Instructor)
13. Tres Sillas (Vendedor)
14. Tres Teléfonos
15. Una Furgoneta para transporte de materia prima y distribución en las Islas donde estará nuestro producto

Tamaño de equipos y maquinarias

La cortadora de papel (guillotina) con la que contaremos es de alto rendimiento, no consume energía eléctrica, puede ir ubicada en una mesa especial, y tiene una vida útil de cinco años. La furgoneta que se adquirirá servirá para el transporte de materia prima a nuestro local y para la entrega de producto en nuestros puntos de venta.

Características de la Guillotina:

Descripción:	Guillotina
Características:	Guillotina manual
Capacidad de corte:	corta hasta 500 hojas de 70 g.
Longitud de corte (mm):	390
Capacidad de corte (mm):	40
Profundidad mesa (mm):	380
Corte estrecho:	34
Pisón:	Acción rápida.
Indicaciones de medidas:	En tope lateral.
Tracción de la cuchilla:	Manual
Medidas (mm):	420 / 1.20(2) x 770 x 710
Peso(kg):	37

Tabla 3-1: Características de la Guillotina

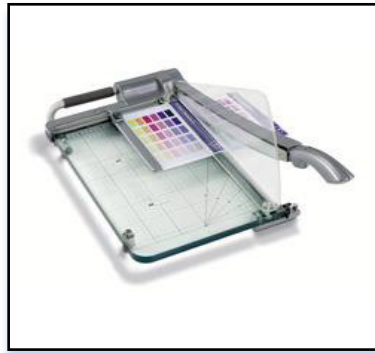


Figura 3-3: Guillotina

Distribución de la Planta

Se ha dispuesto la siguiente distribución en el local principal. En la planta baja estará ubicada la bodega de producción y materiales, de la cual serán responsables los artesanos. Adicionalmente tendrá una oficina de exhibición, venta y atención al público. En la planta alta, tendremos dos divisiones, en la primera división estarán dos cursos, cada una con capacidad para 5 personas que servirán para el dictado de Origami; del cual estarán encargados los instructores contratados. En la segunda división se encontrarán las oficinas administrativas: Gerencia, Jefatura de Ventas y Jefatura de Producción. (Ver ANEXO C)

Forma de adquisición de equipos

Se comprará bajo las especificaciones del proyecto con pago en efectivo obtenido de la inversión inicial.

Personal necesario

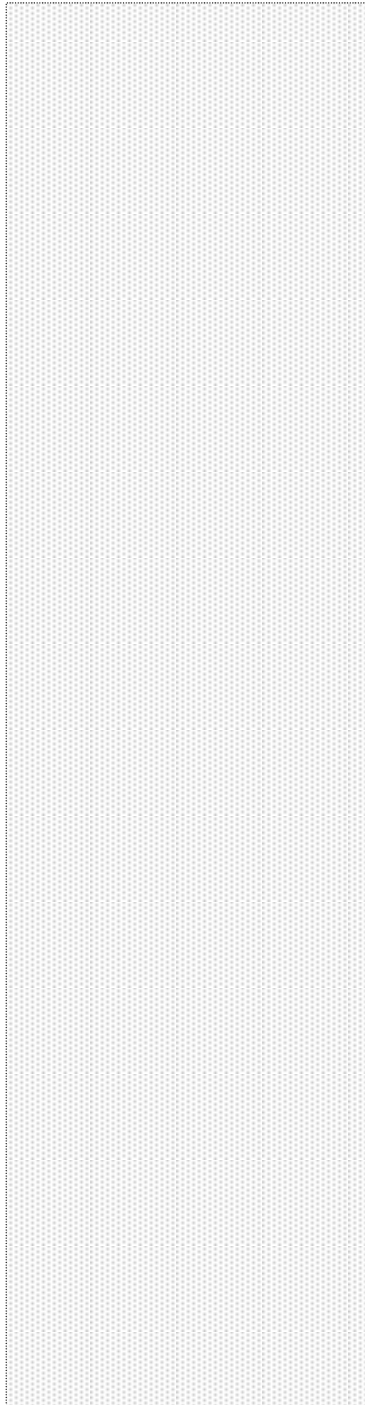
- ✓ 1 Gerente General
- ✓ 1 Jefe de Ventas
- ✓ 1 Jefe de Producción
- ✓ 2 Instructores
- ✓ 5 Artesanos
- ✓ Vendedores (1 de los Vendedores tendrá a cargo el manejo de la furgoneta)

Políticas de mantenimiento y de repuestos

El mantenimiento de los equipos es relativamente fácil, por lo cual sólo requiere de revisiones semestrales ó anuales según el caso.

Formas de Operación

Inicialmente se trabajará en turnos de 8 horas diarias de Lunes a Viernes. Los turnos incluyen cinco artesanos para la producción de Origami.



CAPÍTULO 4
**ANÁLISIS
ADMINISTRATIVO,
LEGAL Y SOCIAL**

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO, LEGAL, Y SOCIAL

4.1 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

El análisis administrativo tiene como objetivo central definir las necesidades de perfil del grupo emprendedor y de personal que acompañará a este grupo. Describe las estructuras y los estilos de dirección, las políticas de Administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y resultados.

4.1.1 ORGANIZACIÓN

Al iniciar actividades “MASOOSI Cía. Ltda.”, se constituirá como compañía limitada y estará compuesta por tres socios: Mario Cayetano, Silvia Castillo y Soo Yon Yoo, quienes aportarán con \$28,620.00 en total y se vincularán a la empresa en calidad de:

- Gerente General
- Jefe de Ventas
- Jefe de Producción

El organigrama de la empresa será el siguiente:

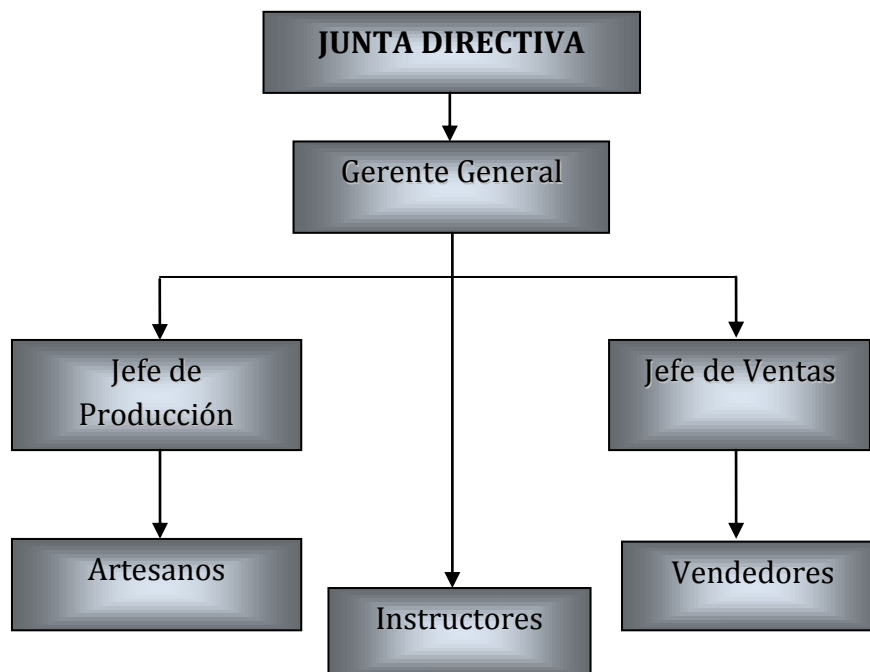


Fig. 4-1: Organigrama de MASOOSI Cía. Ltda.

4.1.2 ACTIVIDADES DEL PERSONAL

La Junta Directiva estará conformada por los socios y sus funciones básicas serán la definición de metas y estrategias de la empresa.

El Gerente General será el representante legal de la compañía, y además tendrá a su cargo el manejo administrativo y financiero de la empresa.

El Jefe de producción tendrá las siguientes funciones:

- ✓ Recepción de materia prima, supervisión de los artesanos y empleados del local.
- ✓ Controlará la producción diaria del producto para la confirmación de pedidos y ventas.
- ✓ Coordinará la mano de obra, los materiales, herramientas y las instalaciones para mejorar en lo mejor posible la producción.
- ✓ Vigilará que el personal del área de producción realice eficazmente sus labores y despache adecuadamente el producto.
- ✓ Formulará y desarrollará los métodos más adecuados para la elaboración del producto, hará informes sobre los avances del proceso de producción.
- ✓ Optimizará la materia prima, equipos y solución de problemas técnicos.

Los artesanos trabajarán a tiempo completo, dentro de la línea de producción, sus funciones son: elaborar el Origami, operar los equipos y maquinarias del taller, limpieza del taller.

El Jefe de Ventas tendrá las siguientes responsabilidades:

- ✓ Manejar la fuerza de ventas y coordinar las campañas de publicidad y estrategias de comercialización del producto.
- ✓ Tener un control de las necesidades de los clientes.
- ✓ Distribuir el producto en el momento necesario.
- ✓ Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.
- ✓ Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos.
- ✓ Supervisar la atención a los clientes para que estos queden satisfechos con el producto/servicio otorgado.

El Instructor tendrá las siguientes responsabilidades:

- ✓ Solicitar con debida anticipación al curso, el material a utilizar y la lista de los participantes.

- ✓ Planificar en cada clase la parte teórica y la práctica del contenido a desarrollar en función de un objetivo previsto con apoyo del material didáctico.
- ✓ Desarrollar clases teóricas y prácticas para fortalecer destrezas y habilidades.
- ✓ Cumplir con el proceso de capacitación en el tiempo y área asignadas.
- ✓ Ser facilitador del aprendizaje en los grupos asignados.
- ✓ Cumplir con la planificación establecida en la programación y calendarización establecida.
- ✓ Evaluar parcial y globalmente a los participantes de su grupo.
- ✓ Elaborar un informe final del trabajo realizado.

El vendedor trabajará a tiempo completo, sus funciones son: comercializar el producto, planificar las ventas y posventas, contacto directo con los clientes, búsqueda de nuevos clientes, cobranzas.

4.2 ANÁLISIS LEGAL

MASOOSI Cía. Ltda., será una compañía limitada legalmente constituida, adscrita a la Superintendencia de Compañías, y sujeta a las leyes tributarias impuestas para toda sociedad jurídica, logrando de esta forma proteger el patrimonio y la inversión realizada.

MASOOSI Cía. Ltda. tendrá su propio número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y los impuestos que debe tomar en cuenta son:

Impuesto al Valor Agregado (IVA): El papel se encuentra dentro de la lista de productos gravados con este tributo.

Impuesto a la renta: Este será calculado y pagado de acuerdo a las leyes tributarias vigentes.

Facturación: Para fines de cumplimiento con las leyes tributarias, la empresa contará con facturas que cumpla los requisitos que determina el Sistema de Rentas Internas. Dicho documento servirá también para el control del inventario.

Entre los principales permisos que tiene que afrontar un negocio de esta naturaleza tenemos:

Permiso de funcionamiento: La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil es la encargada de proporcionar el permiso respectivo.

Permiso de bomberos: Se lo obtiene a través del Cuerpo de Bomberos, y es importante poseerlo por la cantidad de papel que se almacenará en las bodegas, tanto de materia prima como de papel reciclado.

El procedimiento para registrar la compañía, es el siguiente:

a) **Tipo de compañía:** Compañía Limitada, Dirección: Guayaquil. Según el crecimiento del negocio posteriormente se abrirán sucursales en otras ciudades del País.

b) **Nombre de la compañía:** MASOOSI Cía. Ltda., cuya aprobación toma 4 días, se gestionará ante la Superintendencia de Compañías por nuestro abogado.

c) **Documentación necesaria:** Consiste en copias certificadas de cédulas de identidad de los inversionistas y poder para delegar el trámite a nuestro abogado para que nos represente en la ejecución de la escritura y en el proceso de incorporación.

d) **Legalizar la documentación:** Se legaliza la documentación del establecimiento de la compañía vía escritura pública ante un Notario. Los estatutos de la compañía deben incluir:

- Nombre de los socios
- Nombre de la compañía: MASOOSI Cía. Ltda.
- Domicilio de la empresa: Guayaquil –Ecuador
- Propósito de la compañía: Comercialización y aprendizaje del Origami
- Capital stock y valor de las acciones o cuotas
- Estructura corporativa de los representantes legales de la empresa, incluyendo sus poderes y limitaciones

e) **Aprobar la escritura de incorporación:** Aprobar la escritura de incorporación y la documentación de establecimiento de la compañía por parte de la Superintendencia de Compañías.

f) **Registrar la compañía:** Registrar la compañía en la Cámara de Comercio y de la Pequeña industria respectiva. Para ello se llena el formulario, se adjunta una copia de los estatutos y se cancela los costos de registro.

g) **Inscripción en el Registro Mercantil:** Anexar la documentación y cancelar la cuota respectiva. El trámite toma 48 horas.

h) **Obtención del RUC en el SRI:** Es un requisito obligatorio para imprimir facturas y permite iniciar actividades comerciales.

i) **Obtener los oficios de aceptación de las personas designadas a puestos por los estatutos:** Deben incluir el nombre, No.- de identificación y firma del representante legal y de su suplente, Miembros del Directorio, Auditor. La carta de designación debe registrarse en el Registro Mercantil para que tenga efecto.

j) **Abrir una cuenta bancaria:** Para uso de la compañía y de tipo corriente.

4.3 ANÁLISIS SOCIAL

- El aporte de nuestro proyecto, es de gran interés y utilidad para nuestro país, ya que nos dará la posibilidad de integrar a la gente y de culturizarla en costumbres y disciplinas de otros países, específicamente del continente asiático que es tan destacado y conocido a nivel mundial.
- Ayudaremos a muchas personas que cursen nuestros talleres de aprendizaje, ya que la técnica del plegado no sólo es amena por su valor pedagógico, sino que también estimula la imaginación, activa la concentración, enriquece el progreso de habilidades y es un buen modo de ejercer la motricidad fina de las manos.



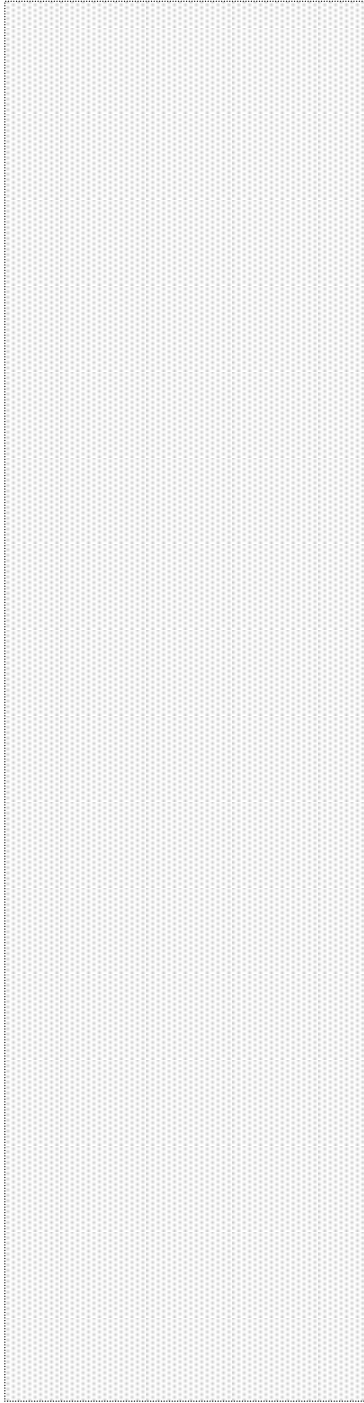
Figura 4-2: Origami mejora motricidad de las manos

- Daremos empleo en nuestra empresa y esto les servirá a las personas en lo económico, en su aprendizaje y también en su familiarización en el área artesanal del Origami.
- Nuestro proyecto servirá de ayuda también para los más pequeños, ya que se ha comprobado que la papiroflexia ayuda a los problemas psíquicos y psicológicos, ya que los niños al estar concentrados realizando una actividad manual se alejan de sus obsesiones y temores.



Figura 4-3: Papiroflexia (Origami) ayuda psíquicamente a los niños

- La materia prima utilizada en la elaboración de nuestro producto es estrictamente artesanal al ser solo el papel, y no produce contaminación alguna.



CAPÍTULO 5

ANÁLISIS

ECONÓMICO

CAPÍTULO 5

5. ANÁLISIS ECONÓMICO

El análisis financiero da un diagnóstico de la situación actual y predice eventos futuros del negocio. A continuación detallaremos un análisis que abarca los cinco años de duración del proyecto, para el cual se tomaron en cuenta los siguientes parámetros:

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación	4%	3%	2%	1%	1%
Descuento sobre ventas	20%	20%	20%	20%	20%
Incremento en la producción	0%	14%	19%	22%	28%
Índice de incremento de precios	1,04	1,03	1,02	1,01	1,01
Impuestos	25%	25%	25%	25%	25%
Participación de trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%

Tabla 5-1: Parámetros

Se ha realizado una estimación de la inflación por medio de la Economista Jessica Villafuerte

(Ver ANEXO D)

Nota: La Inflación del año 2009 que indica el 4%, ha sido información tomada del INEC.

A continuación se realizarán los cálculos económicos para ver la forma de cómo se distribuirán cada uno de los recursos empleados para la realización del proyecto.

5.1 PRODUCCIÓN

La producción mensual durante el primer año será de 3.200 unidades dando un total de 38.400. Se estima incrementar la producción el segundo año en un 14.00%, al tercer año en un 19.00% al cuarto año en un 22.00% y al quinto año en un 28.00%.

(Ver ANEXO E)

AÑO	ARTESANOS	HORAS x DÍA	DÍAS x SEMANA	SEMANAS x MES	MESES x AÑO	ARTESANÍAS x HORA	PRODUCCIÓN ANUAL
1	5	8	5	4	12	4	38.400
2	6	8	5	4	12	5	57.600
3	6	8	6	4	12	6	82.944
4	8	8	6	4	12	6	110.592
5	10	8	6	4	12	7	161.280

Tabla 5-2: Planificación de la Producción

5.2 INVERSIÓN

La inversión inicial es por un total de 28.620,00 que incluye 9.000,00 en un vehículo, 720,75 en Maquinarias y Equipos, 2.844,00 en Muebles y Equipos de Oficina, 1.000,00 en Gastos de constitución, 1.800,00 en la Campaña publicitaria y 13.253,48 en capital de trabajo.

Se contemplan inversiones adicionales en los subsiguientes años de la duración del proyecto. (Ver ANEXO F)

5.3 PRESUPUESTO

Se contemplan los presupuestos mensuales de Materia prima, Mano de Obra, Material Directo, Gastos Generales de Producción, de Personal, de Gastos Generales, Gastos de Distribución y Publicidad. (Ver ANEXO G)

5.4 DEPRECIACIÓN

El método utilizado para depreciar todos los activos fijos es el de línea recta. (Ver ANEXO H)

5.5 AMORTIZACIÓN

De la inversión inicial se ha considerado amortizar durante los cinco años del proyecto los gastos de constitución, la campaña publicitaria y el capital de trabajo de los tres primeros meses.

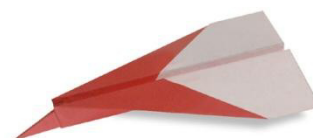
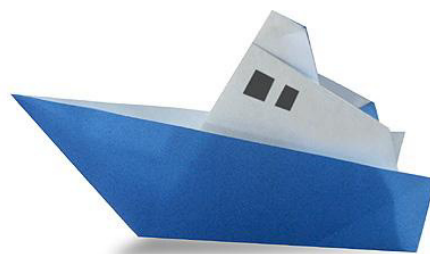
RUBROS	VALOR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de constitución	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Campaña publicitaria inicial	1.800,00	20%	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	1.800,00
Capital de Trabajo	13.253,48	20%	2.650,70	2.650,70	2.650,70	2.650,70	2.650,70	13.253,48
TOTAL AMORTIZACIÓN	16.053,48		3.210,70	3.210,70	3.210,70	3.210,70	3.210,70	16.053,48

Tabla 5-3: Amortización

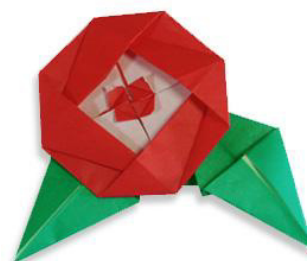


ANEXO A
CATEGORÍAS DE
ORIGAMI

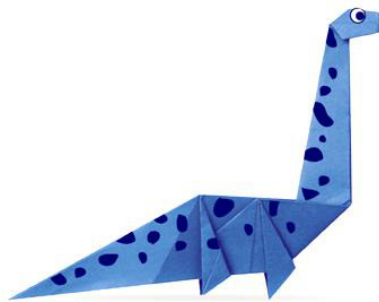
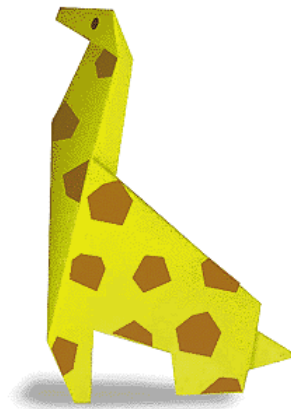
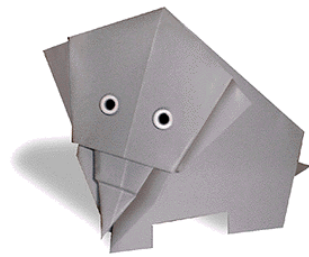
Aviones y barcos de Origami



Flores de Origami



Animales de Origami



Adornos de Navidad en Origami



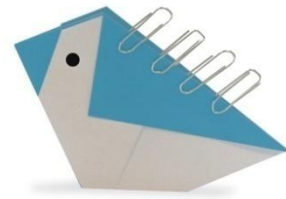
Accesorios de Origami



Naturaleza y escenarios de Origami

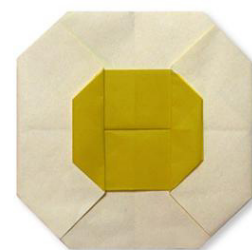
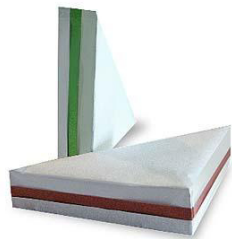


Cosas útiles de Origami



Comida y dulces en Origami

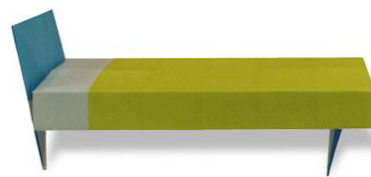
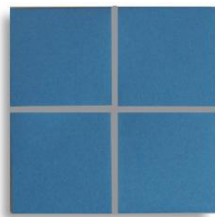
COMIDA



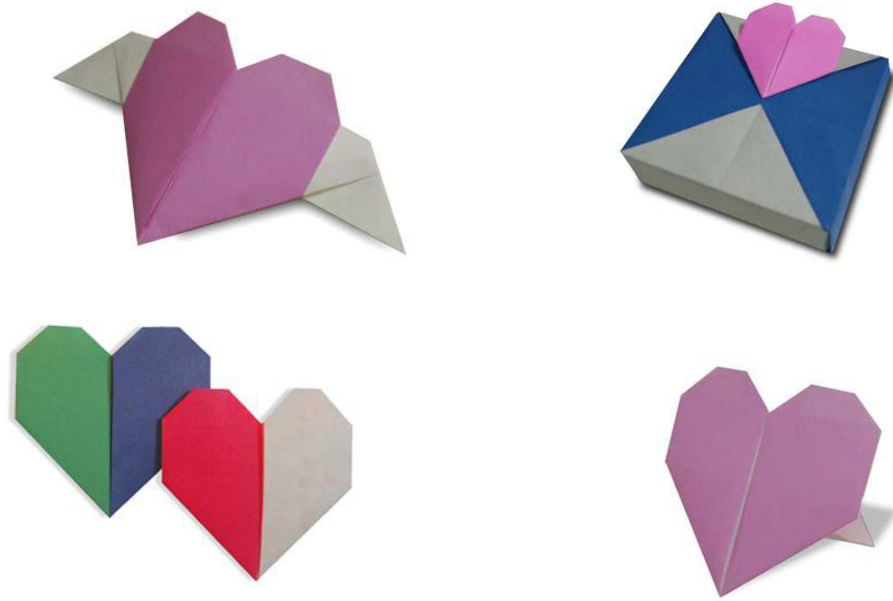
DULCES



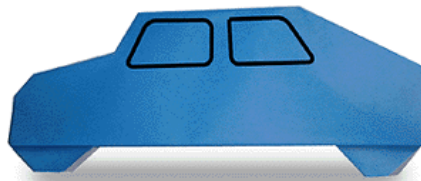
Muebles de Origami



Corazones de Origami



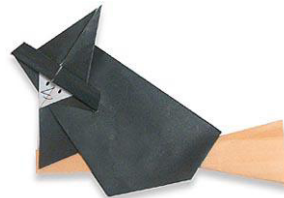
Carros de Origami



Ropa de Origami

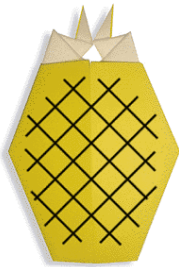


Origami para Halloween

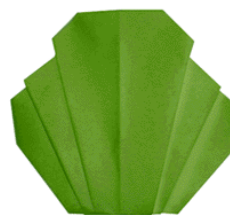


Frutas y Vegetales de Origami

FRUTAS



VEGETALES





ANEXO B
**MODELO DE
ENCUESTAS**

ENCUESTA MODELO UNO*Escuela Superior Politécnica del Litoral***– EDCOM –****ENCUESTA DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LA
TÉCNICA DE LA PAPIROFLEXIA**

SEÑOR(A): La encuesta que va a llenar a continuación nos ayudará a recabar su valiosa opinión sobre el conocimiento que posee acerca de la Técnica del plegado de papel “Origami”. Estamos seguros de que sus respuestas serán imparciales y objetivas, por lo que anticipadamente agradecemos la información proporcionada.

Marque con una X las respuestas a las siguientes preguntas:

Género: masculino () femenino ()

Edades: 7 – 14 () 15 – 18 () 19-25 () 26-35 () Otros ()

Especifique:

Sector: Norte () Sur () Centro () Otros ()

1) ¿Usted conoce o tiene referencias de un lugar en donde pueda adquirir el Origami?

() Si () No

Especifique el lugar:

2) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

Ramo de flores ()

Peluches ()

Otros () **Especifique:**

3) Usted conoce el Origami, ¿Qué le parece este producto?

➤ Muy bueno ()

➤ Bueno ()

➤ Regular ()

➤ Malo ()

ENCUESTA MODELO DOS

Escuela Superior Politécnica del Litoral

– EDCOM –

ENCUESTA DE INFORMACIÓN SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LA TÉCNICA DE LA PAPIROFLEXIA

SEÑOR(A): La encuesta que va a llenar a continuación nos ayudará a recabar su valiosa opinión sobre el conocimiento que posee acerca de la Técnica del plegado de papel “Origami”. Estamos seguros de que sus respuestas serán imparciales y objetivas, por lo que anticipadamente agradecemos la información proporcionada.

Marque con una X las respuestas a las siguientes preguntas:

Género: masculino () femenino ()

Edades:

7 – 14 () 15 – 18 () 19-25 () 26-35 () Otros () *Especifique:*

Sector: Norte () Sur () Centro () Otros () *Especifique:*

1) Después de conocer nuestro producto, ¿Qué le parece?

- *Muy bueno* ()
- *Bueno* ()
- *Regular* ()
- *Malo* ()

2) ¿Qué tipo de obsequio prefiere regalar en un día especial?

Ramo de flores ()
Peluches ()
Otros () *Especifique:*

3) ¿Le parece novedoso o interesante un producto original como este o prefiere los tradicionales? (ramos de flores, peluches, chocolates, tarjetas, etc.)

Si () *No* ()

Porque:

4) *¿Qué tipos de Origami le gustaría regalar?*

- () AVIONES
- () BARCOS
- () INSECTOS
- () FLORES
- () ANIMALES
- () NAVIDAD
- () Otros Especifique:

5) *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un Origami?*

- () \$1-\$10
- () \$11-\$20
- () \$21-\$30
- () Otro valor

Especifique:

6) *¿Por qué motivo usted obsequiaría un Origami?*

- Amistad ()
- Amor ()
- Entretenimiento ()

7) *¿Se sentiría usted motivado en aprender a realizar Origami o solo a comprar el producto?*

- () Aprender
- () Comprar

8) *Si usted se decidiera aprender la técnica del doblado de papel, ¿Por qué medio lo haría?*

- () Video Tutoriales
- () Por medio de un instructor

9) *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir un video o recibir un curso?*

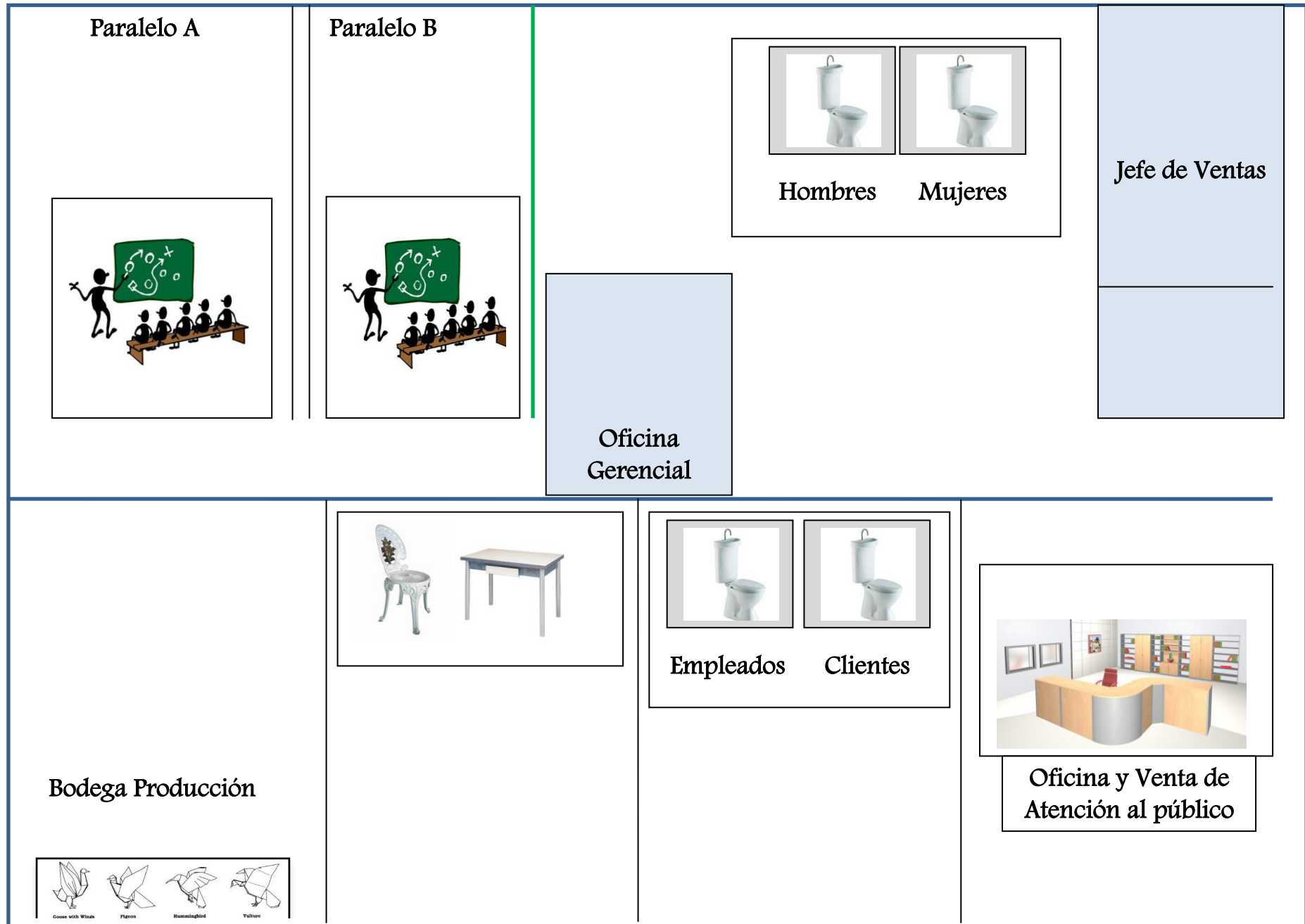
- () \$15-\$30
- () \$30-\$50
- () Otro valor Especifique:

10) *¿En qué horario podría recibir clases de Origami?*

Lunes a Viernes	()	Fines de Semana	()
En el día	()		
En la Tarde	()		
En la Noche	()		



ANEXO C
**DISTRIBUCIÓN DE LA
PLANTA**





ANEXO D
**PROYECCIÓN DE LA
INFLACIÓN**

PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS

El Índice de Precios al Consumidor (IPC), es un indicador económico que mide la evolución del nivel general de precios correspondiente al conjunto de artículos (bienes y servicios) de consumo adquiridos por los hogares durante un periodo determinado de tiempo.

El cálculo del IPC se realiza considerando ocho ciudades, 4 de la sierra: Quito, Cuenca, Ambato y Loja, y 4 de la costa: Guayaquil, Machala, Manta y Esmeraldas. Se realizan 18000 tomas de precios a nivel nacional, considerando una canasta de 299 artículos y tomando como período base el año 2004 (IPC=100). El ponderador refleja la importancia relativa del bien o servicio considerado, medida en términos del gasto efectivo de los hogares urbanos del país.

La Inflación Mensual registra la variación del IPC de un mes con respecto al mes anterior. La Inflación Anual registra la variación del IPC de un mes con respecto al mismo mes del año anterior. La Inflación Acumulada registra la variación del IPC de un mes con respecto a diciembre del año anterior. Si la Inflación es positiva significa que el IPC ha aumentado; si la Inflación es negativa, llamada Deflación, significa que el IPC ha disminuido.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), que es la entidad encargada de realizar la determinación de la inflación anual de manera oficial, registra los siguientes datos para los últimos años, al mes de julio de cada uno:

Julio 2006 : 2.99%

Julio 2007 : 2.58%

Julio 2008 : 9.87%

Julio 2009 : 3.85%

Por otra parte, el IPC a julio del 2009 fue de 123.01, mientras la inflación acumulada al mismo mes fue de 2.79% y la inflación mensual de julio fue de -0.07%, obteniéndose el tercer mes consecutivo (mayo, junio y julio) que se registra una deflación (inflación negativa).

Vale también señalar que la inflación anual más alta que se registró durante este gobierno ocurrió en agosto del 2008 con 10.02%, y desde entonces se ha registrado una tendencia sostenida a la baja, obteniéndose en diciembre 2008 el 8.83%, en abril 2009 el 6.52% y en julio 2009 el 3.85%.

Todo lo anterior, agregado al hecho de que nuestro país a julio 2009 tuvo una inflación por debajo del promedio de América Latina y los Estados Unidos que fue de 4.09%, nos lleva a pensar que el gobierno y sus políticas económicas han logrado controlar la

inflación, a pesar de la recesión económica mundial, de la caída de los precios del petróleo y de la disminución de las remesas de los migrantes ecuatorianos.

La recuperación lenta pero sostenida de la economía mundial, particularmente la de los Estados Unidos, la recuperación de los precios del petróleo y el hecho de que el gobierno empiece un nuevo período de cuatro años sin tener elecciones a la vista en los próximos años, nos lleva a pensar que el gobierno seguirá privilegiando la inversión social, particularmente en salud y educación, buscará incentivar la producción nacional, mejorar la situación del empleo y subempleo, mejorar la balanza de pagos con los países con los que Ecuador comercia y realizar grandes obras de infraestructura que garanticen la suficiencia energética al país y por tanto su desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos ecuatorianos.

Todo esto nos permite concluir que el gobierno logrará alcanzar la meta de mantener la inflación anual en un solo dígito y no solo eso sino reducir la inflación anual, de manera que proyectada al mes de julio de los próximos años, podría lograr los siguientes niveles:

A julio de 2010, por debajo del 3%

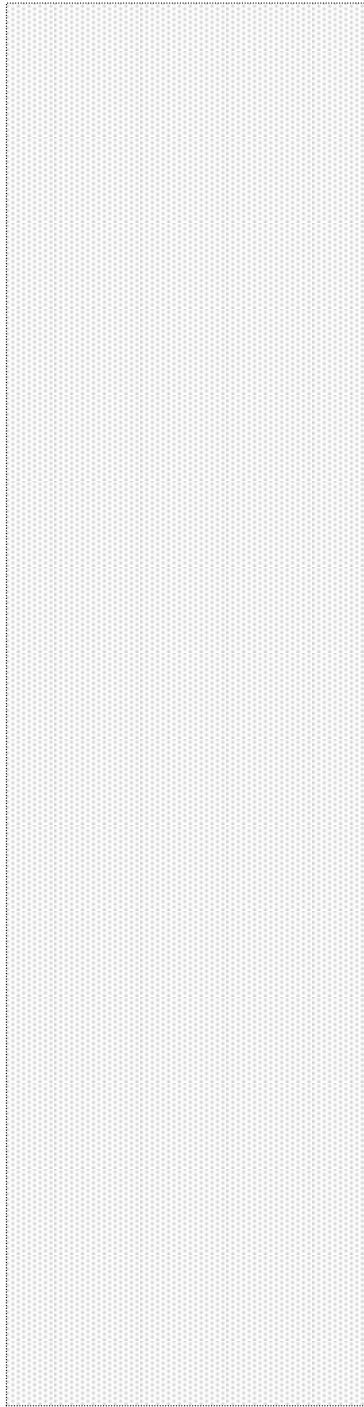
A julio de 2011, por debajo del 2%

A julio de 2012, por debajo del 1%

A julio de 2013, por debajo del 1%

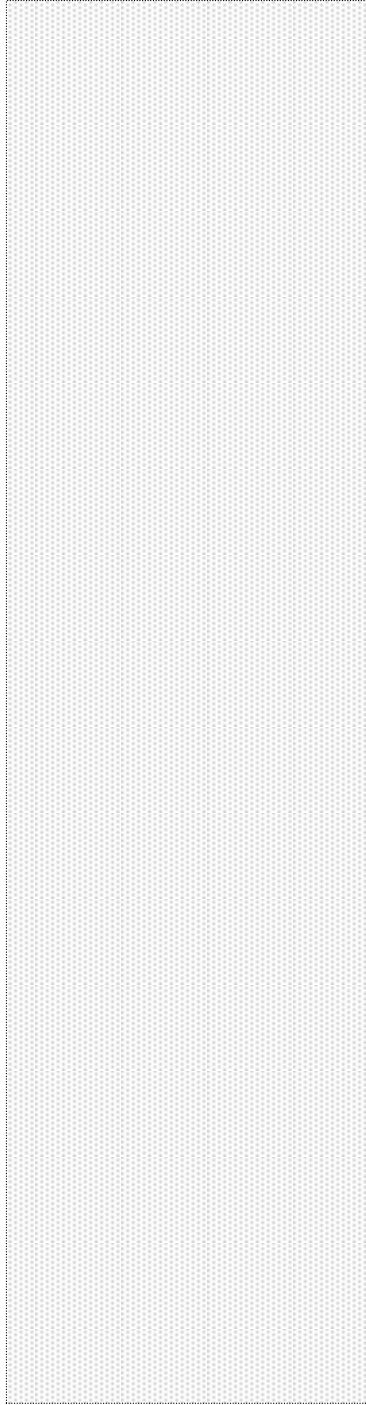
La confianza en las políticas macroeconómicas del gobierno y en la conducción general del estado nos permite realizar las estimaciones antes indicadas, ya que nadie puede predecir con exactitud una variable económica como la inflación anual que está sujeta no solo a factores internos sino también externos.

Asesoría: Economista Jessica Villafuerte



ANEXO E
PRODUCCIÓN
ANUAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total	Cant.	P.V.M.	P.V.P.	Total
Aviones y barcos de Origami (P)	180	0,35	0,44	78,75	205	0,36	0,45	92,38	245	0,37	0,46	112,61	299	0,37	0,46	138,81	383	0,38	0,47	179,58
Flores de Origami (P)	189	0,45	0,56	106,31	215	0,46	0,58	124,57	257	0,47	0,59	151,88	314	0,48	0,60	187,42	402	0,48	0,60	242,34
Animales de Origami (P)	240	0,56	0,69	166,50	274	0,57	0,71	195,79	327	0,58	0,73	238,34	399	0,59	0,74	293,72	511	0,59	0,74	379,93
Aviones y barcos de Origami (M)	185	1,00	1,25	231,25	211	1,03	1,29	271,66	252	1,05	1,31	330,94	308	1,06	1,33	408,53	394	1,07	1,34	527,82
Flores de Origami (M)	232	1,40	1,75	406,00	264	1,44	1,80	475,86	315	1,47	1,84	579,14	385	1,49	1,86	714,92	493	1,50	1,88	924,62
Animales de Origami (M)	175	1,45	1,81	317,19	200	1,49	1,87	373,38	239	1,52	1,90	455,11	292	1,54	1,92	561,59	374	1,55	1,94	726,49
Adornos de Navidad en Origami (M)	225	1,50	1,88	421,88	257	1,55	1,93	496,33	307	1,58	1,97	604,75	375	1,59	1,99	746,09	480	1,61	2,01	964,55
Aviones y barcos de Origami (G)	195	2,50	3,13	609,38	222	2,58	3,22	714,56	265	2,63	3,28	870,03	324	2,65	3,32	1.074,37	415	2,68	3,35	1.389,88
Flores de Origami (G)	235	2,45	3,06	719,69	268	2,52	3,15	845,37	320	2,57	3,22	1.029,59	391	2,60	3,25	1.270,61	500	2,63	3,28	1.641,07
Animales de Origami (G)	260	2,90	3,63	942,50	296	2,99	3,73	1.105,19	353	3,05	3,81	1.344,37	431	3,08	3,85	1.657,85	552	3,11	3,88	2.144,51
Adornos de Navidad en Origami (G)	250	2,85	3,56	890,63	285	2,94	3,67	1.045,77	340	2,99	3,74	1.272,54	415	3,02	3,78	1.568,78	531	3,05	3,82	2.027,35
Aviones y barcos de Origami (X)	185	4,15	5,19	959,69	211	4,27	5,34	1.127,40	252	4,36	5,45	1.373,40	308	4,40	5,50	1.695,38	394	4,45	5,56	2.190,46
Flores de Origami (X)	235	4,50	5,63	1.321,88	268	4,64	5,79	1.552,73	320	4,73	5,91	1.891,08	391	4,77	5,97	2.333,77	500	4,82	6,03	3.014,20
Animales de Origami (X)	225	4,75	5,94	1.335,94	257	4,89	6,12	1.571,72	307	4,99	6,24	1.915,05	375	5,04	6,30	2.362,62	480	5,09	6,36	3.054,39
Adornos de Navidad en Origami (X)	189	5,00	6,25	1.181,25	215	5,15	6,44	1.384,06	257	5,25	6,57	1.687,53	314	5,31	6,63	2.082,42	402	5,36	6,70	2.692,69
Accesorios de Origami (M)					192	1,00	1,25	240,00	229	1,02	1,28	291,98	280	1,03	1,29	360,57	358	1,04	1,30	465,62
Naturaleza y escenarios de Origami (M)					192	0,90	1,13	216,00	229	0,92	1,15	262,78	280	0,93	1,16	324,51	358	0,94	1,17	419,06
Accesorios de Origami (G)					200	2,35	2,94	587,50	239	2,40	3,00	716,10	292	2,42	3,03	883,65	374	2,45	3,06	1.143,12
Naturaleza y escenarios de Origami (G)					185	2,75	3,44	635,94	221	2,81	3,51	774,88	270	2,83	3,54	956,15	346	2,86	3,58	1.237,55
Accesorios de Origami (X)					183	4,75	5,94	1.086,56	218	4,85	6,06	1.320,26	266	4,89	6,12	1.627,07	340	4,94	6,18	2.100,51
Naturaleza y escenarios de Origami (X)					200	4,80	6,00	1.200,00	239	4,90	6,12	1.462,68	292	4,94	6,18	1.804,91	374	4,99	6,24	2.334,89
Cosas útiles de Origami (M)									200	1,00	1,25	250,00	244	1,01	1,26	308,05	312	1,02	1,28	397,84
Comida y dulces en Origami (M)									200	0,80	1,00	200,00	244	0,81	1,01	246,44	312	0,82	1,02	318,27
Cosas útiles de Origami (G)									199	2,50	3,13	621,88	243	2,53	3,16	766,97	311	2,55	3,19	991,41
Comida y dulces en Origami (G)									190	2,35	2,94	558,13	232	2,37	2,97	688,32	297	2,40	3,00	889,97
Cosas útiles de Origami (X)									200	4,70	5,88	1.175,00	244	4,75	5,93	1.447,84	312	4,79	5,99	1.869,84
Comida y dulces en Origami (X)									192	4,75	5,94	1.140,00	234	4,80	6,00	1.403,27	300	4,85	6,06	1.817,05
Muebles de Origami(X)													190	4,00	5,00	950,00	243	4,04	5,05	1.227,15
Corazones de Origami (M)													197	0,85	1,06	209,31	252	0,86	1,07	270,43
Corazones de Origami (G)													193	2,45	3,06	591,06	247	2,47	3,09	764,00
Corazones de Origami (X)													194	5,00	6,25	1.212,50	248	5,05	6,31	1.565,50
Carros de Origami (M)																185	1,00	1,25	231,25	
Carros de Origami (G)																220	2,50	3,13	687,50	
Carros de Origami (X)																185	4,50	5,63	1.040,63	
Ropa de Origami(M)																197	1,00	1,25	246,25	
Ropa de Origami(G)																235	2,60	3,25	763,75	
Ropa de Origami(X)																189	4,25	5,31	1.004,06	
Frutas y Vegetales de Origami(X)																199	4,35	5,44	1.082,06	
Origami para Halloween (X)																235	5,00	6,25	1.468,75	
TOTAL MENSUAL	3.200			9.688,81	4.800			15.342,76	6.912			22.630,02	9.216			30.877,49	13.440			46.436,36
PRODUCCIÓN ANUAL	38.400			116.265,75	57.600			184.113,14	82.944			271.560,28	110.592			370.529,90	161.280			557.236,30
Precio de Venta Unitario			3,03				3,20				3,27			3,35				3,46		
Incrementos en producción	0%				14%				19%				22%				28%			
Índice de incremento de precios		1,04				1,03				1,02				1,01				1,01		



ANEXO F
INVERSIÓN ANUAL

INVERSIÓN ANUAL

Vehículos

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total
Furgoneta	1	9.000,00	9.000,00							1	15.000,00	15.000,00						
TOTAL	1		9.000,00							1		15.000,00						

Maquinarias y Equipos

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total
Mesa de trabajo	5	70,00	350,00				1	72,10	72,10				2	72,82	145,64	2	75,02	150,04
Pegamento	20	0,85	17,00				30	0,88	26,27	35	0,89	31,26	40	0,90	36,08	45	0,91	40,99
Tijera	25	0,75	18,75				26	0,77	20,09	27	0,79	21,27	32	0,80	25,47	35	0,80	28,13
Guillotina	5	40,00	200,00				1	41,20	41,20				2	41,61	83,22	2	42,87	85,74
Silla	5	27,00	135,00				1	27,81	27,81				2	28,09	56,18	2	28,94	57,87
TOTAL	60		720,75				59		187,46	62		52,53	78		346,59	86		362,78

Muebles y Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total
Ventilador	4	50,00	200,00															
Aire Acondicionado	2	420,00	840,00															
Escritorio (Instructor)	2	80,00	160,00				1	82,40	82,40	1	84,05	84,05	1	84,89	84,89	1	85,74	85,74
Escritorio Tipo Ejecutivo	3	260,00	780,00															
Sillas(capacitación)	10	15,00	150,00															
Silla Tipo Ejecutivo	3	70,00	210,00															
Sillas (Instructor)	2	27,00	54,00				1	27,81	27,81	1	28,37	28,37	1	28,65	28,65	1	28,94	28,94
Sillas (Vendedor)	3	25,00	75,00				1	25,75	25,75	2	26,27	52,53	1	26,53	26,53	1	26,79	26,79
Teléfono	3	35,00	105,00										1	35,35	35,35			
Extintores de incendios (10 libras)	5	40,00	200,00															
Varios utiles oficina			70,00			100,00			150,00			190,00			225,00			250,00
TOTAL	37		2.844,00	0		100,00	3		285,96	4		354,94	4		400,42	3		391,47

Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total	Cant.	Costo	Total
Constitución de la Compañía			350,00															
Permisos y Contratos			650,00															
TOTAL	0		1.000,00															

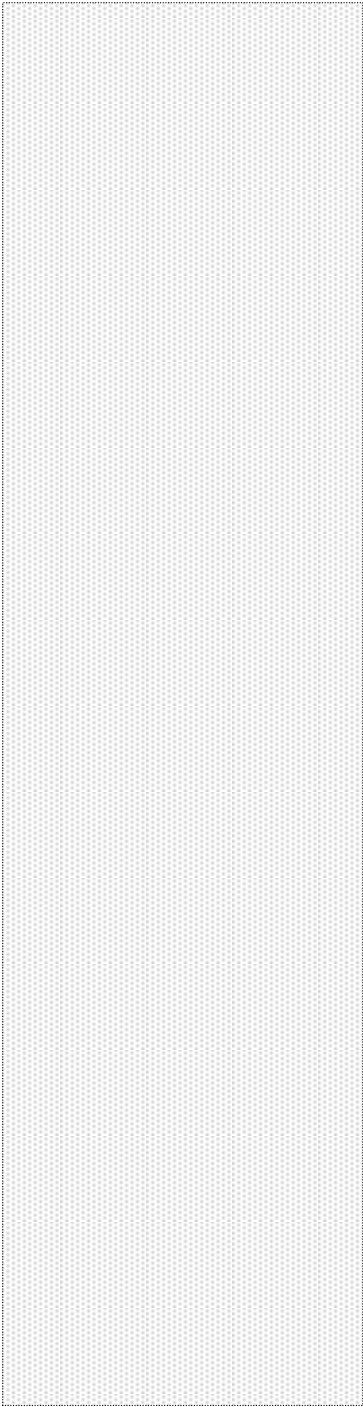
Campaña publicitaria inicial

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total
Publicidad hojas volantes	3	350,00	1.050,00															
Campaña publicitaria (radio)	3	250,00	750,00															
TOTAL	6		1.800,00															

Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	AÑO 0			AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total
Operación	3	1.400,00	4.200,00															
Administración y Ventas	3	2.640,00	7.920,00															
Gastos Generales	3	377,83	1.133,48															
TOTAL	9		13.253,48	0		0,00	0		0,00	0		0,00	0		0,00	0		0,00
TOTAL INVERSIÓN			28.618,23			100,00			473,42			15.407,47			747,00			754,24

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión en Activos Fijos	12.564,75	100,00	473,42	15.407,47	747,00	754,24
Gastos de constitución	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Campaña publicitaria inicial	1.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	13.253,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos a asegurar	12.564,75	12.664,75	13.138,17	28.545,64	29.292,65	30.046,89
Seguro de incendio (3/1000)	37,69	37,99	39,41	85,64	87,88	90,14
Seguro de robo (3/100)	376,94	379,94	394,15	856,37	878,78	901,41
Total Seguro	414,64	417,94	433,56	942,01	966,66	991,55



ANEXO G
PRESUPUESTO
ANUAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total
Artisanos	5	280,00	1.400,00	6	288,40	1.730,40	6	294,17	1.765,01	8	297,11	2.376,88	10	300,08	3.000,81
Total Mensual	5		1.400,00	6		1.730,40	6		1.765,01	8		2.376,88	10		3.000,81
TOTAL ANUAL	5		16.800,00	6		20.764,80	6		21.180,10	8		28.522,53	10		36.009,69

DESCRIPCIÓN	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5			
	Cant.	Unidades	Costo	Total	Cant.	Unidades	Costo	Total	Cant.	Unidades	Costo	Total	Cant.	Unidades	Costo	Total	Cant.	Unidades	Costo	Total
Papel de 70 a 80 gr. de color	180	pliegos	0,85	153,00	240	pliegos	0,88	210,12	350	pliegos	0,89	312,55	530	pliegos	0,90	478,03	600	pliegos	0,91	546,58
Papel baticka	140	pliegos	1,30	182,00	160	pliegos	1,34	214,24	190	pliegos	1,37	259,50	400	pliegos	1,38	551,78	530	pliegos	1,39	738,41
Papel encerado	130	pliegos	1,60	208,00	160	pliegos	1,65	263,68	200	pliegos	1,68	336,19	375	pliegos	1,21	151,02	500	pliegos	1,71	857,37
Papel de seda	140	pliegos	1,80	252,00	150	pliegos	1,85	278,10	200	pliegos	1,89	378,22	350	pliegos	1,31	154,96	480	pliegos	1,93	925,96
Papel metalizado					155	pliegos	1,95	302,25	250	pliegos	1,99	497,25	340	pliegos	0,82	106,08	550	pliegos	2,03	1.115,94
Papel cartulina					165	pliegos	1,60	264,00	250	pliegos	1,63	408,00	350	pliegos	1,65	576,91	500	pliegos	1,66	832,40
Caja de 12 lápices de color	14	cajas	1,25	17,50	20	cajas	1,29	25,75	25	cajas	1,31	32,83	30	cajas	1,33	39,79	40	cajas	1,34	53,59
Caja de 12 marcadores	14	cajas	1,35	18,90	20	cajas	1,39	27,81	25	cajas	1,42	35,46	30	cajas	1,43	42,97	40	cajas	1,45	57,87
Total Mensual				831,40				1.585,95				2.260,00				2.101,55				5.128,12
TOTAL ANUAL				9.976,80				19.031,40				27.119,98				25.218,59				61.537,49

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
			Total			Total			Total			Total			Total
Seguros			34,83			36,13			78,50			80,55			82,63
Energía Eléctrica			135,00			150,00			175,00			190,00			210,00
Agua Potable			100,00			140,00			148,00			152,00			168,00
Teléfonos			48,00			58,00			70,00			80,00			95,00
Otros			60,00			90,00			100,00			140,00			175,00
Total Mensual			377,83			474,13			571,50			642,55			730,63
TOTAL ANUAL			4.533,94			5.689,56			6.858,01			7.710,66			8.767,55

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total
Vendedor	3	240,00	720,00	4	247,20	988,80	6	252,14	1.512,86	7	254,67	1.782,66	8	257,21	2.057,70
Instructor	2	340,00	680,00	3	350,20	1.050,60	4	357,20	1.428,82	5	360,78	1.803,88	6	364,38	2.186,30
Jefe de Ventas	1	380,00	380,00	1	391,40	391,40	1	399,23	399,23	1	403,22	403,22	1	407,25	407,25
Jefe de Producción	1	400,00	400,00	1	412,00	412,00	1	420,24	420,24	1	424,44	424,44	1	428,69	428,69
Gerente General	1	460,00	460,00	1	473,80	473,80	1	483,28	483,28	1	488,11	488,11	1	492,99	492,99
Total Mensual	8		2.640,00	10		3.316,60	13		4.244,42	15		4.902,31	17		5.572,93
TOTAL ANUAL	8		31.680,00	10		39.799,20	13		50.933,09	15		58.827,72	17		66.875,14

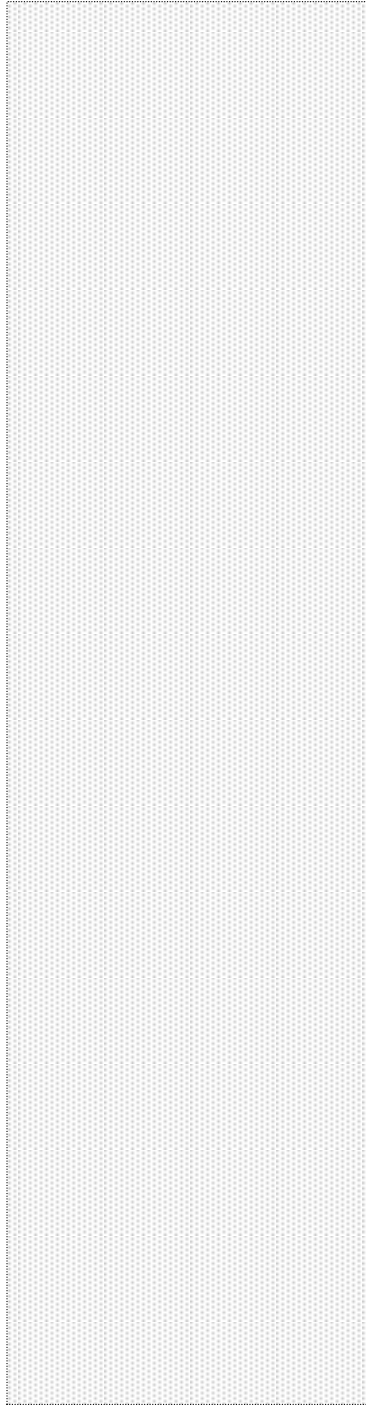
DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
Energía Eléctrica	45,00	50,00	58,33	63,33	70,00										
Agua Potable	33,33	46,67	49,33	50,67	56,00										
Teléfonos	16,00	19,33	23,33	26,67	31,67										
Alquiler	850,00	900,00	1.000,00	1.200,00	1.500,00										
Artículos de limpieza	60,00	120,00	145,00	160,00	180,00										
Otros	20,00	30,00	33,33	46,67	58,33										
Total Mensual	1.024,33	1.166,00	1.309,33	1.547,33	1.896,00										
TOTAL ANUAL	12.292,00	13.992,00	15.712,00	18.568,00	22.752,00										

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
Gasolina	120,00	145,00	200,00	250,00	300,00										
Total Mensual	120,00	145,00	200,00	250,00	300,00										
TOTAL ANUAL	1.440,00	1.740,00	2.400,00	3.000,00	3.600,00										

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total		
Constitución de la Compañía															
Permisos y Contratos	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00										
Total Mensual	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00										
TOTAL ANUAL	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00	7.800,00										

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total	Meses	Costo	Total
Publicidad hojas volantes	3	350,00	1.050,00	3	360,50	1.081,50	3	367,71	1.103,13	4	371,39	1.485,55	4	375,10	1.500,40
Campaña publicitaria (radio)	3	250,00	750,00	3	257,50	772,50	3	262,65	787,95	4	265,28	1.061,11	4	267,93	1.071,72
Total mensual			150,00			154,50			157,59			212,22			214,34
TOTAL ANUAL			1.800,00			1.854,00			1.891,08			2.546,65			2.572,12
Total Presupuesto Mensual			7.193,56			9.222,58			11.157,85			12.682,85			17.492,83
Total Presupuesto Anual			86.322,74			110.670,96			133.894,25			152.194,14			209.914,00

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable Mensual	2.609,23	3.790,48	4.596,51	5.120,98	8.859,56
Costo Variable Anual	31.310,74	45.485,76	55.158,09	61.451,77	106.314,73
Costo Variable Unitario	0,8154	0,7897	0,6650	0,5557	0,6592
Total Costos Fijos Mensuales	4.584,33	5.432,10	6.561,35	7.561,86	16.218,93
Total Costos Fijos Anuales	55.012,00	65.185,20	78.736,17	90.742,37	101.027,14



ANEXO H
DEPRECIACIÓN
ANUAL

DEPRECIACIÓN ANUAL

Vehículos

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	9.000,00	10%	900,00	5	8.100,00	20,00%	1.620,00	1.620,00	1.620,00	1.620,00	1.620,00	8.100,00
2												
3	15.000,00	10%	1.500,00	5	13.500,00	20,00%			2.700,00	2.700,00	2.700,00	8.100,00
4												
5												
TOTAL	24.000,00		2.400,00		21.600,00		1.620,00	1.620,00	4.320,00	4.320,00	4.320,00	16.200,00

Maquinarias y Equipos

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	720,75	10%	72,08	3	648,68	33,33%	216,23	216,23	216,23			648,68
2	187,46	10%	18,75	3	168,71	33,33%		56,24	56,24	56,24		168,71
3	52,53	10%	5,25	3	47,28	33,33%			15,76	15,76	15,76	47,28
4	346,59	10%	34,66	3	311,93	33,33%				103,98	103,98	207,95
5	362,78	10%	36,28	3	326,50	33,33%					108,83	108,83
TOTAL	1.670,10		167,01		1.503,09		216,23	272,46	288,22	175,97	228,57	1.181,45

Muebles y Equipos de Oficina

AÑO	VALOR INICIAL	VALOR RESIDUAL		VIDA ÚTIL (años)	VALOR A DEPRECIAR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
		%	VALOR									
1	2.944,00	10%	294,40	5	2.649,60	20%	529,92	529,92	529,92	529,92	529,92	2.649,60
2	285,96	10%	28,60	5	257,36	20%		51,47	51,47	51,47	51,47	205,89
3	354,94	10%	35,49	5	319,45	20%			63,89	63,89	63,89	191,67
4	400,42	10%	40,04	5	360,37	20%				72,07	72,07	144,15
5	391,47	10%	39,15	5	352,32	20%					70,46	70,46
TOTAL	4.376,79		437,68		3.939,11		529,92	581,39	645,28	717,36	787,82	3.261,77
TOTAL DEPRECIACIÓN	30.046,89		3.004,69		27.042,20		2.366,15	2.473,86	5.253,50	5.213,33	5.336,39	20.643,23