

Barrios, Evelin Eliana

Plan de Negocio sobre estampados textiles

2020

*Instituto: Ciencias Sociales y
Administración*

Carrera: Licenciatura en Administración



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución – no comercial – sin obra derivada 4.0
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Documento descargado de RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional Arturo Jauretche

Cita recomendada:

Barrios, E. E. (2020) *Plan de Negocio sobre estampados textiles* [tesis de grado Universidad Nacional Arturo Jauretche]

Disponible en RID - UNAJ Repositorio Institucional Digital UNAJ <https://biblioteca.unaj.edu.ar/rid-unaj-repositorio-institucional-digital-unaj>

Trabajo Final Integrador y Proyecto

Instituto de Ciencias Sociales y Administración

Plan de Negocio sobre estampados textiles

Alumna: Evelin Eliana Barrios

Legajo N° 8400

Profesora: Tamara Damonte

Tutor: Darío Nicolás Federman

Resumen

En este proyecto se desarrolla el plan de negocio para la pyme 'Nos Une', y todos aquellos aspectos necesarios para su puesta en marcha y su funcionamiento. El principal objetivo de este negocio se centra en ofrecer una gran variedad de tipos de prendas y accesorios textiles con la técnica de sublimación, cuyos bocetos son novedosos y únicos ya que son diseñados por y para la propia empresa. Se trata del estudio externo e interno de un pequeño emprendimiento que busca instalarse en el partido de Florencio Varela, asimismo aspira extenderse por distintas localidades a través de la venta online. Su crecimiento está determinado por diferentes estrategias empresariales las cuales se efectúan cumpliendo con sus políticas económicas y sociales. En este trabajo se detallan los pasos a seguir para la implantación del negocio y se estudia la viabilidad del proyecto.

Palabras clave: viabilidad, sublimación, bocetos, textiles.

Abstract

This project develops the business plan for the SME 'Nos Une', and all those aspects necessary for its start-up and operation. The main objective of this business is to offer a wide variety of types of garments and textile accessories with the sublimation technique, whose sketches are novel and unique since they are designed by and for the company itself. This is the external and internal study of a small enterprise that seeks to establish itself in the party of Florencio Varela, it also aspires to spread to different locations through online sales. Its growth is determined by different business strategies which are carried out in compliance with its economic and social policies. In this work, the steps to follow for the implementation of the business are detailed and the viability of the project is studied.

Keywords: feasibility, sublimation, sketches, textile.

Índice

Capítulo 1: Resumen Ejecutivo	6
Resumen Ejecutivo.....	7
Propuesta De Valor.....	8
Capítulo 2: El Proyecto	9
Misión, visión, valores y objetivos.....	10
Responsabilidad social.....	12
Descripción del negocio.....	13
Justificación.....	15
Capítulo 3: Servicios y productos	17
Servicios.....	18
Productos.....	18
Ventajas frente a los competidores.....	25
Capítulo 4: Descripción del Sector	26
Descripción del Sector.....	27
Análisis Del Entorno General (Macroentorno- PESTEL).....	27
Factores Políticos.....	27
Factores Económicos.....	30
Factores Socio-Culturales.....	31
Factores Tecnológicos.....	32
Factores Ecológicos.....	34
Factores Legales.....	35
Análisis Del Entorno Interno (Microentorno – FODA).....	36
Estrategias de crecimiento.....	38
Estrategias de defensa.....	40
Estrategias de refuerzo.....	41
Estrategias de supervivencia.....	43
Análisis Del Entorno Sectorial: La Posición Competitiva.....	43
Poder de negociación de los clientes.....	44
Poder de negociación de los proveedores.....	44
Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	44
Amenaza de nuevos productos sustitutos.....	45
Rivalidad entre los competidores.....	45

Capítulo 5: Segmentación de Mercado.....	47
Variables geográficas.	48
Variables demográficas	48
Variables socioeconómicas.....	49
Variables psicográficas.	49
Capítulo 6: Estrategias de Comercialización	50
Cartera de clientes.....	51
Imagen visual corporativa	51
Canales de venta.	52
Estrategias de marketing	53
Producto.....	54
Precio	57
Promoción	58
Plaza y distribución.....	63
Capítulo 7: Recursos Humanos	65
Recursos Humanos.....	66
Organigrama empresarial jerárquico.....	66
Listado del personal.....	67
Política de remuneración.....	73
Capítulo 8: Protección y Normativa.....	76
Análisis y requisitos legales.....	77
Forma jurídica de la organización.....	78
Normativas de regulación de la actividad	79
Capítulo 9: Proceso Productivo	81
Proceso Productivo	82
Localización y distribución	82
Maquinaria, equipos e insumos.....	83
Descripción del proceso productivo	84
Técnica: Sublimación con impresión digital	86
Capítulo 10: Plan Económico y Financiero	87
Plan de inversión	88
Inversión fija.....	88
Capital de trabajo	89
Fuente de financiación.....	90

Costos fijos y costos variables	90
Costos fijos	91
Costos variables	91
Costos total unitario	93
Proyección de ventas.....	94
Ingresos y egresos.....	95
Precio de venta unitario.....	95
Ingresos.....	96
Egresos	97
Ingresos en pesos anuales	98
Costos variables anuales	98
Cuadro de resultados.....	99
Punto de equilibrio	99
Flujo de fondos	102
Cálculo de la VAN y de la TIR	103
VAN.....	103
TIR.....	104
Periodo de recupero de la inversión	104
Capítulo 11: Conclusión.....	105
Conclusiones.....	106
Anexos.....	108
Bibliografía.....	132

Capítulo 1

Resumen Ejecutivo

1. RESUMEN EJECUTIVO

En el siguiente informe, se presentará la propuesta de estampados textil. Este proyecto apunta ser una PyMe denominada '**Nos Une**', cuya actividad es la venta mayorista, tanto de remeras estampadas, como así también la personalización de otro tipo de prendas y accesorios. Contará con una exhibición en un centro comercial ubicado en la localidad de Florencio Varela, integrada por cinco empleados para cubrir el área de administración (gerencia y atención al cliente), de fabricación (diseño, producción y despacho) y del orden del lugar (limpieza).

El público al que aspira este proyecto se basará principalmente en: empresas, estudiantes de secundaria y jardín, asociaciones, clubes deportivos y para eventos ocasionales. Es decir, abarca una comunidad donde identifica la demanda en masa y puede posicionarse como innovadora.

La PyMe se diferenciará por utilizar la técnica de sublimación, brindando calidad en los productos textiles y en la impresión de los mismos. Además, provee una rápida y eficaz respuesta al cliente, a los cuales les otorga diseños personalizados, como por ejemplo, podemos mencionar la creación de logos para Pymes y formatos escolares para egresados. Cabe destacar que la amplia cartera de demandantes que enfrenta, busca artículos gráficos que demuestran la conectividad de sus opiniones y de su personalidad en cada diseño. Es por eso, que tiene como punto de partida, la prolijidad y creatividad de esbozos, ambos criterios son determinantes de su éxito y sustentabilidad en el mercado.

La rentabilidad se garantiza a partir de la implementación de estrategias de publicidad y promoción, las cuales se llevan a cabo vía online y de forma presencial. '**Nos Une**', se caracteriza por el seguimiento continuo de clientes y de costos, para acrecentar lazos y lograr la fidelización de los mismos. Estas tácticas permiten que la empresa se inserte en el mercado de una manera eficaz, debido a que lleva adelante un análisis de su entorno social, es decir, que tiene en cuenta a sus compradores, competidores y proveedores, en pos de vender un producto altamente innovador y a un precio razonable.

1.1. PROPUESTA DE VALOR

Somos el puntapié para materializar en forma textil las ideas.

Confeccionamos la sublimación de prendas, inspiradas en la personalización de cada cliente, con el fin de identificar la sugestión de un grupo y equipo de personas.

Nuestro punto de partida es la escucha de nuestros clientes para descubrir el sentido profundo de sus necesidades. Luego desarrollamos la exclusividad de diseños, en los cuales forjamos sus ideas, logos o cualquier tipo de modelo gráfico considerado como propuesta, por ende, podemos decir que abarcamos temáticas de diversas índoles con el objetivo de responder dicha demanda. Una vez confeccionado el diseño gráfico, lo ejecutamos en las prendas y/o accesorios textiles con la técnica de sublimación en base a la perspectiva de los demandantes, y planeamos su producción en masa para el aprovechamiento de los costos y para poder ofrecer precios accesibles y competitivos. Además desarrollamos prendas con calidad y les otorgamos a nuestros clientes una imagen que impacte a su entorno/rubro/área, con el fin de que aquellos grupos de personas puedan identificarse y sobresalir en el contexto que se encuentra.

Capítulo 2

El Proyecto

2. EL PROYECTO

2.A. Misión, visión, valores y objetivos.

A continuación, se hará mención de los objetivos y de la cultura organizacional que tiene '**Nos Une**', para desarrollarse como una unidad productiva a la que aspira ser creativa, rentable y sostenible a largo plazo.

Misión:

Brindar soluciones integrales de sublimación textil a todos nuestros clientes de Florencio Varela y en distintos puntos geográficos, convirtiéndonos en la mayor alternativa respecto a: calidad, respaldo y servicio de prendas personalizadas, a través de productos con estampados decorativos y publicitarios.

Visión:

Que nuestra unidad productiva sea identificada a mediano tiempo por nuestros clientes como una organización innovadora en la sublimación textil, conformada por personal con vocación de servicio, calificado y motivado, que impulse acciones que contribuyan al desarrollo de una empresa proactiva y con credibilidad ante la comunidad.

Valores:

- »» Innovación: Ser únicos, partiendo de un producto ya existente, pero con la retroalimentación del cliente se crea un producto mejorado, esta es la insignia de nuestra marca.
- »» Transparencia y honestidad: Estos valores hacen que se forje la confianza en nuestro entorno social, es decir, honestidad hacia nuestro equipo, clientes, proveedores y competencia, para que nuestra empresa pueda alcanzar una buena reputación.
- »» Lealtad: Si nos mostramos leales y fieles con nuestro equipo y nuestros clientes, ellos nos devolverán esa fidelidad.

- » Puntualidad: En nuestro equipo, como la hora de llegada al trabajo, pago de facturas, etc. y en otras situaciones que afectan directamente al cliente potencial, como las reuniones de venta; los envíos y plazos de entrega.
- » Excelencia: Implica que la calidad sea llevada al máximo, ofreciendo el mejor servicio y al mejor precio, a través de la eficacia y eficiencia de los procesos productivos.
- » Trabajo en Equipo: En '**Nos Une**' se conoce la importancia de una buena comunicación y cooperación entre todos los departamentos para un excelente flujo de la información.
- » Claridad: A la hora de transmitir una idea y a la hora de cerrar un acuerdo. Es vital ser claro, para que todas las especificaciones sean manipuladas.
- » Tolerancia: Ser objetivos con los gustos de los clientes, brindar buenos servicios sin importar gustos e ideologías que serán estampados en nuestro producto.
- » Capacidad de análisis y autocrítica: Detectar las fortalezas y debilidades que arrojan resultados erróneos, para luego poder implementar la autocrítica como corrección de dichos resultados.

Objetivo general:

Proponer un servicio de buena calidad de estampados textiles, que disponga de diseños originales y novedosos, y que respondan temáticas diferentes ajustadas a la personalidad de cada cliente.

Objetivos específicos:

- » Crear diseños originales para el estampado en textiles.
- » Enriquecer nuestros conocimientos en diversas áreas del diseño.
- » Personalizar prendas y accesorios textiles con detalles que las diferencie de los modelos estándar acordes a lo que demande el cliente.

- »» Disponer un amplio catálogo de prendas (y/o accesorios) que respondan a todos los talles, formas, colores y texturas solicitadas.
- »» Actualizar las técnicas de diseños para estampados como respaldo competente a todos nuestros clientes.

2.B. Responsabilidad social

Considerando los objetivos y cultura empresarial que tiene '**Nos Une**', cabe destacar su responsabilidad social en las dimensiones económicas, ambientales y sociales, ya que se compromete con el bienestar de la comunidad y con la mejora del impacto de sus actividades; de esta manera optimiza su situación competitiva y su valor añadido.

- »» Dimensión económica: busca bajos costos en todo el proceso productivo, para que impacten en los precios finales de los productos a comercializar. Es por ello, que apunta a la venta mayorista, debido a que cuanto más volumen de pedido menor costo de producción. Por otra parte, los empleados estarán resguardados por la ley, ya que cuentan con puestos de trabajo en blanco que le permite tener todos los beneficios garantizados por el Estado (ART, cobertura médica, aportes, licencias pagas, etc.)
- »» Dimensión ambiental: la entrega de los productos apunta a la utilización del cartón de manera de evitar el consumo de plástico, cuyo factor negativo principal es la contaminación y la tardanza en desintegrarse. '**Nos Une**', enfrenta la demanda a través del empaque y embalaje, distinguiendo la cantidad requerida. Utiliza bolsas de papel madera para el empaque de una menor demanda de volumen y cajas de cartón para efectuar el embalaje de una mayor demanda de los productos.
- »» Dimensión social: al tratar con la industria indumentaria buscamos garantizar talles reales, logrando la inclusión de las personas afectadas por el impuesto y generalizado talle único o estándar. A su vez, esta PyMe no discrimina género, raza, religión, etc. de manera que el cliente al acercarse hacia nosotros no se

sienta excluido ni discriminado por la sociedad. Es decir, que **‘Nos Une’**, brinda un espacio sin prejuicios y una sensación de confort.

2.C. Descripción del Negocio

‘Nos Une’, se basa en la técnica de sublimación para confeccionar estampados textiles debido a que esta práctica nos ofrece nitidez y calidad de las impresiones, lo cual hace que sea la única opción para muchos tipos de ropa, desde prendas deportivas hasta diseños de alta costura. Este pyme apunta a la venta mayorista de prendas personalizadas, que responden temáticas y logos diferentes. Estos tipos de ventas, permiten observar el potencial que tiene, dado que abarca una diversidad de clientes, cuyas expectativas son respondidas con previa planificación.

A continuación se presentará el tipo de organización que se proyecta, como así también los productos que entrarán en el círculo de la comercialización.

La razón social de este emprendimiento es Sociedad Por Acciones Simplificada debido a que está enfocada en la Ley N° 27.349 de Apoyo al Capital Emprendedor, cuyas ventajas son: inscripción en 24hs; puede ser una sociedad unipersonal; autorización automática para emitir facturas “A”; bajos costos de constitución; capital mínimo de dos salarios mínimo, vital y móvil; la administración puede ser unipersonal; el capital se divide en acciones; entre otras características. Por ende, el nombre comercial de esta pyme es **“Nos Une S.A.S”**.

Esta pyme va a establecerse en un punto geográfico, considerado estratégico, en el partido Florencio Varela, calle España N° 3127 entre las calles Bartolomé Mitre y Sallares, en el cual se va a realizar la exhibición, fabricación y depósito de los productos. Se considera a este local como oportuno debido a su distribución interna (áreas de producción, atención al cliente, depósito, toilet y comedor) y externa (circulación constante de peatonal).

El emprendimiento va a estar compuesto por 5 (cinco) empleados que realizan distintas tareas. Un empleado va a estar a cargo de la gestión global de la empre-

sa, un segundo empleado responsable de los diseños gráficos, otro personal enfocado en el proceso productivo, asimismo habrá una persona encargada del despacho de pedidos y por último un auxiliar de limpieza.

Con respecto a la comercialización, se basa en la venta mayorista. Los productos que se lanzan al mercado, son esquematizados por un diseñador gráfico, cuya labor refleja la solicitud del cliente. Por lo tanto, los productos apuntan a la creación de logos para Pymes, como así también, en la confección de formatos y diseños para distintas entidades. Además, cabe destacar que las ventas, se realizan por vía online y de forma presencial.

Este negocio abarca clientes que atenderemos por encargo, para ello se les ofrecerá un catálogo de los productos que pueden ser personalizados. Esta customización responde desde lo más simple hasta lo más extravagante que solicite nuestro público destinatario. Como por ejemplo, las PyMes que no tienen estructurada su identificación gráfica, le ofrecemos la posibilidad de diseñar sus logos y estamparlos en material textil donde ellos lo requieran. Es por eso, que la empresa, confecciona el boceto en base a partir de una idea demandada. Podemos hacer alusión a: empresas, jardines de infantes y colegios, clubes deportivos, etc.

En cuanto lo que ofrecemos al mercado, es necesario hacer una distinción entre el servicio y producto a ofertar, dado que van a tener distintas cotizaciones:

» **Servicio:** nuestro servicio consta de una distinción fundamental: por un lado, llamamos 'modelos estándar' a nuestra confección de catálogo, es decir, que exhibimos diseños que no fueron sustraídos ni plagiados de otra fuente, sino creados por nuestra empresa. Por otra parte, el servicio de 'personalización', apunta a la creatividad y exclusividad del cliente, dicho de otra manera, se confecciona un boceto de lo que demanda el interesado.

» **Producto:** ofrecemos al mercado artículos estampados, es decir, que realizamos la adquisición de prendas lisas (insumo básico) las cuales pasan por una

etapa de producción que le agrega valor, y de esta forma se les presenta a los clientes. Estos productos terminados consisten en: remeras, chombas, buzos, etc.

2.1. JUSTIFICACIÓN

El plan de negocio de estampados sobre diversos tipos de textiles merece ser elaborado debido a que consideramos que, una vez que haya adquirido un perfil destacado y reconocido por el público, permite alcanzar y desarrollar distintas técnicas de producción, marketing y responsabilidad empresarial.

A su vez, este plan admite identificar la manera más eficiente de producir, para evitar bajas de rentabilidad y provocar una rápida respuesta ante la necesidad del cliente, es decir, se diferencia de la oferta de la competencia que posee solo una gama de diseños, aunque sea de diversa índole (personajes cómicos populares o frases conocidas socialmente), están masificados sin imprimir creatividad y customización del producto.

En contraposición, el trasfondo que tiene esta propuesta emprendedora es: por un lado, la innovación que puede impulsar el comerciante hacia el mercado, convirtiéndose en novedoso y original; y por otro lado, se pone en juego la creatividad recíproca entre vendedor y comprador, en pos de adquirir un producto para su satisfacción, es decir, el cliente presenta su idea, y en base a sus preferencias, la empresa, confecciona la imagen y el formato a imprimir; o en el caso contrario, se les presenta un catálogo con posibles diseños de marcos, letras, colores, entre otras características que se le pueden adicionar a la imagen/foto que el consumidor aporta.

Por último, cabe destacar que este esquema de negocio se enmarcará como un instrumento organizacional que guía a la empresa ya que ofrece un detalle minucioso sobre su comercialización. Por lo tanto, esta pyme se posicionará en el mercado con los modos de ventas online y presenciales. **'Nos Une'** es estrategia por su gestión, debido a que no solamente busca clientes a través de su publicidad, sino también que se moviliza por distintos medios (a través de comunicaciones

telefónicas, reuniones, etc.) y en base a un reporte de mercado (informe sobre demanda y competidores potenciales), para garantizar ser reconocido y lograr sus objetivos.

Capítulo 3

Servicios y Productos

3. SERVICIOS Y PRODUCTOS

3.A. SERVICIOS

Tal como mencionamos anteriormente, proveemos dos tipos de servicios, por un lado, ofrecemos un catálogo con “modelos estándar” lo cual permite impulsar hacia nuestros clientes diseños propios; o bien, ellos mismos podrían formar una especie de rompecabezas, uniendo sus expectativas con nuestras ideas (tipografía, color, marcos, tamaños, etc.) Por otra parte, brindamos el servicio de “personalización”, es decir, se elabora los diseños en base a los requerimientos específicos del cliente.

» **Catálogo:** A modo ilustrativo, se presentara algunos de nuestros diseños en las distintas prendas que comercializamos en el catálogo. La idea es brindarle al cliente ciertas ideas que complementan su requerimiento (se explayara sobre el tema en lo que respecta el planeamiento estratégico de marketing. Ver Cap. 6)

» **Personalización:** Si bien apuntamos a diversos grupos de clientes, haremos énfasis a las empresas que requieren la confección de logos. Es por ello que, se considera un cuestionamiento corporativo a la hora de crear ilustraciones. Esta lista de preguntas se divide en 5 (cinco) categorías: relacionadas a la empresa, a la marca, a las preferencias del diseño, el público objetivo y al presupuesto y tiempo que dispone. (Ver Anexo I: Cuestionamiento Corporativo).

3. B. PRODUCTOS

Comercializamos artículos que tienen una gran variedad de materiales en cuanto a su soporte textil y a las tintas a utilizar. Es decir, se puede fabricar una sublimación sobre tela de algodón o polyester; y los tipos de tinta varían de acuerdo a los diseños elaborados, como por ejemplo colores tradicionales, pasteles, flúor y combinados.

Los productos que ofrecemos al mercado son: remeras, musculosas, chombas, equipo deportivo, buzos, gorras, cartucheras, mochilas y set de jardín.

Las prendas de vestir que estampamos abarcan distintos talles, desde niño hasta para adultos. Es por eso que a continuación brindaremos las particularidades y talles que poseen cada uno; sin embargo queremos resaltar, que no pretendemos encasillar a las personas en un tipo de género y en un talle específico, sino que solo caracterizamos los artículos para que tengan una noción real de las medidas. El objetivo es que si nuestros clientes efectúan una compra de tipo online, sepan con exactitud las características propias de los productos, y por ende, no haya margen de error a la hora de determinar un pedido.

» Características y Talles de los productos:

REMERAS Y CHOMBAS

Características

Marca: De fábrica
Modelo: Remera Unisex Adulto
Diseño: A elección
Material Textil: A elección
Material Tinta: A elección
Tipo de manga: Corta
Color de manga: Sin variación
Tipo de cuello: Redondo

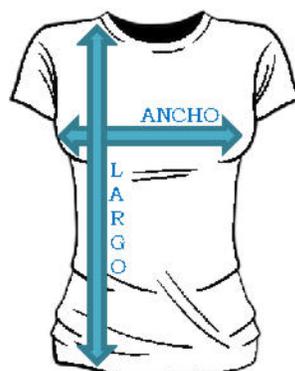


Talles

Medidas	ANCHO	LARGO
XS:	45 CM	x 62 CM
S:	50 CM	x 68 CM
M:	52 CM	x 72 CM
L:	55 CM	x 74 CM
XL:	58 CM	x 78 CM
XXL:	61 CM	x 80 CM
XXXL:	70 CM	x 95 CM

Características

Marca: De fábrica
Modelo: Remera Entallada
Diseño: A elección
Material Textil: A elección
Material Tinta: A elección
Tipo de manga: Corta
Color de manga: Sin variación
Tipo de cuello: Redondo



Talles

Medidas	ANCHO	LARGO
XS:	37 CM	x 60 CM
S:	39 CM	x 62 CM
M:	41 CM	x 64 CM
L:	43 CM	x 66 CM
XL:	45 CM	x 68 CM
XXL:	47 CM	x 70 CM
XXXL:	53 CM	x 74 CM

Características

Marca: De fábrica
Modelo: Remera Niño
Diseño: A elección
Material Textil: A elección
Material Tinta: A elección
Tipo de manga: Corta
Color de manga: Con variación
Tipo de cuello: Redondo

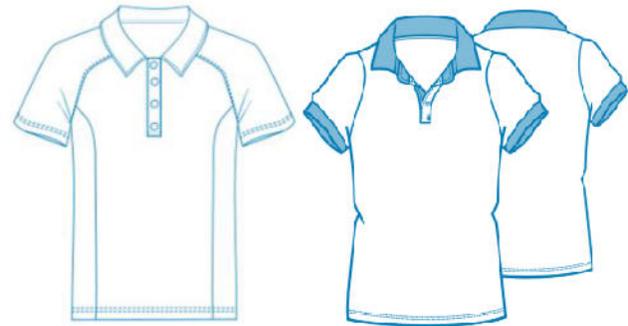


Talles

Talle	ANCHO	LARGO
4:	28 CM	x 44 CM
6:	31 CM	x 47 CM
8:	34 CM	x 50 CM
10:	36 CM	x 52 CM
12:	38 CM	x 54 CM
14:	42 CM	x 57 CM
16:	44 CM	x 59 CM

Aclaración: Las chombas poseen los mismos talles que los modelos de: Remera Unisex y de niños. Lo que varían son ciertas características. Ejemplo:

- Modelo: Chomba Niño / Unisex
- Tipo de manga: Corta
- Color de manga: Con/Sin variación
- Tipo de cuello: En "V"
- Aplicaciones: Botones.



MUSCULOSAS

Características

Marca: De fábrica
Modelo: Musculosa Entallada
Diseño: A elección
Material Textil: A elección
Material Tinta: A elección
Tipo de manga: Sin mangas
Tipo de cuello: "U"



Talles

Medidas	ANCHO	LARGO
S:	33 CM	x 59 CM
M:	35 CM	x 62 CM
L:	37 CM	x 65 CM
XL:	40 CM	x 68 CM
XXL:	43 CM	x 72 CM
XXXL:	45 CM	x 75 CM

Características

Marca: De fábrica
Modelo: Musculosa Unisex
Diseño: A elección
Material Textil: A elección
Material Tinta: A elección
Tipo de manga: Sin mangas
Tipo de cuello: Redondo



Talles

Medidas	ANCHO	LARGO
S:	50 CM	x 62 CM
M:	52 CM	x 64 CM
L:	55 CM	x 70 CM
XL:	60 CM	x 72 CM
XXL:	62 CM	x 74 CM
XXXL:	65 CM	x 78 CM

EQUIPOS DEPORTIVOS

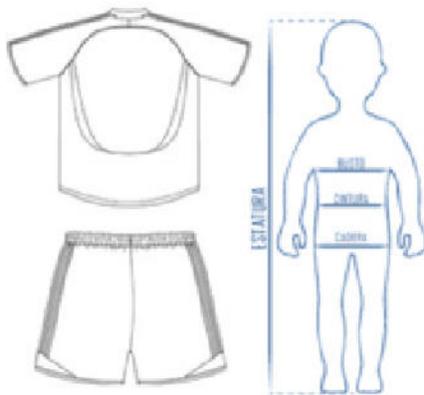


Tabla de Medidas: Infantil

TALLAS	2	4	6	8	10	12	14	16
Estatura (cm)	84	102	117	124	133	152	160	160
Busto	56	62	66	70	74	78	82	86
Cintura	54	58	60	62	64	66	68	70
Cadera	60	64	68	72	76	80	84	88

Tabla de Medidas: Adulto 1

TALLAS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL	4XL
Busto	90	94	102	106	114	118	126	130
Cintura	72	76	84	88	96	100	108	112
Cadera	90	94	102	106	114	118	126	130



Tabla de Medidas: Adulto 2

TALLAS	XXS	XS	S	M	L	XL	2XL	3XL	4XL
Busto	80	88	92	100	104	112	116	124	128
Cintura	58	66	70	78	82	90	94	102	106
Cadera	84	92	96	104	108	116	120	128	132

BUZOS (CANGUROS)

Talles Unisex

Medidas	ANCHO	LARGO
S:	62 CM	x 55 CM
M:	64 CM	x 57 CM
L:	66 CM	x 59 CM
XL:	68 CM	x 61 CM
XXL:	68 CM	x 61 CM
XXXL:	70 CM	x 63 CM



Talles Infantil

Talle	ANCHO	LARGO
10:	45 CM	x 57 CM
12:	47 CM	x 59 CM
14:	49 CM	x 61 CM
16:	51 CM	x 63 CM
18:	53 CM	x 65 CM

Aclaración: Los buzos varían en pequeños detalles los cuales se determinan a la hora de efectuar el pedido por parte de nuestros consumidores. Estas diferencias se basan:

- Tipo de bolsillo: Canguro/ Bolsillos laterales
- Capucha: Con/Sin Capucha
- Tipo de tela: A elección
- Color de puños y elástico de caderas: Con/Sin Variación
- Color de manga: Con/Sin variación

MIX DE PRODUCTOS

Gorras: Disponemos de 2 (dos) modelos de gorras: Trucker con red y de gabardina. Además ofrecemos colores combinados (tradicionales o flúor).



TRUCKER CON RED



GABARDINA

Cartucheras: Comercializamos cartucheras de portacosméticos, de modelo neopreno y de doble cierre. Ambos lados, de cualquier modelo, son aptos para estampar.



PORTACOMÉSTICOS



NEOPRENO



DOBLE CIERRE

Mochilas: Disponemos de 2 (dos) clases de mochilas; tropical y de jardín. La primera está fabricada con cordón tropical. La segunda es de neoprene y tiene cierre y tirantes regulables para mayor adaptabilidad y confort.

- Medidas del modelo tropical: 20x25 cm; 30x40 cm; 40x50 cm
- Medida del modelo de jardín: 30x20 cm.



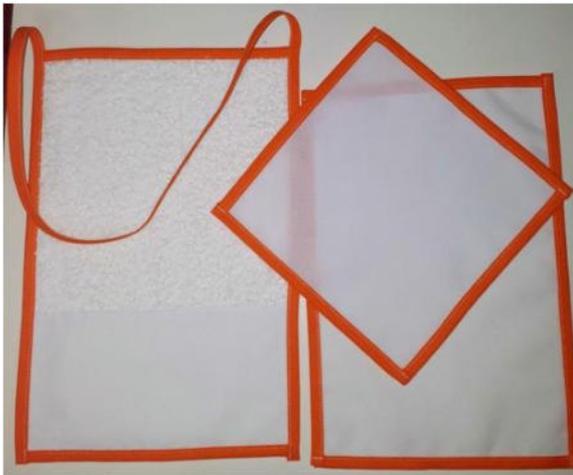
MOCHILA CON
CORDON TROPICAL



MOCHILA JARDIN CORDURA
Y NEOPRENE

Set de Jardín: Es un conjunto de 3 (tres) piezas, que incluye:

- Mantel 30x20 cm.
- Servilleta 20x20 cm.
- Toalla 30x20 cm con tira para colgar.



Aclaración: Todo los artículos con vivos de bias, puede ser blanco para sublimar el bias, o de colores como las fotos.

3. 1. VENTAJA FRENTE A LOS COMPETIDORES

Lo que distingue a **Nos Une** frente a la competencia es:

- » Entrega inmediata de diseños: elaboramos modelos exclusivos y personalizados para cualquier tipo de clientes, cuya entrega se planifica en un lapso de 24 a 48 hs.
- » Las transformaciones de prendas lisas: plasmamos un texto, imagen o logo en las prendas, por medio de sublimación. Somos especialistas estampando: remeras, chombas, buzos, gorras, mochilas, etc.
- » Proveemos nuestras creaciones en distintos materiales: brindamos el servicio de ofrecerles a los clientes, nuestra creación de diseños por distintos medios (mail, cd, pendrive, etc.), para sus fines concretos. Ejemplo: logos creados para Pymes, cuyo fin podría ser, la elaboración de folletos (actividad externa a la nuestra).
- » El envío rápido de productos: se reorganiza la agenda productiva, para efectuar el envío con la mayor precisión y rapidez posible.
- » Bono gratis con una compra: Nuestra venta mayorista nos permite ofertar un bono como reconocimiento de la superación del límite en cantidades adquiridas.
- » Un precio con descuento (para un producto): Proponemos, como un plus, un tipo de prenda con descuentos por la adquisición de otro producto.
- » Precio accesibles: Al enfrentar una demanda de mayor volumen se aplican descuentos por tener un menor costo de producción.
- » La inclusión de talles reales: Abarcamos distintos tipos de talles con la intención de que los clientes se sientan integrados en la sociedad. La información sobre las tallas está especificada por completo en la ficha de cada prenda o producto por medio de nuestro catálogo. No obstante, si se requiere de un talle que no se encuentre detallado en nuestro catálogo, se puede solicitar sin ningún tipo de inconveniente.

Capítulo 4

Descripción del Sector

4. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR:

Antes de efectuar la descripción del sector al que pertenece *Nos Une*, a través de las 5 fuerzas de Porter, impulsaremos un estudio sobre el mercado en el que se va a instalar, debido a que nos presenta un panorama del entorno que va a influir directa e indirectamente en todas las acciones, decisiones y resultados de la empresa. Dicho análisis tendrá en cuenta el contexto macroeconómico y microeconómico, es decir, consideraremos un conjunto de fuerzas distintas que son controlables e incontrolables desde lo más genérico hasta lo más próximo de nuestra pyme. Las herramientas utilizadas para dicho análisis son el PESTEL y FODA.

4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL (MACROENTORNO- PESTEL)

Proponemos la observación de los factores del entorno general que influyen en la empresa, haciendo alusión a la herramienta PESTEL. Dicho análisis va a permitirle a la empresa valorar el impacto de los mismos, detectar tendencias y patrones de comportamiento de la sociedad y prever futuras direcciones de cambio en el entorno.

Factores Políticos:

El Estado interviene en la economía a través de las distintas políticas monetarias y fiscales. Además, establece distintas normas en los diversos mercados como por ejemplo el laboral y el financiero. En octubre de 2019, Alberto Fernández fue electo presidente de Argentina (con 48,24% de los votos). Las elecciones estuvieron dominadas por las preocupaciones por la situación económica del país: la deuda externa, la inflación, y la pobreza.

Durante la gestión del gobierno Mauricio Macri se impulsaron abruptas medidas políticas, que repercutió de forma negativa a la sociedad y a las empresas, ocasionando en el año 2019 un crecimiento del PIB negativo de 2,2% (en comparación con 2,5% en 2018); una alta tasa de inflación (según el FMI, la tasa de inflación aumentó de 34,3% en 2018 a 53,5% en 2019); una fuerte devaluación con crecimientos progresivos y elevadas tarifas de los servicios públicos.

Argentina ha debido afrontar una nueva crisis económica, gatillada por un déficit y una deuda crecientes, y la inestabilidad política con alternancias entre gobierno de derecha e izquierda. Cabe destacar que una de las principales causas de estos fenómenos dañinos para nuestro país, fue el préstamo otorgado por el Fondo Monetario Internacional, lo cual condujo a adoptar medidas impuestas por dicho organismo en pos de asegurar su prestación. Durante los últimos cuatro años, 21.500 pequeñas y medianas empresas (PyMEs), una fuente esencial de empleo, se han cerrado. Esto ha llevado a una tasa de desempleo de 10,1% y aproximadamente la mitad de la población económicamente activa trabaja en la economía informal. De esta manera, se genera un círculo vicioso entre oferta y demanda, cuyos efectos traban la gestión y maniobras de la Argentina, que agravaron la deuda externa.

Desde el comienzo del mandato de Alberto Fernández se impulsaron ciertas políticas económicas como:

- **Tarifas de servicios públicos.** Se congelaron por 180 días los cuadros tarifarios de electricidad y gas natural “de jurisdicción nacional”.
- **Pymes.** Se estableció un plan de regularización de deudas tributarias vencidas al 30 de noviembre hasta en 120 cuotas. Se condonan los intereses hasta el 100% y, si se paga al contado, una quita del 15% en el capital.
- **Contribuciones patronales.** Los empleadores de servicios o comercio con ventas de más de \$48 millones anuales pagarán una alícuota de 20,40%, el resto el 18%.
- **Impuesto a las Ganancias.** Se redujo el ajuste por inflación de un tercio a un sexto.
- **Indemnizaciones.** Mediante un decreto se estableció la vuelta de la doble indemnización por un plazo de 180 días que vence el 10 de junio de 2020.

Sin embargo, a nivel mundial se presenció el COVID-19 que repercutió de una manera drástica en todos los aspectos de los ciudadanos. El comienzo de este

virus se tornó a finales del mes de marzo del respectivo año, es decir, en el tercer mes de presidencia del actual gobierno de la Argentina.

Las medidas económicas que tomó el gobierno a través de distintos ministerios, como la AFIP, la Anses y el Banco Central para paliar las consecuencias del coronavirus consistieron en:

- Dispondrán \$8.000 millones en financiamiento para la producción de equipamiento tecnológico para garantizar la modalidad de teletrabajo
- El Banco Central liberó encajes para destinarlos a préstamos a tasas moderadas para pymes.
- Nuevos topes a la posición de Letras de Liquidez (Leliq) de los bancos. De esa manera, liberará unos \$350.000 millones para que sean utilizados en créditos blandos a empresas y familias, ante las restricciones en el comercio y la producción por las medidas para detener la expansión del coronavirus.
- La AFIP postergó hasta el 30 de abril la presentación web del formulario 572 que sirve para realizar deducciones del Impuesto a las Ganancias. Con esa información el ente recaudador realiza el reajuste para determinar si al trabajador le corresponde una devolución.

Según el INDEC en el primer trimestre de 2020, el impacto de las restricciones impuestas en el marco de la pandemia de la COVID-19 fueron incipientes en la dinámica del mercado laboral. La tasa de actividad se ubicó en 47,1%, la tasa de empleo en 42,2% y la tasa de desocupación en 10,4%. Con relación al primer trimestre de 2019, estas tasas no presentaron variaciones estadísticamente significativas.

Además, según las previsiones actualizadas del FMI del 14 de abril de 2020, debido al brote de COVID-19, se prevé que el crecimiento del PIB caiga a -5,7% en 2020, y que repunte a 4,4% en 2021, sujeto a la recuperación económica global posterior a la pandemia.

Factores Económicos:

El mayor problema al que se enfrenta el país en la actualidad es la inflación y la inestabilidad cambiaria. Las estadísticas de 2018 reflejaron un año crítico para la industria manufacturera, con énfasis en el sector textil. Los resultados fueron: caída de actividad y empleo, así como aumento de capacidad ociosa y fábricas que cierran. Los motivos que explican esta situación están relacionados principalmente con el deterioro de la actividad económica nacional, el aumento del costo de las materias primas e insumos y el incremento de las tarifas energéticas. Entre otros factores se encuentran también el aumento de la presión tributaria y el aumento de las importaciones.

Los principales referentes del sector coinciden en que las consecuencias negativas de la devaluación son mayores que los beneficios que le podrían otorgar el contar con un tipo de cambio más competitivo. Las grandes empresas tienen sus costos de energía dolarizados, dado que son importantes consumidores de este insumo. La inestabilidad cambiaria hace que no puedan prever ni planificar una estructura de costos a corto plazo. A su vez, la capacidad exportadora del sector se ve opacada con la volatilidad cambiaria: al entrar y salir del mercado por competitividad, no logran insertarse de un modo estable.

Según un informe distribuido por la industria de la indumentaria local, el 50,3% del valor de una prenda de vestir corresponde a impuestos y solamente el 8,5% se lo llevan los fabricantes. El trabajo, elaborado por los ejecutivos de la Fundación Pro Tejer, busca demostrar que, el mayor responsable de los altos costos es el Estado a través del menú de impuestos que paga la cadena de valor del sector. El documento señala que la mitad del precio de una prenda se distribuye entre tributos que inciden en las distintas etapas de producción y comercialización. Se contemplan el IVA; Ingresos Brutos; Ganancias; los Débitos y Créditos bancarios; Rentas provinciales; y otras tasas municipales. Se incluye además lo que recauda el Estado en aportes y contribuciones a la seguridad social. En síntesis, lo que encarece el producto textil son los impuestos y los costos de logística que se convierten en una de las cargas más pesadas para el sector.

Las restricciones globales a la circulación de las personas con el objetivo de mitigar la pandemia de la COVID-19 afectan a un conjunto significativo de actividades económicas en todos los países. Dado este fenómeno excepcional, los sectores confeccionistas se vieron afectados en mayo del corriente año por el cese total o parcial de la actividad productiva y comercial a raíz de la emergencia sanitaria. Según el INDEC, en la categoría correspondiente a textiles, prendas de vestir, cuero y calzado casi un 40% de los locales manufactureros relevados estuvieron sin actividad productiva en mayo y un 50% operó parcialmente reestructurando sus procesos comerciales y administrativos.

Fabricantes de prendas textiles señalan que las plataformas de comercialización online son insuficientes para paliar la menor actividad que resulta del cierre temporal de locales de venta al público. Además, este sector reorganizó su producción para destinarla a la elaboración de insumos médicos y sanitarios como barbijos, batas hospitalarias, cobertores de calzado, etc.

Hay que destacar que aún se desconoce el efecto final que tendrá la COVID-19 sobre la actividad. A medida que se incorpore nueva información, y se conozca con exactitud este fenómeno excepcional podrá modificarse y manejar sus efectos transitorios o permanentes en el nivel de actividad.

Factores Socio-culturales:

Lo vinculado a lo sociocultural que experimenta la industria textil nos lleva a repensar la apropiación que hacemos de la vestimenta y abrir el paso a una moda sin estereotipos.

Esta variable del contexto macroeconómico es de profundo debate en la actualidad, como así también, de aceptación o no, debido a que en el transcurso de las décadas, en Argentina siguen existiendo personas con pensamientos retrógrados y no se terminan de convencer o ni siquiera de lograr tener empatía por otro individuo, respecto a sus gustos, orientación sexual, su cultura, religión, tipo de educación, entre otras cuestiones propias de cada ser humano.

Inicialmente, el género como concepto teórico se justificaba y legitimaba a partir de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, es decir, se encapsularon en estereotipos que estaban determinados por una imagen limitada acerca de cómo son las personas y supone un alcance de todos los individuos del grupo al que se está haciendo referencia. Con los aportes de diversas Ciencias Sociales y de las Teorías de Género fue posible reconocer las diferentes configuraciones sociohistóricas y culturales del género y así superar el determinismo biológico.

La tendencia y evolución de los cambios sociales que se vienen dando en relación a la igualdad entre los géneros, la moda responde con una nueva estética en los guardarropas, que no implica travestir a los hombres ni masculinizar a las mujeres, sino identificar el punto en donde ambos sexos confluyen, y fomentar un espacio estético en donde cada cual pueda sentirse libre. Es decir, la mentalidad humana es inclasificable tanto en términos estéticos como sexuales, y eso los convierte en un desafío permanente para la industria. Un ejemplo que queremos destacar es el de las últimas colecciones de marcas reconocidas internacionalmente (como Zara, Prada y Givenchy, etc.) que dieron protagonismo en la pasarela a modelos transexuales como Andrej Pejic, Lea T. y Hari Nef. En suma, la diseñadora argentina, Mia Soifer (2018) al impulsar su colección de verano sin género prefirió apostar “a lo abarcativo”, y afirmó: *"No me va el universo hombre o mujer" (...) "es un lenguaje de la moda inclusivo. Siempre va a haber alguien que no se sienta identificado con determinadas prendas. Y es por eso que hay que ser abarcativo"*.

Es por ello que, la moda y su influencia son elementos importantes para la construcción de la identidad cultural, debido a que nos conlleva a pensar un estilo reinterpretado a los gustos de quienes usen este tipo de indumentarias que evitan ser encasillados en un género.

Factores Tecnológicos:

La transformación tecnológica se extiende poco a poco en todos los ámbitos empresariales, que aprovechan las prestaciones de la innovación actual para aplicarla a sus procesos, servicios y productos. De esta manera es importante destacar

los avances tecnológicos que se identifican en el sector textil, como por ejemplo el tipo de maquinaria y los insumos y los servicios de prestaciones impulsados por internet.

Maquinaria e insumo: A partir de los años 2000 se introdujo el concepto de impresión textil digital en prendas de vestir y segmentos domésticos, es por ello que la impresión por inyección de tinta se ha convertido en una importante tecnología. En el año 2015 ITMA¹ impulsó al mercado máquinas industriales de gama alta que utilizan un gran número de cabezales de impresión y tinta; sin embargo los fabricantes Kyocera y Ricoh identificaron la problemática que tiene este avance: el tiempo de inactividad. Por lo tanto, han innovado con un cabezal recirculante, el cual se está posicionado para reducir la obstrucción y los fallos de la boquilla y lograr la producción en masa de textiles digitales de impresión.

Con respecto a los costos de las máquinas de sublimación y de las tinta para la transferencia, tienen un precio razonable y accesible a la mayoría de las personas que desean iniciar una pequeña empresa de servicios de impresión. Sin embargo el criterio que se requiere en la decisión de compra de maquinarias es que la fiabilidad sea muy alta con respecto a la calidad de impresión y una productividad no sólo en términos de velocidad de línea, sino también de tiempo de respuesta global a la entrega al cliente. Según Mike Syverson, gerente textil de Norteamérica lo que buscan las empresas son las características de impresión en escala de grises, tintas ligeras y expansión de espectro de colores, operación sin supervisión, alta productividad y bajos costos operativos.

Conexión a internet: una incorporación interesante es el mayor uso de redes sociales que existe a nivel mundial, debido a que los establecimientos pueden exponer sus prendas y mostrar una cantidad de modelos mucho más elevada que la actual, a modo de catálogo virtual.

¹ ITMA es la exposición internacional de maquinaria textil

Factores Ecológicos:

Las principales compañías del sector de la impresión textil, han mejorado sus métodos de producción, automatizando los procesos, promoviendo el uso de materiales (tintas, barnices y sustratos) que no perjudiquen al medio ambiente, alentando la cultura del reciclaje y la manipulación responsable de sustancias químicas. Por lo tanto los impactos ecológicos que podemos destacar de la técnica de sublimación son los que identificamos en los insumos necesarios para producir hasta la entrega del producto final. De esta manera haremos alusión a la importancia que tiene las tintas ecológicas y el envasado de cartón. Las tintas ecológicas se caracterizan por tener buen poder cubriente, elasticidad y gran brillo. Además son aptas para utilizarlas como laca única por su extraordinaria solidez y elasticidad, y por último, permite su aplicación en cualquier soporte textil, ya sea poliéster, poliámmida, lycra, u otros tejidos de difícil adherencia.

Para lograr embalajes creativos las marcas suelen recurrir a materiales como el plástico, la madera, vinilos, papel, entre otros, pero el más común es el cartón. El material económico, apto para pequeñas y grandes empresas, tiene la ventaja de poder ser reciclado y es fácil de moldear para crear diseños innovadores. Tiene la ventaja de ser un material reciclado y reutilizado para crear nuevos empaques, además en caso de ser desechado no contamina; ya que puede tardar un par de meses o pocos años en biodegradarse en comparación a otros materiales como el plástico, que es mucho más dañino frente al medio ambiente.

Ciertamente existe el mito de que por usar cartón se apoya a la destrucción de los bosques y la deforestación, sin embargo para la elaboración del mismo no se utilizan maderas nobles, ni especies exóticas de zonas tropicales; sino que se utilizan maderas de rápido crecimiento; estas se cultivan con la única finalidad de producir el cartón en plantaciones controladas que se regeneran continuamente.

Factores Legales:

En los factores legales haremos hincapié en las medidas corporales que se plasman en la indumentaria. La “problemática” que identificaban las empresas de confección de ropa está ligadas a lo económico, debido a que argumentaban que “les resultaba un costo más elevado la fabricación de talles grandes, tanto en tela como moldería” y además afirmaban que se desvirtúan sus diseños y que no hay en el país patrones de costura para esas proporciones, por lo tanto les implicaba muy difícil unificar los talles por no existir un análisis antropométrico del cuerpo argentino. Sin embargo, las marcas que confeccionan talles grandes dicen que los problemas económicos no son reales, que unos pocos centímetros de tela no tienen incidencia significativa.

Muchas personas realizan constantemente denuncias al derecho del consumidor por no encontrar indumentaria de talles reales. Es una discriminación que produce trastornos alimenticios y puede llevar a la anorexia y la bulimia; que atenta contra un derecho básico: a vestirse.

El 22 noviembre de 2019 la Cámara de Diputados aprobó el proyecto de ley de talles; la ley 27.521 que busca establecer un "Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria" (SUNITI) correspondiente a medidas corporales estandarizadas, y que ya tenía sanción del Senado.

Esta ley busca crear un registro único y estandarizado, accesible para el consumidor y actualizado cada 10 años. Establece medidas contra la discriminación en los comercios y apunta a atacar enfermedades alimentarias, por eso busca evitar talles que no correspondan con las medidas antropométricas de la población argentina y que no exporte una cultura Extra Small (XS).

El SUNITI se contempla tanto en la fabricación, confección, comercialización o importación de indumentaria destinada a la población a partir de los 12 años de edad, de acuerdo a la iniciativa.

Por otra parte, los comercios estarán obligados a exhibir un cartel de un mínimo de 15x21 centímetros, en un lugar de fácil visibilización, que contenga la tabla de medidas corporales normalizadas.

Además, según consigna el Boletín Oficial, la ley "se entiende complementaria del Código Civil y Comercial de la Nación, de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor y de la ley 23.592 de Penalización de Actos Discriminatorios a los fines de su interpretación y aplicación".

4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO (MICROENTORNO – FODA)

Se presentarán los aspectos a considerar de las variables internas y externas de la organización, es decir, se hará un análisis con el instrumento FODA. Con un análisis FODA se busca detectar y aprovechar las oportunidades particulares para un negocio en un momento dado, eludiendo sus amenazas, mediante un buen uso de sus fortalezas y una neutralización de sus debilidades.

FODA	Positivos (+)	Negativos (-)
Origen Interno	<i>Fortalezas</i>	<i>Debilidades</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad de diseños originales e innovadores que no se encuentren en el mercado • Diseños propios con detalles prolijos y buena terminación de productos • Calidad en contenido y fabricación • Plazos de entregas • Amplia gama de talles y colores a fin de facilitar las ventas • Buen ambiente laboral y compromiso con las políticas de la empresa • Empleados motivados y con capacitación continua • Posibilidad del comercio electrónico y de las transacciones realizadas por Internet • Aumento paulatino del nivel de adquisición de los clientes, que consumen cada vez más prendas personalizadas y complementos textiles • Conocimientos de las técnicas de estampado 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de consumo de energía eléctrica • Tiempo de producción • Pocas máquinas de producción (estampado) • Las compras online no hace posible el acceso directo al vestuario • Falta de recursos económicos óptimos • Instalación de marca nueva en el mercado • Barrea de entrada: costos fijos inevitables
Origen Externo	<i>Oportunidades</i>	<i>Amenazas</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de valor agregado • Plan con proveedores • Incrementar otro tipo de mercadería/accesorio textil • Aumento de la demanda de los productos • Precios de la competencia poco accesibles • Crear diseños en temporadas especiales. • Mayor aumento de usuarios de la Red • Gran flujo de tránsito de personas • Posibilidad de acceder a un público mayor ya que no se necesita una tienda en una única localidad y se puede acceder a un mercado más amplio a través de Internet • Captación de los clientes que tradicionalmente compraban por catálogo 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia muy elevada en el sector textil. Competencias sólidas y agresivas. • Nuevo participantes en el mercado, considerados como posible competidores potenciales • Productos sustitutos personalizados • Tecnología cambiante • Alza de materia prima • Alza del precio de transporte • Plagio de diseño (piratería) • Desconfianza en una nueva marca • Falta de confianza en los pagos a través de la Red • Competencia con ofertas estratégicas y con una vasta de experiencia en desarrollo de estampados • Pandemia mundial • Crisis económica • Inflación creciente

Esta matriz de análisis nos conlleva a elaborar estrategias empresariales que se derivan de la combinación de tales factores internos y externos detectados en la organización y como consecuencia lograr su éxito.

Dichas estrategias recomendadas las identificamos como: de crecimiento, de defensa, de refuerzo y de supervivencia

» **Estrategias de crecimiento (+F +O):** Esta estrategia también conocida como “MAXI-MAXI” busca aprovechar las fortalezas para maximizar las oportunidades:

Incrementar los ingresos

- Analizar descuentos y/o revisar precios de mercado: Para lograr el valor agregado en nuestros productos se debe partir de la base de la fabricación de los mismos, es por ello que se deberá obtener por un lado, una muy buena relación con los distintos proveedores y listas de costos de insumos actualizadas (para hacer frente al valor agregado desde lo financiero) y por otro lado, desde el punto de vista económico, el valor añadido que implementamos en nuestros productos, se deberá percibir por nuestras políticas de compromiso con el cliente, del buen manejo de las técnicas de sublimación y la capacitación continua del personal, y de esta manera, impulsar al mercado productos únicos e innovadores.
- Campañas con objetivo de cuotas: Las transacciones que se abonan en tarjetas tienen un recargo que varían del tipo de tarjeta, además se deberá impulsar campañas basadas en cuotas con recargos independientemente de la forma de pago, es decir, en efectivo, tarjeta, app, etc. (como por ejemplo, 3 cuotas se le adiciona al producto el 5% de recargo, 6 cuotas el 10%, y así sucesivamente)

Desarrollar nuevas líneas

- Programar lanzamientos de nuevos productos: Al contar con la creatividad de diseños y prolijidad de terminación en la sublimación, se debería armar

un calendario en donde se destaquen las fechas patrias, festivas, de conmemoración, entre otras, de manera de que nuestra producción se adelante al público ofreciéndoles ciertos formatos y esbozos a imprimir, y a su vez estos diseños deberán tener un margen de personalización, es decir, impulsar al mercado productos predeterminados y el detalle final lo efectúa el cliente.

Retener cartera de clientes

- Realizar campañas de marketing directo: Mantenerse en contacto con nuestros clientes potenciales, informándoles las novedades y promociones de nuestro catálogo a través de correos electrónicos, llamadas de teléfono y mensajes de WhatsApp. Asimismo, brindarles cupones de descuento que tengan validez por un periodo de tiempo para que pueda efectuar otra compra posterior además de la realizada.
- Asignar material POP² en canales de comercialización: En las ventas se deberán adicionar cierta mercancía sublimada con nuestros logo y alguna forma de contacto, de manera que ese cliente que adquirió nuestro servicio haga uso del producto entregado e inconscientemente comunique acerca de nosotros en su entorno y atraiga a posibles consumidores, debido a que existe un gran flujo de tránsito de personas en la localidad varelense.

Incrementar nuevos clientes

- Demostración física de los productos e incentivos por la primera compra: Se debe acudir a ferias o eventos en los que se presencian los emprendedores y poder de esta manera, exponer nuestros productos y servicios para que lleguen a una gran cantidad de personas que desconocían nuestro emprendimiento. Por otra parte, al identificar un nuevo cliente, se les debería informar que con la primera adquisición que realice se les ofrecerá un bono con descuentos, o algún tipo de obsequio complementario al producto que

² POP sus siglas en inglés significan “Point Of Purchase” es decir “Punto de Compra”.

nos está comprando (como por ejemplo, un cliente que compra cinco remeras personalizadas, se les regalará 2 gorras con la misma personalización que demandó a modo de obsequio).

Desarrollar servicio al cliente

- Ampliar campañas de telemarketing e incrementar cobertura de inbox y llamadas telefónicas: Con respecto a la comunicación vía online (que crece constantemente y cada vez son más las personas con acceso a internet) se debe poseer un amplio conocimiento de las redes sociales para manejarlas con mayor precisión y brindar publicaciones que sean agradables, llamativas y que sean actualizadas constantemente con las promociones, descuentos y novedades; de esta manera se busca capturar la atención clientes potenciales. Con respecto a los medios de comunicación (llamadas y mensajes privados), se debe brindar respuestas inmediatas, amables y con respeto, para que nuestros demandantes se sientan cómodos y no duden en expresar todas sus inquietudes. Por otra parte, la entrega de folletos en mano, nos permite abarcar a peatones que desconocen nuestra marca lo cual conduce a despertar en posibles clientes una nueva necesidad a satisfacer. Estas vías online y presencial de comercio nos permiten ser reconocidos y concretar ventas.

» **Estrategias de defensa (+F -A):** denominada igualmente a estrategia de “MAXI-MINI” utiliza las fortalezas para minimizar las amenazas:

Programar capacitaciones de los empleados

- Plan de capacitaciones técnicas mensuales: Frente a la posibilidad de competencia agresiva ya instalada o frente al riesgo de que ingresen competidores potenciales, una de las estrategias que se debe implementar es la continua capacitación de los empleados, para que enriquezcan sus conocimientos técnicos y brindar al mercado diseños innovadores que no se encuentren en la oferta de cualquier empresa, sino que únicamente en “Nos

Une”. A su vez, se sentirán motivados por el reconocimiento que implica un trabajo con excelencia. Dicho reconocimiento lo van a percibir desde la mirada del cliente (por elegirnos y seguir recomendándonos) y desde el lado empleador que debería recompensarlo por su dedicación y compromiso con la empresa (como por ejemplo: día de cumpleaños libre, horas laborales reducidas en días específicos, obsequios, extra salarial, etc.)

Plan de mantenimiento técnico

- Servicio técnico: Si bien la tecnología cambia continuamente y de manera progresiva, las maquinarias a utilizar deberán ser de calidad desde su incorporación a la pyme. Por ello se analizaron varios modelos y se comparan sus funcionalidades con el objetivo de que respondan la producción acorde al nivel de conocimiento del empleado; de esta manera es de suma importancia lo que se mencionó en el párrafo precedente, es decir, que el empleado esté capacitado a una altura que sepa el buen manejo de la sublimación haciendo énfasis en cada detalle que permite ofertar un producto único. Estas máquinas deberán contar con un servicio de mantenimiento para que su vida útil se pueda extender o dejarlas en condiciones de manera que el equipo no tenga fallas en su fabricación.

Eficiencia en costos

- Comprar materiales en cantidades adecuadas para disminuir gastos: Apuntamos a la compra mayorista de los productos requeridos para todas las áreas, desde los insumos de fabricación hasta los recursos de merchandising (precio por mayorista) y asimismo lograr descuentos en nuestras compras por una cantidad de adquisición mayor. Por lo tanto se crea un vínculo que beneficie tanto a nuestro proveedor como a nosotros.

» **Estrategias de refuerzo (-D +O)**: identificada como “MINI-MAXI”, disminuye las debilidades sacando partido de las oportunidades:

Desarrollar el catálogo textil

- Actualizar el catálogo de artículos: En el momento de apertura de nuestra marca, se puede implementar la personalización de otras prendas y/o accesorios textiles considerados de bajos costos, con la intención de ampliar el catálogo y poder llegar más pronto a los clientes. Un ejemplo de esta estrategia sería que en medio de una pandemia se exija a los ciudadanos el uso de tapabocas obligatorio, si bien este instrumento no está contemplado en nuestro catálogo, se podría impulsar tranquilamente al mercado debido a que las empresas esenciales que siguen desplegando sus actividades pueden personalizar sus barbijos con la marca y logo de la empresa para que los usuarios externos de la organización puedan identificar al equipo interno, en otras palabras, hacer merchandising con un recurso indispensable, tanto para la imagen de la empresa (mirada estética) como para la salud de las personas (realizar un barbijo reutilizable y con todas las características inherentes).

Desplegar indicadores de gestión

- Hacer frente a las barreras de entrada: Una de las mayores trabas que experimenta una pyme al posicionarse frente a la competencia, son los costos fijos altos. Para cubrir dicho gasto, hay que recurrir a una reducción de costos y aumento de ventas. Como ya se mencionó anteriormente, se reducen los costos a través de un plan estratégico con los proveedores y se aumentan las ventas con el valor agregado en los productos y precios inferiores a la competencia.
- Medir el posicionamiento y participación de mercado: efectuar entrevistas y encuestas de valoración sobre nuestra gestión, destacando: calidad, producto, servicio, precio y atención.

» **Estrategias de supervivencia (-D -A):** esta estrategia también suele identificarse como “MINI-MINI”, la cual reduce las debilidades y evita las amenazas:

Excelente manejo de la agenda productiva

- Continuar con líneas de maquinarias disponible: frente a la tecnología cambiante que hacen que cada vez la producción sea más eficiente y más atractivos para los consumidores que la utilizan, hay que lograr la mayor eficacia posible con el manejo de las maquinarias que se dispone (la compra inicial se efectúa con un análisis de lo que es más conveniente). Lo que se busca es lograr reducir el tiempo de producción y ofertar con mayor rapidez que aquellos productos sustitutos (como por ejemplo, la personalización de productos que no son textiles: tazas, botellas, lapiceras, etc.)

Campañas de remate

- Lograr ingresos de todo tipo: la inflación sufrida en el país juega un papel negativo muy importante para las pymes, ya que repercute directamente en las tarifas de luz, agua y gas. Por lo tanto, la devaluación de la moneda argentina con respecto al dólar, se ven reflejados en los costos de la empresa, tanto en salarios como en el encarecimiento de los costos de los bienes y servicios. Es por ello que las promociones y los agasajos serán una herramienta para ser elegidos frente a la competencia y poder sobrevivir a la economía actual.

4.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO SECTORIAL: LA POSICIÓN COMPETITIVA

Para definir el sector de sublimación textil describiremos las actividades que realizan las empresas que compiten en dicho sector y las líneas de productos o servicios que se comercializan. De este modo, haremos hincapié en las 5 fuerzas que expuso el economista e investigador Michael Porter (1979), debido a que esta herramienta de análisis determina el grado de atractivo y competencia de un sector, asimismo influyen en la gestión de la empresa. La clave está en posicionar a la

empresa en una situación en el mercado en la que se pueda defender de estas fuerzas o bien influenciarlas en su favor.

CRUZ DE PORTER³:

1. Poder de negociación de los clientes: ALTA

La estrategia de posicionarse en un lugar céntrico tiene como fin que sus clientes potenciales asistan al local para diversos factores, como por ejemplo, para concretar un pedido, para realizar los pagos, observar el estado de su pedido, entre otras cuestiones. Por ello abarcamos una amplia cartera de clientes cuya demanda es mayorista. Nos movilizamos de manera presencial hacia estos puntos de ventas cercanos con la atención de ofrecer la personalización textil que identifique a aquel grupo de personas que busca precio y calidad. Por lo tanto nuestra negociación con los clientes es alta, debido a que se aplica la economía en escala en los costos tanto para nosotros como para la adquisición del cliente.

2. Poder de negociación de los proveedores: ALTA

Contamos con una gran variedad de proveedores que nos ofrecen insumos con diversas características en cada uno de sus productos. Es por ello que disponemos de un alto poder de negociación con los mismos. Por lo tanto, en nuestras compras de materiales nos resulta económicamente más atractivo su competencia interna, ya que estarán dispuestos a ofertar precios más bajos que otros, y nuestra elección se va a inclinar al mejor postor en precio, calidad, tiempo de entrega, formas de pago y servicio de atención.

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes: BAJA-MEDIA

La amenaza de que puedan instalarse otras pymes, en la localidad varelense, con la misma ideología que tiene “*Nos Une*” es baja-media porque buscamos ser líder en estampados textiles. Todas nuestras políticas de gestión están cuidadosamente analizadas desde el interior de la organización hasta la satisfacción del cliente, de esta manera nos especializamos en todos los detalles del impacto visual; tanto

³ Ver Anexo II: Registro de los competidores, clientes y proveedores que tiene “*NOS UNE*”

en la imagen de nuestra empresa como en la calidad de fabricación y contenido de los productos. Sin embargo, no estamos exentos de que pueda existir una posible amenaza competitiva a futuro.

4. Amenaza de nuevos productos sustitutos: ALTA

La técnica de sublimación no solo se aplica al material textil sino también a otros productos, como por ejemplo: cerámica, plásticos, madera, aluminio, etc. es por ello que percibimos una alta variedad de productos sustitutos. Se puede plantear la situación de que los demandantes, ya sea por gustos personales o necesidades económicas, adapten otro tipo de producto y otro tipo de técnica de personalización, como la serigrafía. Una pyme que quiera impulsar merchandising de su propio negocio, quizás le resulte más económico demandar un producto no textil. Dentro de estos productos sustitutos encontramos la personalización en tazas, llaveros, agendas, lapiceras, calendarios, etc. De esta manera la amenaza que recibe nuestro emprendimiento con los productos sustitutos es alta porque éstos varían tanto en el material, en las técnicas y en los costos.

5. Rivalidad entre los competidores: BAJA-MEDIA

Si bien se ha identificado a un competidor directo que se llama “En qué plasma- mos tus ideas”, el mismo se encuentra en un radio de 500 metros, no es visible para los peatones debido a que para acercarse a dicho local hay que ingresar hacia el final del pasillo de la galería “El Viejo Correo”, asimismo no implantan estrategia de marketing (como por ejemplo, folletos, carteles, catálogos impresos etc.). Por otra parte, se han identificado pymes sin local propio, es decir, realizan su fabricación desde su domicilio y efectúan sus ventas a través de internet y utilizan la publicidad del “boca en boca”.

Por lo tanto consideramos que nuestra rivalidad con los competidores en baja-media, ya que no hay una cantidad considerable de los mismos instalados en el partido de Florencio Varela, y además, nuestra gestión se destaca de estos competidores por:

- »» Tener una imagen visible de la pyme: nos encontramos en una ubicación estratégica en la que circulan un gran flujo de personas, y nos exponemos con una marquesina atractiva.
- »» Invertimos en marketing: no solo virtual y el “boca en boca”, sino que además, entregamos en mano folletos y tarjetas a los peatones con el fin de que nos conozcan y adquieran nuestros servicios.
- »» Realizamos publicidad en nuestro local y online: creamos carteles llamativos con promociones de descuentos y rebajas de precios.
- »» Exhibimos la calidad de los productos en nuestra vidriera: esto permite al consumidor el tacto y la visualización real de la mercancía (lo cual no se puede implementar a través de la red).
- »» Exponemos los últimos productos en tendencia: siguiendo con las líneas precedentes, nuestro establecimiento, permite demostrar al público las tendencias de sublimación textil.

Capítulo 5

Segmentación de Mercado

5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

VARIABLES GEOGRÁFICAS

La localización de 'Nos Une' se establecerá en el partido de Florencio Varela, cuya ubicación es estratégica por el flujo constante de personas y por los distintos medios para llegar a la misma, es decir, que pueden acercarse quienes residan en las localidades más próximas, tales como Berazategui y Quilmes (tiempo estimado entre 15 a 45 minutos).

Las maneras de llegar a la pyme puede realizarse por el tren Roca (Estación de Varela ubicada a 300 m) y por las líneas de colectivos, como:

- Línea 500 ramal 1,2,3,4 y 8- Empresa "Transportes San Juan Bautista S.A",
- Línea 383 ramal 7,9 - Empresa "Transportes San Juan Bautista S.A",
- Línea 324 ramal 5,6 y 9 –Empresa “Micro Ómnibus Primera Junta S.A”
- Línea 148 ramal H, C-Cementerio, C-Capilla – Empresa "El Nuevo Halcón S.A",
- Línea 505 ramal Senzabello - Empresa: Microomnibus “La Colorada S.A.”
- Línea 79 –Empresa: San Vicente S.A
- Línea 178 ramal C - Empresa: Microomnibus “La Colorada S.A.”
- Línea 129 ramal 14 – Empresa: Misión Buenos Aires (La Central de Vicente López S.A.C)

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

El público objetivo de nuestra pyme sería niñas/os, mujeres y hombres de distintas edades (de 3 años en adelante, como por ejemplo niños que acuden al jardín maternal), y que vivan en el propio municipio de Florencio Varela y alrededores. Además se puede afirmar que nuestro mercado meta está orientado a aquellas personas que son parte de una agrupación con un objetivo en común; ya sea educativo, de apoyo social, fines lucrativos, sin ánimo de lucro, entre otras; las cuales desean personalizar prendas y artículos textiles que identifiquen a aquel grupo al que pertenece.

VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

El servicio que brindaremos estará enfocado a aquellas personas de clase media que están en un rango salarial que oscila entre los 15 a 40 mil pesos, pretendiendo ofrecer la mayor variedad de productos a precios económicos para que puedan estar al alcance de todos. Por otra parte, el servicio apunta a las empresas que tienen distintos niveles de ingresos y que quieran personalizar su equipo de trabajo y producir merchandising textil.

VARIABLES PSICOGRÁFICAS

Las variables psicográficas han tenido una influencia total en los motivos y decisiones de compra del consumidor. No son claramente perceptibles y no siempre pueden medirse, sin embargo representan un excelente medio para posicionar y comercializar los productos de nuestra empresa. Entre los motivos y hábitos de consumo, podemos hacer alusión a:

- La cultura que pueden tener nuestros clientes, como por ejemplo la creación de camperas personalizadas para los egresados de jardines y colegios.
- La vestimenta sublimada para aquellos equipos de personas que practican algún deporte (fútbol, vóley, zumba, etc.)
- Destacar la personalidad de la persona que realiza algún evento. Un ejemplo actual que se implementa cada vez más a menudo, es la personalización de gorras con frases y dibujos para fiestas (adolescente de 15 y 18 años, casamientos, bandas de música, etc).

Capítulo 6

Estrategias de Comercialización

6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

6.A. CARTERA DE CLIENTES:

Creamos valor a clientes cuya demanda consiste en plasmar sus ideas en diseños de estampados textiles, y a su vez respondemos dicha demanda, con un mínimo de cantidad establecido (venta mayorista) y por encargo. Los clientes que se destacan son:

- » Empresas y/o asociaciones: Es decir, aquellas organizaciones que soliciten personalizar su vestimenta, y/o realizar regalaría de sus productos (publicidad). Por otra parte, podrían demandar la confección de sus logos.
- » Jardines de infantes y colegios: Alumnos de jardines, primaria y secundaria.
- » Clubes deportivos: en esta rama de clientes, se reconocen aquellos equipos que realizan distintas actividades deportivas, como por ejemplo fútbol, hockey, vóley, zumba, etc.
- » Eventos ocasionales: Aquí se considera la personalización de acontecimientos especiales, como por ejemplo: casamientos, cumpleaños, bandas de música, etc.

6.B. IMAGEN VISUAL CORPORATIVA:

El nombre de este negocio es '**Nos Une**', cuyo eslogan "*Tus ideas, con nuestros diseños*", haciendo referencia al vínculo que se genera entre cliente y vendedor, es pos de adquirir un producto personalizado.

Su identificación se basa en un isólogo, por lo tanto, tiene una tipografía (Lucida Handwriting, número 90, color negro) y una imagen (foco multicolor, simulando ser una idea) que se encuentran enlazadas, como se observa en la siguiente imagen.



Fuente: Elaboración propia. Logo y eslogan de la pyme "Nos Une"

La representación de la empresa y de su nombre tiene como filosofía, la conexión de las palabras con el gráfico. Es decir, la palabra "Nos" conectado al foco y el foco ligado a "Une". Es eslogan es de diferentes tipos de colores, simulando ser la variedad de formatos que el cliente puede adquirir.

El logotipo, será representativo de nuestros productos y se utilizará como símbolo propio para la imagen corporativa de la empresa. Estará presente en todos los servicios relacionados con nuestra empresa, como pueden ser las bolsas de empaque, etiquetas, tarjetas, publicidad, etc.

6.C. CANALES DE VENTA

Los medios que utilizamos para acercarnos y establecer un vínculo con nuestros clientes son:

De forma online, a través de:

- » Las redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp), haciendo publicidad constante, y como una forma de atender inquietudes de los clientes.
- » Telemarketing, utilizamos este medio como búsqueda de posibles consumidores, contándoles de qué se trata nuestra pyme y dejándole nuestra red social.
- » E-mail, este tipo de comunicación permite determinar eficientemente el proceso productivo, ya que a través de su utilización se puntualizan los diseños

aprobados, contrato de pedidos, entrega de productos y solución de posibles inquietudes.

» Mercado Pago, es una herramienta que facilita la comodidad de la sociedad al efectuar los pagos, sin recargas, desde la aplicación de su celular.

Comunicación directa:

» Local donde se realiza la comercialización: es el lugar en el que se efectúa la exhibición de los productos, pagos en mano, (con efectivo o lector de QR de Mercado Pago) y entrega de la mercadería (retirados en el local).

» Reuniones presenciales: La idea de lograr posibles ventas presenciales consta de acercarse a las distintas instituciones para exhibir los productos, informar las ofertas y atraer posibles clientes.

» Entrega de mercadería a domicilio (Servicio de Flete)

6.D. ESTRATEGIA DE MARKETING

El plan de marketing se construye en torno a los elementos que tienen un mayor impacto en donde se identifique la aglomeración de personas, es por eso mismo que consideramos la venta mayorista en nuestro proyecto.

Para promocionar nuestra marca y productos en el mercado, nos enfocaremos en el Marketing Mix. Es decir, planificar e impulsar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades, y a su vez estas formas de comercialización, nos permite lograr el cumplimiento de nuestros objetivos y políticas empresariales.

Las tácticas de mercadeo que llevaremos a cabo consiste en las 4P que conforman una mezcla de marketing típica: producto, precio, promoción y plaza o distribución.

PRODUCTO:

Diseño:

Nuestro negocio ofrecerá, como ya hemos dicho, prendas y accesorios textiles sublimados exclusivamente por nosotros mismos. Los diseños son pensados y dibujados por nuestra empresa, por lo tanto, creamos bocetos que solos se encuentran en ella. La confección de la ilustración se ofrecerá en un plazo de 24 a 48 hs, y en caso de requerir modificaciones en 72 hs. Estampamos en los productos terminados, las etiquetas con nuestra información (en ella se observará nuestro nombre, número de contacto y un código con lector QR como link a nuestras páginas web). A continuación presentamos el formato de cómo sería nuestro catálogo de productos disponibles en las redes.



Fuente: Elaboración propia. Catálogo de Estampados 2020 "Nos Une"

Calidad en los proveedores y producto final:

La fabricación de nuestros productos se basará en una previa planificación, que va desde la nota de pedido y de presupuesto hasta la entrega de mercadería. Es por ello que se efectúa nuestra producción de tipo “Pull”, debido a que varía mucho los requerimientos de nuestros demandantes. Es decir, se centra en planificar la producción que sólo va a enviar al cliente. Sin embargo, queremos destacar que todo este proceso productivo depende de la ‘base’ de nuestras mercaderías, es decir, de todos los insumos y maquinarias necesarias para su posterior personalización.

Debido a que nosotros no somos quienes confeccionamos las prendas y accesorios textiles, sino que ofrecemos la customización de los mismos, seremos muy selecto en lo que respecta sobre nuestros proveedores para garantizar a nuestros clientes la máxima calidad y particularidad en cada uno de los productos que impulsamos al mercado. De esta manera destacamos la importancia de nuestros proveedores, para obtener materiales textiles cuya confección y tejido sean excelentes, y su posterior sublimación sea profesional.

La entrega de productos, tiene como objetivo principal abarcar las demandas de “urgencia”, es decir, se reorganiza la agenda productiva, para efectuar el envío con la mayor precisión y rapidez posible. Nuestros plazos de entrega dependen siempre exclusivamente del modelo y de la cantidad de los artículos. Contamos con tres servicios de entrega con diferentes plazos, que pueden fluctuar acorde al volumen de trabajo de nuestro taller.

- » Servicio normal: entrega en 14 días.
- » Servicio rápido: entrega en -12 días.
- » Servicio express: entrega en -7 días.

Empaque y embalaje

Otros aspectos relacionados con el producto es el envase. Haremos énfasis a nuestra política del cuidado del medio ambiente⁴ es por ello que, el empaque y embalaje consistirá en el material de papel madera y de cartón respectivamente.

Como nuestra venta es mayorista, y proponemos un mínimo de compra, la entrega de mercaderías varía de acuerdo a su cantidad.

Por un lado, se utilizara bolsas ecologicas de papel madera, cuando la venta tiene un menor bulto y se puede efectuar la entrega sin necesidad de colocarla en otro tipo de envase. Por otro lado, se utilizan cajas de cartón, cuando la venta supera el mínimo, es decir, lo productos terminados se colocan en cajas por su tamaño mayor en comparación de lo anterior dicho.

Las características que queremos resaltar de las bolsas de papel madera y las cajas de cartón, es que son biodegradables, se pueden adquirir lisas sin ningún tipo de decoración o diseño, y comprar al por mayor en diferentes tamaños. La idea es obtener lo mismo que proveemos: compra mayorista a un menor precio y la posibilidad de adquirir insumos lisos y estampados. Es por eso que este tipo de empaque y embalaje, serán personalizados por nosotros mismos, a través de un sello que tenga el logotipo de nuestra empresa. De esta manera se abaratan costos de impresión de bolsas y cajas.



Fuente: Elaboración propia. Empaque y Embalaje de "Nos Une"

⁴ Ver Capítulo N° 4, pág 34 factores ecológico de la herramienta PESTEL.

PRECIO:

En este tipo de estrategia de marketing, abordaremos los medios y las formas de pago de nuestra comercialización, y además el precio competitivo.

Los medios de pago se efectúan en efectivo, en tarjetas de crédito y débito (aceptamos todo tipo de tarjeta), y a través de la aplicación online de Mercado Pago.

Una de las formas de pago que implementaremos es que, aceptamos el 50% en efectivo del monto total cuando se realiza el pedido, y se cancelará el 50% restante a la hora de la entrega del mismo. La lógica de esta medida es garantizar la compra efectuada y darle la oportunidad al cliente de poder pagar en fecha y forma.

Otras de las medidas de pago es que aceptamos todas las tarjetas, pero estas implican un costo extra para los clientes debido a que algunas tienen una recarga del 10% o más si realizan el pedido en cuotas.

El despacho de mercadería puede efectuarse a través del retiro presencial en el local, o en caso de requerir que se entreguen a domicilio, el cliente tendrá un costo adicional.

Los precios de los productos que se impulsará al mercado dependen, en primera instancia, del precio de la competencia, es decir, en el momento de apertura del local se establece un 10% menos que los competidores potenciales, y lograr de esta manera atrapar a los clientes.

Queremos remarcar que la fijación de precios sobre las prendas de vestir no varía de acuerdo a la diferenciación de talles en un mismo modelo, sino que sus importes se determinarán por: el modelo de prenda, por las características que marcan ciertas diferencias en cada uno de ellas (tanto como tipo de cuello, manga, botones, clase de tela, etc.) y por la medida de la estampa a sublimar. Por el contrario, en la fijación de precios de los accesorios textiles si se tienen en cuenta las medidas de un mismo producto y modelo.

PROMOCIÓN:

Las actividades estratégicas de promoción, son aquellas que nos permiten insertarnos en el mercado y darnos a conocer ante el público objetivo. La idea es que nuestros clientes nos conozcan y elijan en forma paralela a nuestro crecimiento exponencial. Es por ello que nos encontraremos en constante interacción a través de la vía online y presencial.

VÍA ONLINE:

En primera instancia la táctica online, nos permite y facilita la interacción con aquellos usuarios que están conectados a una red. Actualmente es una de las formas más habituales de conexión entre comprador y vendedor, ya que se puede visualizar los productos impulsados por la empresa e informarse de manera espontánea sobre algún tipo de descuento, sorteo o cualquier beneficio que pueda adquirir el cliente. Los medios digitales que utilizaremos son: redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp), telemarketing, y correo electrónico.

Redes sociales:

Facebook: esta red nos permite hacer publicidad con la publicación de fotografías de nuestro catálogo; las cuales pueden programar (como por ejemplo: en el transcurso del día realizar 5 publicaciones cada 3 hs); además compartiremos videos de clientes usando nuestros productos. En el perfil, brindaremos la información general de la empresa, y a su vez, se podrá visualizar la clasificación de nuestro servicio por parte de los usuarios. Se logra una comunicación personalizada, ya que esta red permite atender inquietudes y presupuestos a través de inbox y de los comentarios.

Instagram: este medio online es el más efectivo a la hora de ganar notoriedad de empresa, debido a que los anuncios de publicidad aparecen oportunamente y se efectúan cuando los usuarios están visualizando historias de sus seguidores; estas publicidades tienen un link que te conllevan a la red social de la empresa. Por otra parte, los “hashtag” son su principal fuente de búsqueda, ya que permite filtrar distintos contenidos sobre un tema específico, y logra aumentar el número de se-

guidores, fans o clientes. Algunos de nuestros hashtag serán: #estampados #sublimación #diseño #personalización #idea #creación., etc. A su vez, nuestra cuenta será de perfil “público”, para el caso de que un seguidor nuestro quisiera compartir la publicación a su entorno social y el uso de hashtags puede hacer que nuestro contenido sea encontrado por personas seguidoras y no seguidoras.

WhatsApp: la comunicación que podemos entablar por medio del WhatsApp, es la más eficaz y práctica, para clientes o posibles clientes. Debido a que para solicitar algún tipo de presupuesto, realizar consultas o definir una inquietud deben agendarnos en sus contactos, y paralelamente, para que este medio cumpla su función haremos el registro de estas personas e informarles, a través de nuestros estados, las promociones, descuentos y lanzamientos de productos que tiene “Nos Une”. En suma, en nuestra información publicaremos: horarios de atención, link que lleven a las otras redes sociales, correo electrónico y algún teléfono alternativo en caso de no poder lograr la comunicación por esta vía (ya sea por falta de internet o señal por parte del usuario, no maneja redes, no le gusta hablar textualmente, entre otras cuestiones).

A través del Facebook, del Instagram y del WhatsApp, podremos lograr fidelizar al cliente, ya que al estar registrados en nuestras redes, podrán disfrutar de beneficios exclusivos en sus compras, como por ejemplo: promociones, premios, descuentos y sorteos.

» Promociones: (para crear una nueva necesidad de adquisición en el cliente)

- » Combo N° 1: 10 remeras + 10 gorras + 5 cartucheras (portacosmetico) estampadas con el diseño que quieras= \$3.980.-
- » Combo N° 2: 15 equipos deportivos infantil + 15 gorras estampadas = \$12.800.-

» Premios: (reconocimientos por su compra)

- » Otorgamos un bono –gratis- por superar el doble del mínimo de compra.
- » Te regalamos un gift cards con un monto de \$1.000.- para que lo uses en el producto que quieras.

»» Descuentos: (estimular el aumento de cantidades y variedades de productos en las compras)

- » Llevando más de 50 unidades de remeras estampadas te dejamos un 10% menos del precio de las gorras modelo trucker con red.
- » Con la compra que supere los \$2.500 el envío es gratis (válido solo para periodo Septiembre)
- » Llevándote 15 buzos, obtenes un 20% de descuento en la compra de otro producto (válido para remeras y musculosas).

»» Sorteos: (lograr que compartan la información como una forma de que nos conozcan más personas del público objetivo)

- » Sorteamos 5 buzos para vos y tus amigos, solo tenes que poner MeGusta a esta publicación, etiquetar a tus amigos y compartir en tus historias.
- » Sortearemos gorras con un diseño acorde a una fecha significativa (ejemplo: en la fecha 2 de abril sortearemos gorras con ilustraciones sobre el día del Veterano y de los Caídos en la Guerra de Malvinas).

Telemarketing:

Implementamos la llamada telefónica como búsqueda de posibles clientes. Investigaremos el alrededor de nuestra ubicación geográfica y de las localidades cercanas de Florencio Varela (Berazategui y Quilmes), los locales comerciales, institutos de colegios y jardines y centros de deportes, con el fin de informarles sobre nuestra empresa, (a qué se dedica, métodos de pagos, productos que ofrecemos, etc) y dejándole nuestra redes sociales para una mayor visualización y sintonía de comunicación. En suma, le informaremos los posibles descuentos si efectúan una compra instantánea o en un periodo menor a una semana, entre otras cuestiones que llamen y capten la atención de este público al que estamos aspirando potenciar.

Correo electrónico:

Este tipo de comunicación es el más formal y nos apoyaremos a un 100% a su utilización, debido a que es un instrumento de “prueba” porque queda todos los intercambios de palabras asentadas y tiene como fin, la comunicación de promociones, nuevos lanzamientos, y confirmación de: diseños aprobados, contrato de pedidos, entrega de productos y solución de posibles inquietudes.

PRESENCIAL:

Nos presentaremos ante nuestros clientes con la venta directa y de manera presencial. El equipo de trabajo utilizara una vestimenta particular que consiste en: de forma obligatoria, una chomba de color bordo con el logo de nuestra empresa a la altura del pecho y en la parte inferior de la prenda el nombre de la persona que ocupe ese tipo de merchandising. Por otro lado, puede ser opcional la utilización de gorras de modelo drucker con la misma idea de estampado.

Además, haremos presencia en centros que acuden grupos de personas (ferias para emprendedores, escuelas y jardines, clubes deportivos, etc.) con el fin de exhibir nuestros productos y establecer un vínculo para que nos tengan en cuenta en caso de disponer de nuestros servicios, es por ello que brindaremos tarjetas de presentación y volantes.

La tarjeta de presentación tendrá las medidas de 9 cm de largo por 5 cm de ancho, por lo cual, no se obtendrá mucho espacio para detallar a qué nos dedicamos, los productos que ofertamos, listado de precios, entre otras características. Sin embargo, este medio tiene como fin destacar el logo de nuestra empresa y brindar a los posibles clientes las formas de contacto que disponemos. A su vez



esta tarjeta nos permite realizar anotaciones puntuales en la parte trasera, como por ejemplo, recordarles al clientes con quién hablaron, por qué asunto, algún tipo de presupuesto en espera, etc.



Fuente: Elaboración propia. Tarjeta de presentación.

El prototipo de volantes se basa en dos partes: la tapa principal y la parte trasera. En la tapa se intentará captar la atención del público mediante la combinación y el impacto de colores del logo y eslogan que tiene “Nos Une”, a su vez tendrá un código QR que tiene el vínculo directo a alguna red social. Elegiremos Facebook como hipervínculo del código qr, ya que es la red más sencilla de visualizar la información adicional, como la ubicación de nuestro local, los productos y todos los demás medios de contacto. En la contratapa del volante, se podrá identificar con exactitud a qué nos dedicamos, qué productos estampamos, las formas de comunicación que disponemos, anunciamos también la posibilidad de participar de sorteos y enterarse de ciertos descuentos y lanzamientos que efectuaremos. Por otra parte, informamos nuestros días y horarios de atención.



Fuente: Elaboración propia. Volante Publicitario (Tapa principal a la izquierda de la imagen, y contratapa a la derecha de la imagen).

PLAZA Y DISTRIBUCIÓN:

El lugar físico en donde estará ubicada la empresa “Nos Une”, será en el partido de Florencio Varela, con domicilio España N° 3127, entre las calles Sallares y Bartolomé Mitre.

Consideramos que es un punto de ubicación estratégico, debido a que es transitado constantemente por los peatones; y se encuentra rodeado de locales comerciales (diversos rubros) colegios, jardines de infantes, biblioteca, plazas, etc. Además, la manera de acercarse a nuestro establecimiento, se puede efectuar a tra-

vés de varios medios de transporte públicos (como por ejemplo el tren y colectivos)⁵.

En nuestro local haremos las distintas etapas de comercialización, es decir: se exhibirá nuestros productos a través de la vidriera, se tomarán los pedidos de forma presencial (u online), será el lugar en donde se diseñan las ilustraciones y se estampen dichos bocetos sobre los productos. Además se realizan los almacenamientos de insumos y productos terminados en el depósito.

Cabe mencionar que la distribución de los pedidos se puede efectuar a través de su retiro presencial en el local, o el cliente puede contratar el servicio de flete que le brindamos. Este último tiene una variación de costos debido a que va a depender del distanciamiento y kilometrajes del domicilio a destino.

Tanto el inmueble como el rodado van a tener un cartel publicitario: marquesina llamativa para el establecimiento y ploteo para el vehículo; en ambos se va a visualizar el logo y los medios de contacto de la pyme.



Fuente: Elaboración propia. Marquesina del local y ploteo vehicular.

⁵ Ver Capítulo N° 5, Pág 48, Segmentación De Mercado, Variables Geográficas

Capítulo 7

Recursos Humanos

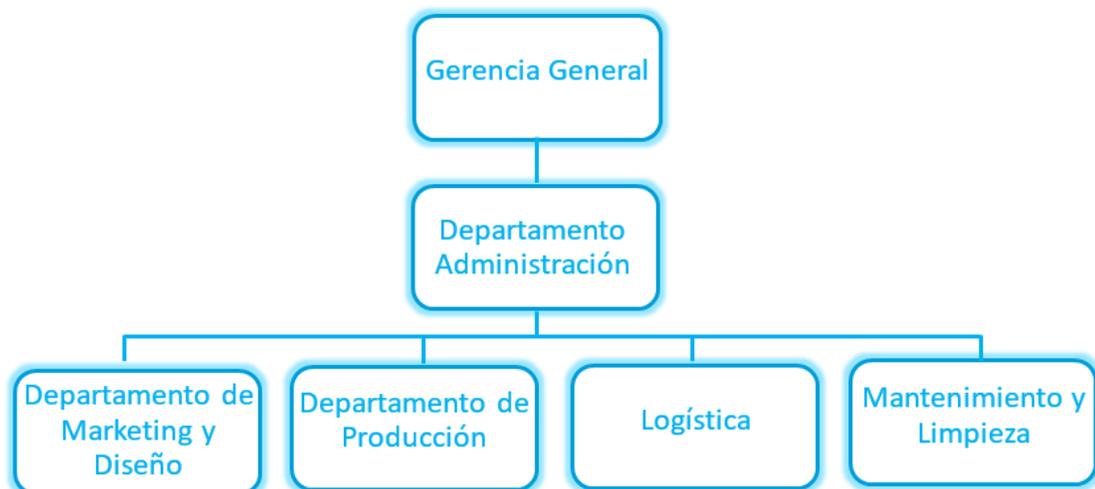
7. RECURSOS HUMANOS

La composición del personal que tendrá nuestra PyMe se va a dividir jerárquicamente en áreas, para que a partir de ellas, se puedan describir las funciones y las actividades que se llevarán a cabo en cada una, y por consiguiente, definir los conocimientos técnicos que deben poseer los empleados para cada puesto de trabajo.

A corto plazo, la empresa sólo dispondrá de 5 (cinco) áreas: el de administración, el de diseño, el de producción, el de logística y el de limpieza. A largo plazo, podría aumentar el número de áreas añadiendo a las ya existentes, por ejemplo, un área de recursos humanos, un departamento jurídico fiscal, entre otros.

Se pretende que la primera etapa de vida de la empresa, este compuesta por cinco trabajadores que se distribuirán apropiadamente para el desempeño de cada puesto de trabajo requerido. Aunque establecemos contacto con empresas especializadas de trabajo temporal por si tuviéramos que cubrir cualquier necesidad eventual de la producción, es decir, que ante una anomalía puntual la cubriremos con la tercerización de la actividad.

Organigrama empresarial jerárquico de 'Nos Une'



Fuente: Elaboración propia. Organigrama empresarial jerárquico de "Nos Une".

A continuación, determinaremos, para cada área, las distintas categorías de puestos de trabajo a desempeñar, el número de trabajadores, sus funciones, y los conocimientos que se deben tener para desarrollar dicha actividad.

LISTADO DEL PERSONAL:

» Puesto de Trabajo: **Administrativo**

» Número de personas que ocupan el cargo: 1

» Misión del puesto: Se ocupará de la gestión integral de la empresa y de las cuestiones relacionadas con las compras, ventas y de la atención al cliente, en el horario de lunes a viernes de 8 a 17 hs.

» Funciones del puesto:

- » Responsable de la gestión administrativa y operativa de la empresa.
- » Elaborar el flujo de efectivo y presupuesto de la organización
- » Realizar gestiones asociadas a la compra y a la venta.
- » Contribuir en la mejora continua de la performance de la compañía en el mercado.
- » Desarrollar las estrategias de compras anuales y las proyecciones de la organización.
- » Resolución de problemas y de dudas respecto a cualquier asunto relacionado con la empresa y producto.
- » Ejecutar cierre contable mensual y anual de la organización.
- » Responsable de la gestión de atención al cliente.
- » Gestión y seguimiento de pedidos. Elaborar presupuestos.
- » Armado de hojas de ruta para logística. Seguimiento y atención a repartidor de pedidos.
- » Coordinar los servicios auxiliares (limpieza)
- » Liquidación de sueldos y jornales.
- » Revisar la declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y realizar la declaración estimada.

- » Redactar, archivar y revisar todo tipo de documentos. Cargar los datos empresariales al sistema interno de la organización.

»» Requerimientos del puesto:

- » Sexo: indistinto
- » Edad: mayor de 20 años
- » Nivel académico: Título superior. Lic. en Contaduría o Lic. en Administración.
- » Experiencia: al menos 2 años (excluyente)
- » Conocimientos: Conocimientos económicos, administrativos y financieros. Preferible saber idiomas. Manejo avanzado de software del Paquete Office (Word, Excel, Outlook).
- » Habilidades y destrezas: Habilidades en orientación al cliente. Poseer una excelente comunicación y liderazgo. Resolución de conflictos. Facilidad en la redacción de informes y reportes.
- » Personalidad: Excelente trato con los clientes, liderazgo definido, comunicación efectiva, buen carácter y capacidad de resolución de conflictos.

»» Puesto de Trabajo: **Diseñador gráfico**

»» Número de personas que ocupan el cargo: 1

»» Misión del puesto: Se encargará de dibujar los bocetos para las prendas a estampar y de realizar las ilustraciones de marketing, en el horario de lunes a viernes de 8 a 17 hs.

»» Funciones del puesto:

- » Responsable de la creación de diseños.
- » Dibujar bocetos creativos, en forma clara y precisa a través de diferentes técnicas
- » Transformar los conocimientos gráficos, editoriales, audiovisuales y publicitarios en diseños creativos que capten la atención de quien los vea

- » Elección de tejidos y demás cuestiones relativas al proceso de producción
- » Control de calidad de diseños
- » Responsable de la gestión de marketing, publicidad y ventas
- » Estrategias de diseño publicitario para incrementar los clientes
- » Mantenimiento y actualización de las redes sociales

»» Requerimientos del puesto:

- » Sexo: indistinto
- » Edad: mayor de 20 años
- » Nivel académico: Titulación de grado medio
- » Experiencia: con o sin experiencia
- » Conocimientos: Manejo complejo de programas de diseño digital así como diagramación, montaje y computación gráfica. Conocimientos publicitarios e informáticos a nivel experto.
- » Habilidades y destrezas: Habilidades de marketing. Expresarse correcta y fluidamente de forma oral y escrita. Capacidad de comprender lo que se le solicite (colores, formas, estructuras) para lograr un diseño que genere emociones.
- » Personalidad: Excelente trato con los clientes, comunicación efectiva, buen carácter. Entusiasmo por recibir capacitación continua.

»» Puesto de Trabajo: **Operario de sublimación**

»» Número de personas que ocupan el cargo: 1

»» Misión del puesto: Se ocupará de la fabricación de productos estampados, en el horario de lunes a viernes de 8 a 17 hs.

»» Funciones del puesto:

- » Controlar el stock del depósito.
- » Obtener los productos en fecha y forma
- » Coordinar los tiempos para cumplir con la planificación productiva
- » Ejercer el control de calidad en: los insumos y en los productos terminados

- » Armado de empaques y embalajes

»» Requerimientos del puesto:

- » Sexo: indistinto
- » Edad: mayor de 18 años
- » Nivel académico: Secundario completo
- » Experiencia: con o sin experiencia
- » Conocimientos: Poseer buen manejo de maquinarias vinculadas a la rama de actividad. Manipulación de stock. Manejo a nivel usuario de PC y del paquete office (Excel).
- » Habilidades y destrezas: Persona hábil en empapelado para la sublimación, manejo de maquinaria, trabajo en equipo y capacidad de brindar soluciones técnicas
- » Personalidad: Aptitud para adaptarse a fechas de entrega, comunicación efectiva, comportamiento ético y entusiasmo por recibir capacitación continúa.

Las actividades que influyen significativamente en la calidad, son la de diseño y fabricación. La primera se efectuará por un profesional con doctorado con o sin experiencia laboral y la segunda área se requiere como mínimo que tenga noción de cómo es el proceso de sublimación. Queremos aclarar que no somos partidarios que el personal tenga experiencia (principalmente el encargado de fabricación y de diseño), ya que creemos que las personas estudiantiles salen de la universidad, institutos o cursos que enriquecen su curriculum, pero a la hora de enfrentar el mercado laboral siempre se les solicita experiencia y las expectativas de contratación son muy bajas. Es por eso, que a la hora de aplicar calidad en nuestras ilustraciones y productos finales se tomara en cuenta que el personal sea capaz de tener autocrítica para mejorar su labor constantemente, que esté dispuesto a tomar cursos de capacitación para el área correspondiente, y que tenga la responsabilidad de cubrir y mantener su puesto de trabajo demostrando el labor que

puede ofrecer, el cual lo determina exclusivamente el público objetivo que tiene 'Nos Une'.

Por otra parte, queremos destacar la estructura organizacional que tendrá 'Nos Une', debido a que existen dos áreas que no están relacionadas directamente con la función productiva de la organización, pero que sí tienen incidencia sobre las áreas jerárquicas internas de la empresa. Estas áreas se tratan de, por un lado, de los de servicios de distribución de mercancías, y por otro lado, de los auxiliares de limpieza

» Puesto de Trabajo: **Chofer de reparto**

» Número de personas que ocupan el cargo: 1

» Misión del puesto: Se encargará de repartir los productos finales de nuestra pyme de sublimación, de lunes a viernes en el horario de 8 a 17 hs.

» Funciones del puesto:

- » Verificar en físico, diariamente la existencia real de las materias primas.
- » Realizar levantamiento de inventario físico en el almacenamiento de materias primas, verificando lo físico con lo contable.
- » Entrega de mercadería en forma y tiempo a nuestros clientes

» Requerimientos del puesto:

- » Sexo: indistinto
- » Edad: mayor de 18 años
- » Nivel académico: Secundario completo
- » Experiencia: con o sin experiencia
- » Contar con Licencia Profesional para conducir.
- » Habilidades y destrezas: Que tenga responsabilidad, buena gestión del tiempo, resolución de problemas, etc.
- » Personalidad: Comunicación efectiva y comportamiento ético.

»» Puesto de Trabajo: **Auxiliar de limpieza**

»» Número de personas que ocupan el cargo: 1

»» Misión del puesto: Se encargará de realizar los trabajos auxiliares de limpieza y mantenimiento del orden del local, de lunes a viernes de 8 a 12 hs.

»» Funciones del puesto:

- » Realizar las tareas auxiliares de limpieza y arreglo de pisos y áreas públicas.
- » Su responsabilidad principal será la limpieza, armado y aprovisionamiento del comedor, toilette, back office y despacho.
- » Preparar, transportar y recoger los materiales y productos necesarios para la limpieza y mantenimiento de los sectores y del área pública.

»» Requerimientos del puesto:

- » Sexo: indistinto
- » Edad: mayor de 18 años
- » Nivel académico: Secundario completo
- » Experiencia: con o sin experiencia
- » Conocimientos: Conocimiento de los procesos y procedimientos de limpieza y mantenimiento.
- » Habilidades y destrezas: Persona que tenga compromiso con la calidad, responsabilidad, buena gestión del tiempo, resolución de problemas, etc.
- » Personalidad: Comunicación efectiva y comportamiento ético.

POLÍTICA DE REMUNERACIÓN

Para determinar la política de remuneración se tiene en cuenta el reconocimiento real de las competencias y al buen desempeño del personal, cuyas responsabilidades se orientan a lograr los objetivos organizacionales que tiene 'Nos Une'. Dichas remuneraciones se definieron en base a los documentos de:

- Convenio Colectivo de trabajo de empleados de comercio N°130/75. Administrativo categoría F.
- Convenio Colectivo De Trabajo N° 409/05. Diseñador gráfico. Gráficos. Imprenta, diarios y afines.
- Convenio Colectivo De Trabajo N° 86/89. Categoría 11, operario estampador.
- Convenio Colectivo de trabajo de empleados de comercio N°130/75. Personal de Maestranza y servicios.
- Convenio Colectivo De Trabajo N° 40/1989. Chofer de transporte de carga.

ADMINISTRATIVO		
Concepto	Remunerativo	No remunerativo
Sueldo básico	35.000,00	
Presentismo (8,33%)	2.915,50	
Jubilación - Ley 24.241 (11%)		3.850,00
Aportes INSSJP (3%)		1.050,00
Obra Social (3%)		1.050,00
Aporte Osecac		100,00
Sindicato (2%)		700,00
Art (2.5%)		875,00
Subtotal	37.915,50	7.625,00
TOTAL BRUTO	30.290,50	

DISEÑADOR GRAFICO		
Concepto	Remunerativo	No remunerativo
Sueldo básico	30.000,00	
Presentismo (8,33%)	2.499,00	
Jubilación - Ley 24.241 (11%)		3.300,00
Aportes INSSJP (3%)		900,00
Obra Social (3%)		900,00
Aporte Osecac		100,00
Sindicato (2%)		600,00
Art (2.5%)		750,00
Subtotal	32.499,00	6.550,00
TOTAL BRUTO	25.949,00	

OPERARIO		
Concepto	Remunerativo	No remunerativo
Sueldo básico	25.000,00	
Presentismo (8,33%)	2.082,50	
Jubilación - Ley 24.241 (11%)		2.750,00
Aportes INSSJP (3%)		750,00
Obra Social (3%)		750,00
Aporte Osecac		100,00
Sindicato (2%)		500,00
Art (2.5%)		625,00
Subtotal	27.082,50	5.475,00
TOTAL BRUTO	21.607,50	

CHOFER DE REPARTO		
Concepto	Remunerativo	No remunerativo
Sueldo básico	22.000,00	
Presentismo (8,33%)	1.832,60	
Jubilación - Ley 24.241 (11%)		2.420,00
Aportes INSSJP (3%)		660,00
Obra Social (3%)		660,00
Aporte Osecac		100,00
Sindicato (2%)		440,00
Art (2.5%)		550,00
Subtotal	23.832,60	4.830,00
TOTAL BRUTO	19.002,60	

AUXILIAR DE LIMPIEZA		
Concepto	Remunerativo	No remunerativo
Sueldo básico	15.000,00	
Presentismo (8,33%)	1.249,50	
Jubilación - Ley 24.241 (11%)		1.650,00
Aportes INSSJP (3%)		450,00
Obra Social (3%)		450,00
Aporte Osecac		100,00
Sindicato (2%)		300,00
Art (2.5%)		375,00
Subtotal	16.249,50	3.325,00
TOTAL BRUTO	12.924,50	

Capítulo 8

Protección y Normativa

8. PROTECCIÓN Y NORMATIVA

8.1. ANÁLISIS Y REQUISITOS LEGALES:

»» Solicitud De CUIT – Personas Jurídicas

Los aspectos legales para la habilitación de nuestra pyme tienen como base la inscripción en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP). Es por ello que se procederá a detallar los requisitos y documentación necesarios para obtener la habilitación correspondiente.

Requisitos y documentación para obtención de CUIT:

Según la AFIP los requisitos necesarios para obtener el CUIT de la empresa se deberá presentar fotocopias de la documentación (claras y legibles) y estar suscriptas por el responsable que realice el trámite respectivo, además debe estar certificado por un escribano público, entidad bancaria, juez de paz o autoridad policial (AFIP Impositiva Aduana Seguridad Social [internet]. Argentina, Disponible en: <https://serviciosweb.afip.gob.ar/>)

Con respecto a la documentación a presentar se debe tener en cuenta:

- a) El formulario de declaración jurada N° 420/J generado por el aplicativo.
- b) El acuse de recibo de la presentación efectuada, y
- c) La impresión de la "aceptación del trámite".

Asimismo deberá presentar dentro de los 30 días corridos contados desde la fecha de la mencionada aceptación, por un lado, la fotocopia del estatuto o contrato social y por otro lado, la fotocopia del documento de identidad de los socios con mayor participación societaria y acreditar la existencia del domicilio fiscal denunciado. (AFIP Impositiva Aduana Seguridad Social [internet]. Argentina, Disponible en: <https://serviciosweb.afip.gob.ar/>)

»» Aspectos municipales para la habilitación comercial

Los requisitos solicitados por el municipio de Florencio Varela para la habilitación son:

- DNI. Si el titular o representante es de algún tipo de sociedad (S.A, S.R.L, S.A.S, etc), debe presentar el DNI del presidente y/o socios gerentes, apoderado o la documentación que corresponda para corroborar la calidad de suscribiente.
- Último Plano de Obra Civil, conforme a obra, aprobado por el Municipio (con sello y fecha de aprobación del área de competencia).
- Recibo de la Tasa de Servicios Generales del local a habilitar. El titular, nomenclatura catastral y número de partida municipal deben estar legibles.
- Contrato de locación, comodato, autorización para habilitar (emitida por el Juzgado de Paz), escritura o boleto de compra-venta. Tanto el contrato de locación como el comodato deben estar celebrados por el titular de la propiedad y llevar las firmas certificadas. Además, el contrato de locación debe llevar el timbrado de ARBA (Form. R550P).
- Servicio de luz, gas o teléfono fijo del domicilio
- Constancias de Inscripción en AFIP e Ingresos Brutos

Cabe aclarar que este tipo de permiso tiene una durabilidad de 3 años con la posibilidad de realizar una renovación, previa a su vencimiento, por igual período.

8.2. FORMA JURIDICA DE LA ORGANIZACIÓN:

La razón social de esta pyme es Sociedad Por Acciones Simplificada: **“Nos Une S.A.S”**, debido a que está enfocada en la Ley N° 27.349 de Apoyo al Capital Emprendedor y presenta ciertos beneficios, como por ejemplo:

- Se crea la sociedad en 24 hs. y vía online
- Se necesita un capital social equivalente a dos salarios mínimos, vitales y móviles.
- Este trámite, contempla los gastos de inscripción y publicación automática en el Boletín Oficial.

- Los libros societarios y contables van a ser digitales.
- Se puede dar de alta en impuestos y solicitar factura A en línea.
- Se puede abrir de forma más rápida una cuenta en el Banco.

Requisitos para crear la SAS:

1. Radicar la SAS en CABA o Provincia de Buenos Aires
2. Tener CUIL, CUIT o CDI
3. Tener Clave Fiscal 2 o más
4. Adherir al servicio TAD (Trámites A Distancia)

Pasos para la creación de la SAS:

1. Ingresar a TAD
2. Completar el formulario y pagar el trámite (el valor del trámite es de \$8437,50)
3. Esperar la aprobación del trámite
4. SAS lista para comenzar a operar legalmente.

Por otra parte, se tributa a través del Impuesto a las ganancias, al tipo fijo del 35% sobre los beneficios anuales obtenidos, cifra que se podría modificar si tales ingresos se incrementan considerablemente.

8.3. NORMATIVAS DE REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD:

»» Contratación de trabajadores

En toda empresa hay una relación entre empleador y empleado la cual se ve reflejada a través de la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.744. En esta ley se determina todos los derechos y obligaciones a cumplir por ambas partes, como por ejemplo, reconoce la jornada laboral de 8 horas, las vacaciones pagas, las licencias por enfermedad y por maternidad, etc.

Todos los trabajadores en relación de dependencia deben percibir su remuneración con la entrega de un recibo de sueldo. En el artículo 140 de esta ley se men-

cionan los requisitos mínimos que debe contener el recibo de sueldo emitido por la empresa. En el mismo deberá figurar la información referente al emperador, al empleado, a la composición de la remuneración del empleado y a otros datos obligatorios exigidos por la ley.

 NOS UNE S.A.S CALLE ESPAÑA N° 3127 FLORENCIO VARELA, BUENOS AIRES, ARGENTINA CUIT N° XX-XXXXXXXX-X				
LEGAJO	APELLIDO Y NOMBRE		JORNAL BAS.	
8994	BARRIOS EVELIN		35.560,44	
PERIODO DE PAGO	CUIL		F. INGRESO	F. EGRESO
SEPTIEMBRE 2020	XX-XXXXXXXX-X		03/02/2020	-
FECHA DE PAGO	CATEGORIA/ CALIF. PROFESIONAL			
30/03/2020	ADMINISTRATIVO F			
COD.	CONCEPTO	UNIDS.	HABERES	DESCUENTOS
10001	SUELDO	19	22.521,61	
10821	FERIADO 24 DE MARZO	1	1.185,35	
11010	PRESENTISMO		2.070,27	
11895	DESCUENTO DE HORAS	0,22	-39,12	
12252	ACUERDO 2019-2020		867,00	
12702	ACUERDO 2019-2020 (02-2020)		1.000,00	
12252	FERIADO TURISTICO	1	1.185,35	
14116	INCEM SOLIDARIO DTO 14/2020	26	3.466,67	
17114	ASIG EXT NO REM AC 2019		577,42	
17141	LICENCIA RESOLUCION 219/2020		5.926,74	
20010	JUBILACION	11		3.548,28
20015	LEY 19032	3		1.145,52
20025	OBRA SOCIAL (O.S.E.C.A.C)	3		1.162,84
20062	APORTE SOLIDARIO OSECAC			100,00
20070	APORTE CCT 1			656,69
20080	APORTE CCT 2			164,17
LUGAR DE PAGO: Av. Gral. José de San Martín 3398, F. VARELA			38.761,29	6.777,50
BANCO DE ACREDITACION: Banco Frances Cuenta: 6000416594			TOTAL NETO	31.983,79
San Pesos: Treinta y un mil novecientos ochenta y tres pesos con 79/100centavos.-				
RECIBI EL IMPORTE DE MIS HABERES CORRESPONDIENTES AL MES DEL PERIODO Y COPIA FIRMADA DEL PRESENTE RECIBO. FIRMA EMPLEADOR:			 Nos Une S.A.S.	

Fuente: Elaboración propia. Modelo de recibo de sueldo de un administrador.

Capítulo 9

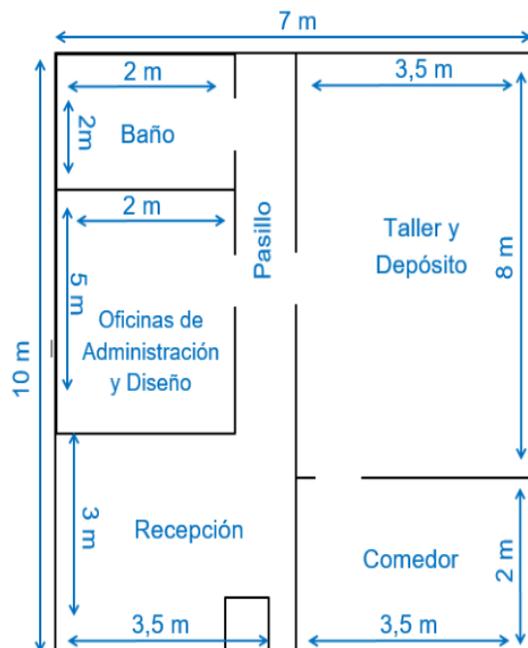
Proceso Productivo

9. PROCESO PRODUCTIVO

Para desplegar las actividades necesarias que implican el proceso productivo de 'Nos Une', haremos una especificación de la localización del negocio y la distribución del local, es decir, las áreas de trabajo. En segundo lugar, se detallarán las máquinas, herramientas e insumos que se necesitan para elaborar los productos finales. Y por último, nos centraremos en las especificaciones técnicas de la producción.

9.1. LOCALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La sede de operaciones de la pyme se situará en un local ubicado en Florencio Varela, con dirección en España N° 3127, código postal 1888, Buenos Aires. Se ha seleccionado un local comercial con superficie de 70 m² y el alquiler mensual es de \$35.000. Su espacio físico nos permite ubicar y distribuir todas las áreas funcionales de la empresa, por ende sus instalaciones consta de: un exhibidor y mostrador en donde se recibe a los clientes, una oficina para el departamento de administración y de diseño; además contará con un taller de producción y de depósito, un comedor y por último un baño.



Fuente: Elaboración propia. Plano y distribución del Establecimiento de "Nos Une".

La distribución de planta cuenta con las áreas de:

- **Recepción:** se situará en la entrada del local comercial. Será el lugar en donde se exhibirán nuestros productos y se brindará la atención a los clientes y proveedores.
- **Oficina de administración:** se ubica en el lugar más próximo a la recepción. Esta área se encargará de la gestión relacionada a solucionar las dudas y los problemas planteados por los clientes. También se encarga de efectuar: los pedidos a los proveedores, la contabilidad de la empresa y las bases de datos de los clientes, facturación, cobranza, etc.
- **Estudio de diseño y marketing online:** junto a la administración se encuentra el estudio de diseño. Esta área estará equipada con los materiales necesarios para dibujar los diseños y bocetos que se van a sublimar. Asimismo, se encarga de la actualización de las redes sociales, la publicidad e imagen de la empresa.
- **Taller y depósito:** esta área es la que más superficie de planta cuenta, debido a que en ella se realiza el proceso productivo y el almacenamiento de las prendas textiles.

9.2. MAQUINARIA, EQUIPOS E INSUMOS⁶

Las maquinarias que son necesarias para estampar las prendas y los artículos textiles son: una impresora de sublimación, una estampadora plana y una estampadora de gorra. Asimismo el equipo informático, que es imprescindible para la creación de los bocetos, es una PC de escritorio con sus programas de dibujos y edición. Por último, el conjunto de insumos se basan en por un lado, en las tintas y los papeles de sublimación y todos aquellos lienzos lisos para estampar, como: remeras, chombas, musculosas, equipos deportivos, buzos, gorras, cartucheras, kit de jardín y mochilas. Por otro lado, para efectuar las entregas de los pedidos se realiza por medio del envase de bolsas de papel madera y el empaque en cajas de cartón.

⁶ Ver Anexo III: Maquinaria, equipos e insumos (todos los valores corresponden a los primeros tres meses del año 2020)

9.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

El sistema operativo que tiene nuestra pyme la describiremos desde la relación que tiene con los clientes hasta la incorporación técnica en su proceso productivo.

‘*Nos Une*’ se caracteriza por tener una estrategia de proceso enfocada en la personalización masiva. De esta manera, planifica su producción en base a los pedidos solicitados por los clientes.

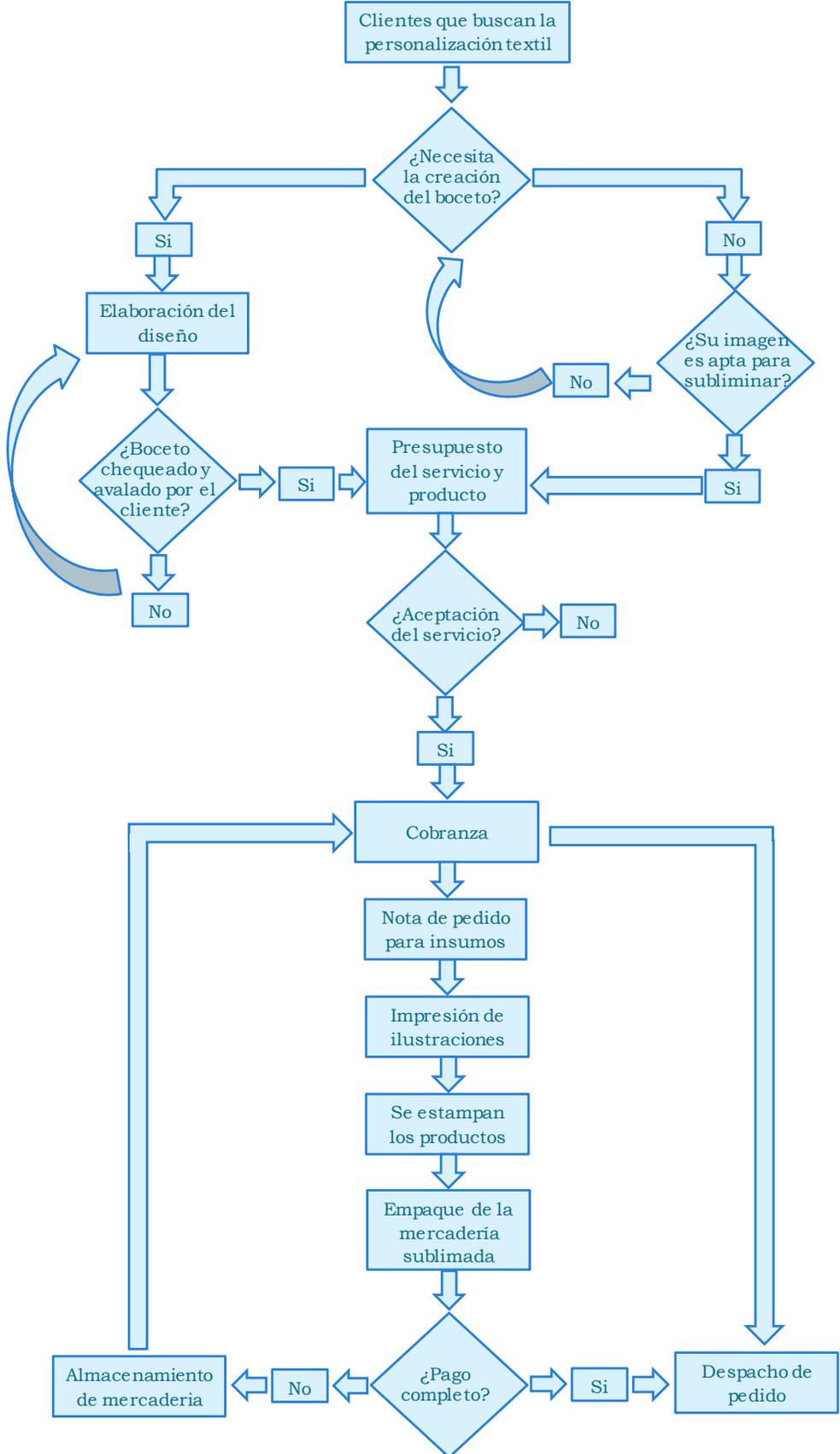
Esta planificación consiste en una serie de pasos:

En primer lugar, se tomará en cuenta la solicitud de nuestros clientes, a los cuales se les pregunta exactamente qué tipo de producto textil necesitan, talles (en caso de requerir prendas de vestir), cantidad, colores, tamaños y cualquier otro tipo de característica que satisfaga su necesidad. Y sin lugar a dudas, el tipo de diseño que requiere que estampemos en los productos que va a consumir. Cabe aclarar que el cliente nos puede presentar dos situaciones: una en las que requiera la elaboración de las ilustraciones, y otra, que ya disponga de los bocetos para ser sublimados en las prendas.

En segundo lugar, se elabora un presupuesto acorde a su pedido (producto y servicio), todo este proceso se puede determinar con el cliente solo vía mail o de forma presencial avalando la aceptación o no de nuestro servicio.

Y por último, en caso de aceptar nuestro servicio, se deriva una nota de pedidos hacia los sectores de compras, de diseño y al de producción. El sector de compras, se encarga de cobrar un porcentaje a modo de seña del trabajo; y de adquirir los insumos de prendas y accesorios lisos con las especificaciones del cliente. El área de diseño se encarga de la impresión de las ilustraciones. Una vez que se concreta la compra de insumos y el boceto listo para estampar, se deriva al último eslabón de esta cadena de producción, es decir, al sector de fabricación, quien se encarga de estampar los productos a través de la sublimación y de empaquetar los mismos para luego ser despachados.

Diagrama de flujo: Atención al cliente



9.4. TÉCNICA: SUBLIMACIÓN CON IMPRESIÓN DIGITAL

El proceso utilizado para crear las impresiones en los tejidos es la sublimación. Los resultados obtenidos con esta técnica se mantienen a largo plazo y resisten a la diversidad de lavados sin deteriorarse y sin retirarse, lo cual es un beneficio indiscutible para una variedad de clientes. En comparación con otras técnicas de impresión, la sublimación digital permite alcanzar zonas de las prendas y de las telas que no pueden ser personalizadas y adaptadas con otros procedimientos similares. Además, requiere menos tiempo en trabajos que los procesos tradicionales como la serigrafía o la impresión rotativa, ya que no requiere múltiples pasos o muchos equipos. Por otra parte, permite tener un mayor control de la calidad de la imagen que se está imprimiendo, debido a que se imprime sobre el papel de sublimación y luego pasa a la tela (sin provocar despilfarro de insumos textiles). A continuación se indican los pasos a seguir durante la sublimación:

» **PASO 1:** Las tintas especiales activadas mediante calor (tintas por sublimación) se imprimen en un papel de transferencia térmica, normalmente en forma de imagen invertida.

» **PASO 2:** Lo siguiente que necesitamos es una prensa de calor (para piezas individuales) y un sustrato receptor para aplicar la imagen al sustrato. El sustrato base será un tejido de poliéster o un material previamente revestido con una superficie de poliéster, como por ejemplo metal, madera y cerámicas. El papel se coloca en la parte superior del artículo donde se plasmará la imagen, con la cara impresa hacia abajo. Acto seguido se aplica presión y calor usando la prensa de calor o la calandra (normalmente a 180-200 °C durante 35-60 segundos).

» **PASO 3:** La impresión se completa cuando se retira el papel. No requiere tiempo de secado ni tratamiento posterior.

El proceso plasma las imágenes de forma definitiva sobre el tejido de poliéster, de modo que la impresión no puede rayarse ni desteñir. Pasa a formar parte del tejido y no tiene más tacto ni textura que la propia del tejido. Ello significa que no se agrieta, ni se despegan ni se desprende, y puede lavarse y plancharse con total normalidad.

Capítulo 10

Plan Económico y Financiero

10. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

10.1. PLAN DE INVERSIÓN⁷

Las inversiones del proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera flujo de beneficios. Nuestro presupuesto estará determinado por el alquiler del local y los materiales necesarios para el amueblamiento del mismo. Además, se considerarán las maquinarias e insumos requeridos para el desarrollo de las actividades. Por lo tanto, detallaremos dos tipos de inversión: la inversión fija y la inversión del capital de trabajo. El desembolso inicial es de \$3.526.195, y está distribuido de la siguiente forma:

INVERSIÓN FIJA: Comprende al conjunto de bienes tangibles, que son adquiridos por única vez y generalmente durante la etapa de instalación de planta, además se utilizan a lo largo de su vida útil. Son aquellas que permanecen inmovilizadas durante la operación de la empresa.

INVERSIÓN FIJA	Unid. Requerida	Valor Unitario	Inversión Total
Infraestructura:			
Alquiler del local	1	\$35.000	\$35.000
Marquesina (Cartel publicitario) (7x3 m ²)	21 m ²	\$1.450m ²	\$30.450
Mobiliaria:			
Escritorio para oficinas	2	\$4.101	\$8.202
Sillas de escritorio	4	\$10.900	\$43.600
Mostrador Recepción	1	\$20.872	\$20.872
Exhibidor	1	\$20.000	\$20.000
Perchero Exhibidor	1	\$2.235	\$2.235
Exhibidor de gorras	1	\$850	\$850
Mesa de trabajo	1	\$7.800	\$7.800
Armario para almacenar insumos	2	\$15.610	\$31.220
Rodados:			
Camioneta de reparto	1	\$440.000	\$440.000
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA:			\$ 640.229

⁷ Ver Anexo V: Plan de Inversión (todos los valores corresponden a los primeros tres meses del año 2020)

CAPITAL DE TRABAJO: Es el monto de recursos económicos necesarios para iniciar las fases de producción y venta de la empresa, hasta el momento en que sea capaz de generar los ingresos suficientes para cubrir el total de sus gastos.

CAPITAL DE TRABAJO*	Unid. Requerida	Valor Unitario	Inversión Total
Maquinaria:			
Impresora de sublimación	1	\$33.122	\$33.122
Estampadora plana	1	\$31.800	\$31.800
Estampadora de gorra	1	\$15.999	\$15.999
Subtotal:			\$80.921
Equipo informático			
PC de escritorio	3	\$22.999	\$68.997
Subtotal:			\$68.997
Insumos (para maquinaria):			
Tinta de sublimación (Combo x 4 colores)	3	\$2.899	\$8.697
Papel de sublimación (unidad x 100 hojas)	20	\$560	\$11.200
Subtotal:			\$19.897
Insumos (lienzos lisos para estampar):			
Remera Unisex	500	\$204	\$ 102.000
Remeras Entallada	500	\$185	\$ 92.500
Remeras Infantil	500	\$159	\$ 79.500
Chombas Unisex	500	\$450	\$ 225.000
Chombas Infantil	500	\$350	\$ 175.000
Musculosas Entallada	500	\$157	\$ 78.500
Musculosas Unisex	500	\$193	\$ 96.500
Equipo Deportivo Infantil (Camiseta \$239 + Short \$208)= \$447	500	\$447	\$ 223.500
Equipo Deportivo Adulto 1 (Camiseta \$275 + Short \$320)= \$595	500	\$595	\$ 297.500
Equipo Deportivo Adulto 2 (Musculosa De Zumba \$250 + Short Running \$300)= \$550	500	\$550	\$ 275.000
Buzos Unisex	500	\$680	\$ 340.000
Buzos Infantil	500	\$480	\$ 240.000
Gorras Trucker Con Red	500	\$125	\$ 62.500
Gorras De Gabardina	500	\$90	\$ 45.000
Cartuchera Posta cosmético	500	\$81	\$ 40.500
Cartuchera Neopreno	500	\$61	\$ 30.500
Cartuchera Doble Cierre	500	\$81	\$ 40.500
Mochila Tropical	500	\$75	\$ 37.500
Mochila De Jardín	500	\$189	\$ 94.500
Kit De Jardín (Toalla-Servilleta-Mantel)	500	\$120	\$ 60.000
Subtotal:			\$2.636.000

Envase y empaque:			
Bolsas de papel madera (30x30 cm por 100 unidades)	10	\$1.750	\$17.500
Cajas de cartón (36x19x29 por 100 unidades)	20	\$2.499	\$49.980
Sello 10x12 cm	1	\$1.520	\$1.520
Sello 5x5 cm	1	\$542	\$542
Subtotal:			\$69.542
Gaveta monedero:			
Caja registradora	1	\$2.499	\$2.499
Subtotal:			\$2.499
Elementos de seguridad			
Extintidor x 5kg	2	\$2.800	\$5.600
Botiquín de primeros auxilios	1	\$2.510	\$2.510
Subtotal:			\$8.110
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO:			\$2.885.966

*En la inversión de capital de trabajo consideramos 500 unidades de los lienzos lisos para producir durante un mes; más allá que nuestra producción varía acorde a las especificaciones de los clientes, se considera esta cantidad como lanzamiento del proyecto, contando con la diversidad de talles y colores en el stock. Por otra parte, las tintas para sublimar necesitan cuatro colores, las cuales pueden durar aproximadamente 1000 unidades de producción.

10.2. FUENTE DE FINANCIACIÓN

Para financiar el plan de inversiones se recurre a la autofinanciación (aportación propia). Es decir, que se irá invirtiendo de manera gradual a medida que el emprendimiento crezca y se potencie⁸.

10.3. COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes durante un período de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. No tienen relación directa al volumen de producción y venta del negocio. Estos costos no dependen de si la empresa vende o no, el negocio siempre incurre en ellos. Se miden por unidad de tiempo, por ejemplo mensual o anual.

⁸ Sin embargo, se expondrá la información necesaria en caso de que un agente externo encuentre atractivo este tipo de inversión y requiera solicitar una deuda a entidades de crédito. Ver Anexo IV: Créditos Bancarios

Costos Fijos

COSTOS FIJOS	Costo Mensual	Costo Anual
Servicios		
Alquiler*	\$35.000	\$427.000
Luz	\$15.000	\$180.000
Gas	\$8.000	\$96.000
Agua	\$3.000	\$36.000
Teléfono e Internet	\$2.200	\$26.400
Total Servicios:	\$63.200	\$765.400
Empleados		
Administrativo	\$37.915,50	\$454.986,00
Diseñador Gráfico	\$32.499	\$389.988,00
Operario de producción	\$27.082,50	\$324.990,00
Chofer de reparto	\$23.832,60	\$85.991,20
Auxiliar de limpieza	\$16.249,50	\$194.994,00
Total Empleados:	\$137.579,10	\$1.650.949,20
Plan de Comunicación		
Redes Sociales	\$30.000	\$360.000
Material Gráfico (folletos x 1000 unid= \$1.490)	\$1.490	\$17.880
Material Gráfico (tarjetas x 100 unid = \$350)	\$350	\$4.200
Total Plan de Comunicación:	\$31.840	\$382.080
TOTAL COSTO FIJOS:	\$232.619,10	\$2.798.429,00

* Se estima que el alquiler tenga una variación de aumento, del 10% semestral.

Costos Variables

Por otro lado, los costos variables son los que sí tienen relación directa con el volumen de producción o venta. Es todo aquello que depende o está en función con la cantidad producida. Nuestros costos variables se determinan por ciertos combos creados y pensados para cada tipo de cliente.

COMBO 1. Para Empresas y/o Asociaciones: Remeras Unisex y gorras truckers			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Remeras Unisex	25	\$204	\$5.100
Gorras modelo trucker	25	\$125	\$3.125
Papel de sublimación	50	\$5,60	\$280
Tinta	30 ml	\$0,21	\$6,30
Empaque (cajas)	2	\$24,99	\$49,98
Total:		\$359,80	\$8.561,28

COMBO 2. Para Jardín: Chombas, set de jardín y mochilas			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Chombas modelo infantil	35	\$350	\$12.250
Set de Jardín (mantel, servilleta y toalla)	35	\$120	\$4.200
Mochila modelo jardín	35	\$189	\$6.615
Papel de sublimación	105	\$5,60	\$588
Tinta	63 ml	\$0,21	\$13,23
Empaque (cajas)	4	\$24,99	\$99,96
	Total:	\$689,80	\$23.766,19

COMBO 3. Para Jardín: Cartucheras y mochilas			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Cartuchera	35	\$61	\$2.135
Mochila modelo tropical	35	\$75	\$2.625
Papel de sublimación	70	\$5,60	\$392
Tinta	42 ml	\$0,21	\$8,82
Empaque (cajas)	2	\$24,99	\$49,98
	Total:	\$166,80	\$5.210,80

COMBO 4. Para Colegios: Buzos y chombas			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Buzos	30	\$680	\$20.400
Chombas	30	\$450	\$13.500
Papel de sublimación	60	\$5,60	\$336
Tinta	36 ml	\$0,21	\$7,56
Empaque (cajas)	2	\$24,99	\$49,98
	Total:	\$1.160,80	\$34.293,54

COMBO 5. Para Clubes deportivos: Camiseta y short			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Equipo deportivo (adulto modelo 1)	20	\$595	\$11.900
Papel de sublimación	40	\$5,60	\$224
Tinta	24 ml	\$0,21	\$5,04
Empaque (cajas)	1	\$24,99	\$24,99
	Total:	\$625,80	\$12.154,03

COMBO 6. Para Clubes deportivos: Musculosa de zumba, short running y gorras			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Equipo deportivo (adulto modelo 2)	15	\$550	\$8.250
Gorras de gabardina	15	\$90	\$1.350
Papel de sublimación	30	\$5,60	\$168
Tinta	18 ml	\$0,21	\$3,78
Empaque (cajas)	1	\$24,99	\$24,99
	Total:	\$670,80	\$9.796,77

COMBO 7. Para Eventos: Gorras y remeras			
Contenido	Cantidad	Costo x Unidad	Total
Gorras modelo trucker	50	\$125	\$6.250
Remeras Unisex	50	\$204	\$10.200
Papel de sublimación	100	\$5,60	\$560
Tinta	60 ml	\$0,21	\$12,60
Empaque (cajas)	2	\$24,99	\$49,98
	Total:	\$359,80	\$17.072,58

Una vez presentados los combos, se calculan sus costos unitarios totales (variables y fijos), para obtener de esta manera, los costos variables totales a considerar acorde a las ventas que se efectúen en este proyecto⁹:

COSTOS TOTAL UNITARIO		
Concepto	Costos Variables	Costo Total Unitario
Combo N° 1	\$359,80	\$ 714,64
Combo N° 2	\$689,80	\$868,93
Combo N° 3	\$166,80	\$338,77
Combo N° 4	\$1.160,80	\$1.401,58
Combo N° 5	\$625,80	\$1.189,25
Combo N° 6	\$670,80	\$1.686,98
Combo N° 7	\$359,80	\$434,50

⁹ Ver Anexo VII: Cálculo del Costo Total Unitario por combo

10.4. POYECCIÓN DE VENTAS

La demanda del emprendimiento se estima de manera general, por medio de los datos obtenidos por el Censo Nacional y de forma más directa, a través de una encuesta realizada a varias personas que pertenecen a distintas asociaciones o grupo colectivo, de las localidades más cercanas a nuestro establecimiento.

Del Censo obtuvimos la cantidad de habitantes de los partidos de Florencio Varela, Berazategui y Quilmes. Por lo tanto, de cada localidad intentaremos atraer un porcentaje de su población para que éstos se conviertan en clientes fieles y a través del cumplimiento de sus expectativas nos recomienden. Asimismo, se ha identificado el mercado meta por medio de una encuesta digital. Los resultados que se obtuvieron de ambas fuentes de información fueron:

Partido	Habitantes	% a atraer	Total
Florencio Varela	426.005	0,0022	937
Berazategui	324.244	0,0009	292
Quilmes	582.943	0,0011	641
Total de personas a atraer:			1.870

Según el Censo Nacional intentaremos atraer, durante el lapso del primer mes, un total de 1.870 personas (pertenecientes a un grupo determinado). Asimismo, de la encuesta realizada¹⁰, se puede afirmar que nuestro mercado meta, tiene una gran variación de demanda porque las empresas, asociaciones, clubes deportivos y eventos son espontáneos y no puede calcularse de una forma precisa. Sin embargo, nuestro potencial cliente va a ser las escuelas y jardines, ya que se puede saber con exactitud su fecha de consumo importante (principio de cursada y graduación a fin de año).

En base a nuestros combos, multiplicaremos la cantidad de los mismos a comercializar, para llegar a los habitantes estipulados en el primer mes. Además, impulsaremos una proyección de las ventas que se pueden efectuar en el primer año.

¹⁰ La encuesta se encuentra disponible en el Anexo VI

Ventas en el primer año (en unidades)													
Combo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total 1er año
Combo N° 1: Para 25 personas	X5= 125	X2= 50	X5= 125	X2= 50	X1= 25	X3= 75	X3= 75	X1= 25	X6= 150	X4= 100	X4= 100	X3= 75	975
Combo N° 2 Para 35 personas	X12= 420	X10= 350	X9= 315	X5= 175	X5= 175	X2= 70	X1= 35	X1= 35	X1= 35	X1= 35	X1= 35	X1= 35	1.715
Combo N° 3 Para 35 personas	X10= 350	X13= 455	X15= 525	X10= 350	X5= 175	X2= 70	X3= 105	X3= 105	X2= 70	X2= 70	X2= 70	X2= 70	2.415
Combo N° 4 Para 30 personas	X18= 540	X18= 540	X15= 450	X10= 300	X7= 210	X5= 150	X8= 240	X4= 120	X3= 90	X3= 90	X2= 60	X1= 30	2.820
Combo N° 5 Para 20 personas	X8= 160	X8= 160	X5= 100	X3= 60	X15= 300	X9= 180	X10= 200	X5= 100	X2= 40	X12= 240	X3= 60	X2= 40	1.640
Combo N° 6 Para 15 personas	X5= 75	X9= 135	X10= 150	X9= 135	X5= 75	X3= 45	X5= 75	X10= 150	X12= 180	X15= 225	X10= 150	X10= 150	1.545
Combo N° 7 Para 50 personas	X4= 200	X5= 250	X7= 350	X7= 350	X9= 450	X3= 150	X2= 100	X5= 250	X2= 100	X4= 200	X3= 150	X5= 250	2.800
Total Mensual:	1.870	1.940	2.015	1.420	1.410	740	830	785	665	960	625	650	13.910

Esto nos indica que durante el transcurso del primer año, aspiramos a obtener en promedio un total de 13.910 clientes pertenecientes a un grupo colectivo lo cual varía según la rama de actividad que ejerzan.

10.5. INGRESOS Y EGRESOS

De acuerdo al Costo Total Unitario de los combos, se puede calcular el Precio De Venta de cada uno.

PRECIO DE VENTA UNITARIO			
Concepto	Costo Total Unitario	Ganancia del 40%	Precio de Venta
Combo N° 1	\$ 714,64	\$ 285,86	\$ 1.000,50
Combo N° 2	\$ 868,93	\$ 347,57	\$ 1.216,50
Combo N° 3	\$ 338,77	\$ 135,51	\$ 474,28
Combo N° 4	\$ 1.401,58	\$ 560,63	\$ 1.962,21
Combo N° 5	\$ 1.189,25	\$ 475,70	\$ 1.664,95
Combo N° 6	\$ 1.686,98	\$ 674,79	\$ 2.361,77
Combo N° 7	\$ 434,50	\$ 173,80	\$ 608,30

INGRESOS: se obtienen en base a los precios de venta y a nuestras estimaciones de demanda (sin variar los precios durante el primer año de apertura).

Ingresos en el Primer Semestre						
Combo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
N° 1	125.062,00	50.024,80	125.062,00	50.024,80	25.012,40	75.037,20
N° 2	510.930,84	425.775,70	383.198,13	212.887,85	212.887,85	85.155,14
N° 3	165.997,30	215.796,49	248.995,95	165.997,30	82.998,65	33.199,46
N° 4	1.059.594,48	1.059.594,48	882.995,40	588.663,60	412.064,52	294.331,80
N° 5	266.392,00	266.392,00	166.495,00	99.897,00	499.485,00	299.691,00
N° 6	177.132,90	318.839,22	354.265,80	318.839,22	177.132,90	106.279,74
N° 7	121.660,00	152.075,00	212.905,00	212.905,00	273.735,00	91.245,00
Total Mensual	2.426.769,52	2.488.497,69	2.373.917,28	1.649.214,77	1.683.316,32	984.939,34

Ingresos en el Segundo Semestre						
Combo	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
N° 1	75.037,20	25.012,40	150.074,40	100.049,60	100.049,60	75.037,20
N° 2	42.577,57	42.577,57	42.577,57	42.577,57	42.577,57	42.577,57
N° 3	49.799,19	49.799,19	33.199,46	33.199,46	33.199,46	33.199,46
N° 4	470.930,88	235.465,44	176.599,08	176.599,08	117.732,72	58.866,36
N° 5	332.990,00	166.495,00	66.598,00	399.588,00	99.897,00	66.598,00
N° 6	177.132,90	354.265,80	425.118,96	531.398,70	354.265,80	354.265,80
N° 7	60.830,00	152.075,00	60.830,00	121.660,00	91.245,00	152.075,00
Total Mensual	1.209.297,74	1.025.690,40	954.997,47	1.405.072,41	838.967,15	782.619,39

En el primer año de apertura el ingreso anual sería de \$17.823.299,48.

Total de Ingresos en el Primer Año	
Combo	Ingreso
N° 1	975.483,60
N° 2	2.086.300,93
N° 3	1.145.381,37
N° 4	5.533.437,84
N° 5	2.730.518,00
N° 6	3.648.937,74
N° 7	1.703.240,00
Total	17.823.299,48

EGRESOS: se calculan en base a los costos totales unitarios y a nuestras estimaciones de demanda (sin variar los precios durante el primer año de apertura).

Egresos en el Primer Semestre						
Combo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
N° 1	89.250,00	35.700,00	89.250,00	35.700,00	17.850,00	53.550,00
N° 2	364.950,60	304.125,50	273.712,95	152.062,75	152.062,75	60.825,10
N° 3	118.569,50	154.140,35	177.854,25	118.569,50	59.284,75	23.713,90
N° 4	756.853,20	756.853,20	630.711,00	420.474,00	294.331,80	210.237,00
N° 5	190.280,00	190.280,00	118.925,00	71.355,00	356.775,00	214.065,00
N° 6	126.523,50	227.742,30	253.047,00	227.742,30	126.523,50	75.914,10
N° 7	86.900,00	108.625,00	152.075,00	152.075,00	195.525,00	65.175,00
Total Mensual	1.733.326,80	1.777.466,35	1.695.575,20	1.177.978,55	1.202.352,80	703.480,10

Egresos en el Segundo Semestre						
Combo	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
N° 1	53.550,00	17.850,00	107.100,00	71.400,00	71.400,00	53.550,00
N° 2	30.412,55	30.412,55	30.412,55	30.412,55	30.412,55	30.412,55
N° 3	35.570,85	35.570,85	23.713,90	23.713,90	23.713,90	23.713,90
N° 4	336.379,20	168.189,60	126.142,20	126.142,20	84.094,80	42.047,40
N° 5	237.850,00	118.925,00	47.570,00	285.420,00	71.355,00	47.570,00
N° 6	126.523,50	253.047,00	303.656,40	379.570,50	253.047,00	253.047,00
N° 7	43.450,00	108.625,00	43.450,00	86.900,00	65.175,00	108.625,00
Total Mensual	863.736,10	732.620,00	682.045,05	1.003.559,15	599.198,25	558.965,85

En el primer año de apertura el egreso anual sería de \$12.730.304,20

Total de Egresos en el Primer Año	
Combo	Egreso
N° 1	696.150,00
N° 2	1.490.214,95
N° 3	818.129,55
N° 4	3.952.455,60
N° 5	1.950.370,00
N° 6	2.606.384,10
N° 7	1.216.600,00
Total	12.730.304,20

Ingresos en pesos anuales

Una vez calculado el ingreso en el primer año se evaluará los ingresos totales de los siguientes dos años, para los cuales tendremos en cuenta una inflación sobre los precios del 40% en el segundo año y un 35% en el tercer año.

Ingresos en pesos anuales		
Año	Inflación	Total
1	-	\$ 17.823.299,48
2	40%	\$ 24.952.619,27
3	35%	\$ 33.686.036,02

Costos variables anuales

Los costos variables anuales también estarán sujetos a la inflación estimada para los próximos años que son del 40% en el segundo año y del 35% para el tercer año¹¹.

Costos Variables Anuales			
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Combo 1	\$ 350.805,00	\$ 491.127,00	\$ 663.021,45
Combo 2	\$ 1.183.007,00	\$ 1.656.209,80	\$ 2.235.883,23
Combo 3	\$ 402.822,00	\$ 563.950,80	\$ 761.333,58
Combo 4	\$ 3.273.456,00	\$ 4.582.838,40	\$ 6.186.831,84
Combo 5	\$ 1.026.312,00	\$ 1.436.836,80	\$ 1.939.729,68
Combo 6	\$ 1.036.386,00	\$ 1.450.940,40	\$ 1.958.769,54
Combo 7	\$ 1.007.440,00	\$ 1.410.416,00	\$ 1.904.061,60
Total:	\$ 8.280.228,00	\$ 11.592.319,20	\$ 15.649.630,92

¹¹ Ver Anexo VIII : Cálculo de Costos Variables en el Primer Año

10.6. CUADRO DE RESULTADOS

Cuadro de Resultado			
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos Anuales	17.823.299,48	24.952.619,27	33.686.036,02
Costos Combo 1	350.805,00	491.127,00	663.021,45
Costos Combo 2	1.183.007,00	1.656.209,80	2.235.883,23
Costos Combo 3	402.822,00	563.950,80	761.333,58
Costos Combo 4	3.273.456,00	4.582.838,40	6.186.831,84
Costos Combo 5	1.026.312,00	1.436.836,80	1.939.729,68
Costos Combo 6	1.036.386,00	1.450.940,40	1.958.769,54
Costos Combo 7	1.007.440,00	1.410.416,00	1.904.061,60
Utilidad	9.543.071,48	13.360.300,07	18.036.405,10
Costos Fijos			
Alquiler*	427.000,00	434.000,00	441.000,00
Sueldos**	1.650.949,20	1.816.044,12	1.997.648,53
Servicios	338.400,00	473.760,00	639.576,00
Plan de Comunicación	382.080,00	534.912,00	722.131,20
Total de Costos	2.798.429,20	3.258.716,12	3.800.355,73
Utilidad antes de impuestos	6.744.642,28	10.101.583,95	14.236.049,37
Impuestos	2.360.624,80	3.535.554,38	4.982.617,28
Utilidad después de Impuestos	4.384.017,48	6.566.029,57	9.253.432,09

*Alquiler con una variación de aumento, del 10% semestral.

**Sueldos: cada año aumenta un 10%

10.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio proyectará la cantidad de combos que se deberán ofertar para no tener ganancias ni pérdidas, es decir, que se busca aquel punto donde las ventas igualan a los costos totales, haciendo que la utilidad sea cero.

A continuación haremos el punto de equilibrio de cada combo que brindaremos en 'Nos Une' para que nos indique cuales son los ingresos que se deberán obtener para solventar los costos de la empresa.

Con la siguiente fórmula:

$$QE = \frac{CF}{PV - CVU} \qquad VE = QE \times PV$$

Dónde:

- » CF= Costo fijos
- » CVU= Costos variables unitarios
- » PV= Precio de ventas
- » QE= Cantidad de equilibrio
- » VE= Venta de equilibrio

Dato: Para calcular el punto de equilibrio se tendrá en cuenta todas las promociones ofrecidas por el emprendimiento, en este caso tenemos siete combos diferentes, para ello realizaremos un promedio de cuánto cuesta el combo y el costo unitario variable.

Combos	CVU	PV
N° 1	\$ 359,80	\$ 1.000,50
N° 2	\$ 689,80	\$ 1.216,50
N° 3	\$ 166,80	\$ 474,28
N° 4	\$ 1.160,80	\$ 1.962,21
N° 5	\$ 625,80	\$ 1.664,95
N° 6	\$ 670,80	\$ 2.361,77
N° 7	\$ 359,80	\$ 608,30
Promedio	\$ 576,23	\$ 1.326,93

Por lo tanto, el precio promedio de venta de los combos es de \$1.326,93 y el costo unitario variable promedio para realizarlo es de \$576,23.

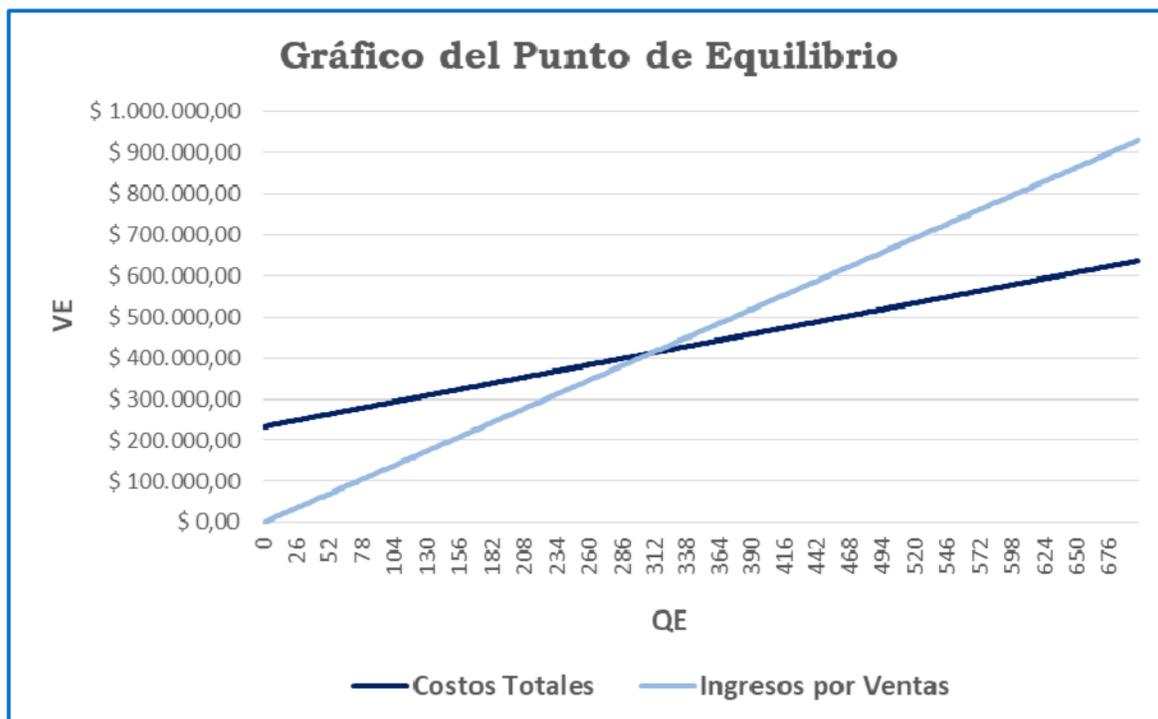
- » CF= \$232.619,10
- » PV= \$1.326,93
- » CVU= \$576,23

$$QE = \frac{232.619,10}{1.326,93 - 576,23} \quad QE = 309,87$$

$$VE = 309,87 \times 1.326,93$$

$$VE = \$ 411.174,47$$

A raíz de estos cálculos, se deduce que el equilibrio se produce en 310 unidades vendidas y \$411.174,47 de ingresos, es decir, que nuestros clientes pueden adquirir cualquiera de los siete combos ofrecidos, para cubrir los costos mencionados.



10.8. FLUJO DE FONDOS

Flujo de Fondos			
Meses	Flujo de Ingresos	Flujo de Egresos	Ganancia
Enero	2.426.769,52	1.733.326,80	693.442,72
Febrero	2.488.497,69	1.777.466,35	711.031,34
Marzo	2.373.917,28	1.695.575,20	678.342,08
Abril	1.649.214,77	1.177.978,55	471.236,22
Mayo	1.683.316,32	1.202.352,80	480.963,52
Junio	984.939,34	703.480,10	281.459,24
Julio	1.209.297,74	863.736,10	345.561,64
Agosto	1.025.690,40	732.620,00	293.070,40
Septiembre	954.997,47	682.045,05	272.952,42
Octubre	1.405.072,41	1.003.559,15	401.513,26
Noviembre	838.967,15	599.198,25	239.768,90
Diciembre	782.619,39	558.965,85	223.653,54
Total	17.823.299,48	12.730.304,20	5.092.995,28
Costos Fijos		2.798.429,20	-
Subtotal Ganancia		-	2.294.566,08
Imp. a la ganancia 35%		803.098,13	-
Total Ganancia			1.491.467,95
Rentabilidad/Ventas			8%

Este flujo de fondo nos permite deducir que si se cumple con lo estimado se obtendría una rentabilidad del 8% anual.

Flujo de Fondos				
Años	Inflación	Flujo de Ingresos	Flujo de Egresos	Ganancia
1	45%	\$ 17.823.299,48	\$ 15.528.733,40	\$ 2.294.566,08
2	40%	\$ 24.952.619,27	\$ 21.740.226,76	\$ 3.212.392,51
3	35%	\$ 33.686.036,02	\$ 29.349.306,13	\$ 4.336.729,89

10.9. CÁLCULO DE LA VAN Y DE LA TIR

Los parámetros que se van a utilizar para calcular la viabilidad de nuestro proyecto serán el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) que se basan en la estimación de los flujos de caja de la empresa.

VAN

Se define como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión midiendo la rentabilidad en valor absoluto, y para que el proyecto sea rentable, el VAN debe ser superior a cero ya que eso significa que recuperaríamos la inversión inicial y obtendremos mayor capital que si lo hubiéramos puesto a renta fija. En otras palabras, el VAN mide la riqueza creada por un proyecto.

$$\text{VAN: } \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f5}{(1+i)^{n5}} + \frac{f6}{(1+i)^6} - I_0$$

Para nuestra pyme, la tasa de interés que se utilizará va a ser del 51% del BONTE bono a tasa fija (vencimiento a diciembre del 2025).

VAN		
F1	\$ 2.294.566	Flujo de caja del 1er año
F2	\$ 3.212.393	Flujo de caja del 2do año
F3	\$ 4.336.730	Flujo de caja del 3er año
N	3	Cant. de años totales
I	51%	Tasa de interés
O	\$ 3.526.195	Inversión inicial

$$\text{VAN: } \frac{2294566}{(1+0,51)^1} + \frac{3212393}{(1+0,51)^2} + \frac{4336730}{(1+0,51)^3} - 3526195$$

VAN: \$ 661.864

TIR

La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de fondos netos se igualen a la inversión inicial, es decir que el VAN es igual a cero.

$$\text{VAN} = -\frac{f_1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f_2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f_3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f_4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f_5}{(1+i)^{n5}} + \frac{f_6}{(1+i)^{n6}} = 0$$

$$\text{VAN: } -3526195 + \frac{2294566}{(1+r)^1} + \frac{3212393}{(1+r)^2} + \frac{4336730}{(1+r)^3} = 0$$

TIR: 65%

10.10. PERIODO DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN (PRI)

El PRI es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

PERIODO DE RECUPERO DE LA INVERSION				
Años	Ingresos	Egresos	Neto	Acumulado
0		\$ 3.526.195,00	-\$ 3.526.195,00	-\$ 3.526.195,00
1	\$ 2.294.566,08		\$ 2.294.566,08	-\$ 1.231.628,92
2	\$ 3.212.392,51		\$ 3.212.392,51	\$ 1.980.763,59
3	\$ 4.336.729,89		\$ 4.336.729,89	\$ 6.317.493,48
PRI: Dos años, siete meses y catorce días				2,62

Capítulo 11

Conclusión

CONCLUSIONES

El objetivo perseguido mediante el desarrollo de este trabajo ha sido el de estudiar la viabilidad de la creación de un negocio centrado en ofrecer la sublimación en productos textiles, cuyos bocetos son novedosos y exclusivos para cada tipo de cliente, ya que son diseñados por la propia empresa.

Por lo tanto, su objetivo social hace que nuestra pyme tenga una versatilidad en la creatividad y en el diseño de los productos, lo cual fusionado con el desarrollo, a escala humana, de los trabajadores, genera un servicio al cliente calificado y ventajas competitivas que le darán sostenibilidad en el tiempo a la pyme.

Los impactos que genera *Nos Une S.A.S* en Florencio Varela son muy positivos, debido a que: en lo social, se fideliza a la clientela generando políticas de compromiso que abarque la necesidad de cada cliente, tanto en las medidas y diseños de los productos como así también en la diversidad de modelos sin identificación de género, a través de lo cual se busca identificar lo abarcativo y garantizar la satisfacción de nuestros consumidores. En lo económico, se ofrecerá productos de calidad a precios de mercado, lo cual es posible por nuestro personal capacitado y comprometido con los objetivos organizacionales. Y por último, en el aspecto ambiental, buscamos ser amables con el medio ambiente, evitando residuos tóxicos y haciendo un buen manejo de la disposición del material reciclable.

Sin embargo, no hay que eludir el contexto macroeconómico que provoca un escenario desfavorable a la empresa, como la inflación e inestabilidad económica sufrida en el país, lo cual se verá reflejado en la paga de impuestos, sueldos y servicios.

Desde el escenario microeconómico de la pyme se analizó todas las variables positivas y se las potenció a través de distintas estrategias que impulsan su crecimiento. Por lo tanto, el estudio de los aspectos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, y su posterior funcionamiento, ha determinado los costos en los que hay que incurrir para llevarlo a cabo, y los ingresos que obtendremos. Es

decir, mediante las previsiones económicas-financieras se ha demostrado la viabilidad del proyecto.

Los indicadores financieros utilizados son el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, cuyos resultados muestran la viabilidad del proyecto. Por lo tanto, con una inversión total de \$3.526.195, el negocio presenta un VAN de \$661.864 con una TIR del 65%. De acuerdo a lo proyectado en el análisis económico y financiero se llegará a recuperar la totalidad de la inversión a partir del segundo años, siete meses y catorce días

De esta forma, tras realizar diversos análisis del entorno, de la estrategia general, de marketing, localización y producción, junto con el análisis del capital humano necesario, así como el análisis económico financiero, y todo ello con la determinación de los requerimientos legales para su puesta en marcha, podemos cerrar este proyecto, a la vista de los resultados obtenidos sobre los diferentes planes analizados, que la realización de este proyecto es viable.

Anexos

Anexo I: Cuestionamiento Corporativo.



CUESTIONAMIENTO CORPORATIVO

Fecha: __/__/__

Cliente

Nombre del Administrador: _____

Tel: _____ Cel: _____ Mail: _____

Días de contacto: _____ Horarios de contacto: _____

Empresa

1. ¿Cómo se llama tu empresa / organización?

2. ¿Qué diferencia a tu empresa de las demás?

3. ¿Qué servicios o productos proporciona tu empresa?

4. ¿Quién es tu principal competidor?

Marca

1. ¿Tienes un logo actual? SI NO

2. (Si la respuesta anterior es afirmativa) ¿Qué tipo de logo tiene?

Isotipo Logotipo magotipo magotipo

3. ¿Qué elementos de tu logo anterior te gustaría conservar?

4. ¿Cuál es la razón de la modificación o rediseño de tu logo?

5. ¿Cuántos años tiene tu logo actual? años

6. ¿Tu empresa tiene un lema o slogan que se debe incluir con el logo?

7. ¿Por qué esperas que sea conocida tu empresa o marca?

8. ¿Qué es lo que tus clientes reconocen primero cuando ven tu logo?

9. ¿Por qué tu empresa utiliza esos colores, fuentes, formas etc?

Preferencias del diseño

1. ¿Qué paletas / gama de colores prefieres? ¿Por qué?

2. ¿Hay algún elemento/icono que quieras que aparezca en el logo?

3. ¿Cuál es tu preferencia con respecto a la tipografía?

4. ¿Qué palabras o iconos se deben incluir en el logo??

5. ¿Qué restricciones, en su caso, podría existir sobre el logo?

6. ¿Qué logos te gustan y por qué? (de la competencia o en general)

7. ¿Qué logos no te gustan y por qué? (de la competencia o en general)

Público objetivo / Target

1. ¿Quién es el público objetivo principal? (Quién es más probable que utilice tus servicios / productos?)

2. ¿Estás buscando ampliar, modificar o cambiar por completo tu público objetivo? o seguirá siendo la misma?

3. ¿Cómo planeas centrarte en tu público objetivo?

4. ¿Cuáles son tus principales formas de hacer publicidad?

5. ¿Cómo se enteran la mayoría de los clientes tu empresa / servicio o producto?

6. ¿A qué género va dirigido?

Presupuesto y timing:

1. ¿Qué presupuesto destinas a la creación de tu nueva imagen?

2. ¿Qué valoras más en este momento: calidad, rapidez o precio ?

3. ¿De qué plazo de tiempo disponemos?

4. ¿Hay algún evento, feria o promoción a la vista para la que tengamos que tener lista la nueva imagen?

Anexo II: Registro de los competidores, clientes y proveedores que tiene “NOS UNE”

Listado de competidores identificados en Florencio Varela: Es necesario destacar que existen dos tipos de competidores: el que posee local de comercialización y el que lo hace a través de un taller domiciliario.

COMPETIDORES DE “NOS UNE”					
	Nombre	Ubicación	Horarios	Servicios	Observaciones
Con Local De Comercialización	En qué plasmos tus ideas	Distancia de 500 metros. Galería El viejo Correo: Monteagudo 3284 Florencio Varela	Lunes a Viernes de 9:30 a 20hs.	Utiliza técnica de sublimación en productos textiles y no textiles.	<u>Productos textiles:</u> almohadones, remeras, mochilas, billeteras, kit para jardín. <u>Productos no textiles:</u> tazas, jarritos y vasos térmicos, kit matero, llaveros.
	Urife Diseños	No posee local. Implementa el despacho desde domicilio propio.	Lunes a Viernes de 9:00 a 18hs.	Utiliza técnica de sublimación en productos textiles y no textiles.	<u>Productos textiles:</u> bolsitas de cumpleaños, guardapolvos escolares, etc. <u>Productos no textiles:</u> realizan invitaciones para eventos del material papel.
Sin Local De Comercialización	QuickTextil	Venta online (mercado libre y redes sociales)	Lunes a Viernes de 10 a 18 hs.	Se focalizan en la indumentaria para el cliente “en grupo” (empresas, gimnasios, colegios, etc.). Utilizan la sublimación y otras técnicas de estampado.	Ofrecen la aplicación de los logos a través del bordado o estampado. Pedido mínimo de 15 a 30 unidades. Con respecto a los talles, emiten información aproximada con respecto a las medidas y los talles especiales tienen un 8% de recargo

Sin Local De Comercialización	Sublimados JyJ	No posee local. Implementa el despacho y la producción en un taller propio desde su domicilio	Lunes a Viernes de 9:00 a 18hs.	Utiliza técnica de sublimación en productos textiles y no textiles.	<u>Productos textiles:</u> almohadones rectos y con formas, body bebe, delantal de cocina, pijamas, etc. <u>Productos no textiles:</u> tazas, equipo de mate, chapitas para mascotas, cantimploras, puas.
	Estampados Ale	Pasillo 6 puesto 605 de Paseo de compras San Juan Bautista (Bombero Voluntario V. Senzabello 2049, Florencio Varela	Viernes, Sábado y Domingo de 10 a 20 hs.	Estampado textil con la técnica de sublimación	Realizan el estampado en el acto.
	Di Lotta Sublimación	Subteniente Juan Omar Abraham 2418, Florencio Varela.	Lunes a Viernes de 15:00 a 20:30 y Sábados de 13:00 a 20:30hs.	Utiliza técnica de sublimación en productos textiles y no textiles.	<u>Productos textiles:</u> mousse pad, kit para jardín. <u>Productos no textiles:</u> tazas, jarritos y vasos térmicos, kit matero.

Listado de clientes identificados en Florencio Varela: mencionaremos los segmentos de nuestros clientes y se tomará como referencia solamente a aquellos que se encuentran en las cuadras más próximas de distancia de nuestra pyme. Sin embargo la cartera de demandantes que abordaremos sería sobre todo el partido de Florencio Varela y alrededores (Quilmes y Berazategui).

CLIENTES DE “NOS UNE”		
Segmentos de Clientes	Nombre y Lugar donde se identifican	
Empresas y/o Asociaciones	Equipo interno de cualquier empresa	<p>Bares y Restaurantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ahora Son 13 (Bartolomé Mitre N° 72/74) • La Cantina Sabores (Juan de la Cruz Contreras N° 68) • Blume club de cervezas (San Juan N° 37) <p>Heladerías</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vía Cosenza (España N° 2978 y Av. Gral. José de San Martín N° 3098) • Vanshelato (Juan de la Cruz Contreras N° 110) • Heladería Alpino (Calle N° 292) <p>Cotillones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cotillón Florencio Varela (Dr. Salvador Sallares N° 29) • La Molinera (Bernardo de Monteagudo N° 212)
		<p>Panaderías</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Boulangerie (Dr. Salvador Sallares N° 149) • Avenida Panadería Confitería (Av. Gral. José de San Martín N° 3137) <p>Bazares</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser Bazares (Dr. Salvador Sallares N° 164) • Bazar Alianza (España N° 3038)
Jardines de infantes y colegios	Alumnos	<p>Nivel Inicial: Niños de 3 a 5 años/Primaria: pre-adolescentes de 6 a 12 años</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carlos Pellegrini - Nivel Inicial y Primario (Av. 12 de Octubre N° 1352) • Escuela Sarmiento (Av. Gral. José de San Martín) • Media N° 8 "Julio Cortázar (Av. Gral. José de San Martín N° 2860) <p>Secundaria: adolescentes de 13 a 18 años</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituto Dr Sallarés (España N° 2912) • Instituto William C Morris (España N° 3151)
Clubes Deportivos	Profesionales y alumnos de centros de actividades.	<p>Gimnasios y centros de danza y fútbol</p> <ul style="list-style-type: none"> • Life Gym (Bartolomé Mitre N° 52) • Fitness Center (Dr. Nicolás Boccuzzi N° 24) • Club Varela Junior (Calle 53 N° 2644) • KS Estudio de Danzas y Preparación Física (España N° 3131) • Escuela De Futbol Infantil Tiro De Esquina (Gral. Juan Lavalle 201-295)

Eventos	Familia y Grupo de Amigos	Eventos Ocasionales (cumpleaños, bandas de música) <ul style="list-style-type: none"> • Eventos Cortez (Almte. Guillermo Brown N° 3260) • Eventos Mantra (Bartolomé Mitre N° 64) • Hechizos (Juan de la Cruz Contreras N° 269)
Peatones	Clientes en General	Personas que circulan por la senda peatonal

Listado de proveedores: se identificarán aquellos proveedores esenciales para la fabricación de productos textiles, es decir que se buscará el servicio de maquinarias, tintas, papel y artículos textiles listos para personalizar a través de la sublimación.

PROVEEDORES DE “NOS UNE”		
Servicio	Nombre	Dirección
Maquinarias para sublimar	Color Sublime	Av. Crisólogo Larralde N° 3557, Sarandí.
Maquinas, tintas y papel para estampar	Policart	Cap. Gral. Ramón Freire N° 2680, Capital Federal
	De Tintas	Sucursal “Once”: Tucumán N° 2086 (y Junín)
	Produ-Ser	Calle 17 N° 4936, Berazategui.
Maquinas, tintas, papel y productos textiles lisos para estampar	Universo Sublimación	Jorge Luis Borges N° 2355, Capital Federal
	Duchos	Paso N° 479, CABA
Artículos textiles para sublimar	By Anali	Luján N° 1701, Bosques.
	Yosisport	Av. Rivadavia C1203- Once, Capital Federal.
	Danitexbh	Av. Rivadavia 2540 - Once, Capital Federal.
	Ronaldtex	Valentín Gómez 2952, Capital Federal.

Anexo III: Maquinaria, equipos e insumos (todos los valores corresponden a los primeros tres meses del año 2020)



Impresora A4 EPSON L3150 + 400ml de tintas HD para sublimación
 LA MEJOR IMPRESORA PARA SUBLIMACIÓN A4 \$33.122,00

Estampadora Sublimadora Plano 38x38cm \$31.800



Estampadora Sublimadora De Gorras Nueva Línea Scp
 \$15.999



Computadora Intel Dual Monitor Lcd 17 Ideal Oficina /negocio (Reacondicionado) \$22.999



Tinta Sublimación Artjet 150ml Combo X4 L3110 L3150 L4150 \$2.899



Bolsas Lisas En Papel Madera Con Manija 30x30 Por 100 Un.

\$1.750



100 Cajas Cartón

\$2.499



<p>Art.477 / Remeras Catalogo Hombre</p>  <p>PRECIO ESPECIAL</p> <p>Art. 477</p> <p>REMERA ADULTO POLYESTER ESCOTE REDONDO LISA / TALLES S AL XL / SPUN</p> <p>Talle S Blanco</p> <p>\$ 204.00 1</p>	<p>Art.488 Melange/Negro / Remeras Catalogo Dama</p>  <p>PRECIO ESPECIAL</p> <p>Art. 488 Melange</p> <p>REMERA DAMA POLYESTER MELANGE MANGA RANGLA / TALLES 1 AL 4 / SPUN</p> <p>Talle 1 Melange</p> <p>\$ 185.00 1</p>	<p>Art.255 / Remeras Catalogo Ninos</p>  <p>PRECIO ESPECIAL</p> <p>Art. 255</p> <p>REMERA NIÑO MANGA RANGLA / TALLES 4 AL 14 / SPUN</p> <p>Talle 4 Natural</p> <p>\$ 159.00 1</p>
--	---	---

	
<p>chomba de pique 100% polyester para sublimar de niños \$350,00</p>	<p>Chombas lisas 100% Poliester para Sublimar \$450,00</p>

<p>Art.475 BCO / Remeras Catalogo Hombre</p>  <p>REMERA ADULTO S/MANGA POLYESTER BLANCA LISA / TALLES S AL XL / SPUN</p> <p>Talle S</p> <p>\$ 193.00 1</p>	<p>Art.495 Melange/Negro / Musculosas Catalogo Dama</p>  <p>MUSCULOSA DAMA POLYESTER DEPORTIVA LISA MELANGE / TALLES 1 AL 4 / SPUN</p> <p>Talle 1 Melange</p> <p>\$ 157.00 1</p>
---	---

<p>Camiseta Futbol Equipos Numeradas X 10 Entrega Inmediata \$2.399</p> 	<p>Shorts Futbol Equipos Pantalones Cortos X 12 Niño \$2.500</p> 
---	---

Pack X 20 Remeras Lisas Deportiva Sublimar 100% Poliester **\$5.499**



SHORT DEPORTIVO CON BOLSILLO
~~\$390,00~~ **\$320,00**



MUSCULOSA DE ZUMBA UNISEX
\$250,00



SHORT RUNNING
\$300,00



<p>CANGURO DE FRIZA INVISIBLE P/ SUBLIMAR PREMIUM DE ADULTO</p>	<p>CANGURO CON CAPUCHA PREMIUM DE NIÑO</p>
<p>\$680,00</p>	<p>\$480,00</p>
	

	
<p>Gorras 5 Gajos Trucker Combinadas sin impresión....</p>	<p>Gorras tipo F1 6 Gajos Sin Impresión...</p>
<p>Ver más</p>	<p>\$ 125,00</p>
<p>Ver más</p>	<p>\$ 90,00</p>

<p>Art. Cartuchera doble cierre p/sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>CARTUCHERA DOBLE CIERRE P/SUBLIMAR / SUBLIMACION</p> <p>\$ 81.00 <input type="text" value="1"/> </p>	<p>Art. Cartuchera Portacosméticos p/sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>CARTUCHERA PORTACOSMETICOS PARA SUBLIMAR / SUBLIMACION</p> <p>Chico 12 x 21 <input type="text"/></p> <p>\$ 81.00 <input type="text" value="1"/> </p>	<p>Art. Cartuchera Cordura p/sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>CARTUCHERA CORDURA P/SUBLIMAR / SUBLIMACION</p> <p>\$ 61.00 <input type="text" value="1"/> </p>
---	--	---

<p>Art. Mochila Jardín Neoprene p/ sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>MOCHILA JARDIN CORDURA Y NEOPRENE 30X20 PARA SUBLIMAR / SUBLIMACION</p> <p>Negro <input type="text"/></p> <p>\$ 189.00 <input type="text" value="1"/> </p>	<p>Art. Mochila Tropical p/sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>MOCHILA TROPICAL MECÁNICO PARA SUBLIMAR / SUBLIMACION</p> <p>\$ 75.00 <input type="text" value="1"/> </p>
--	---

<p>Art. Set Jardín x 3 piezas p/ sublimar Sublimación, transfer, tintas</p>  <p>SET JARDÍN X3 (Toalla-servilleta-mantel) / COLORES VARIOS / SUBLIMACION</p> <p>\$ 120.00 <input type="text" value="1"/> </p>
--

Anexo IV: Créditos Bancarios

Crédito para la totalidad de la inversión inicial: Los datos reunidos correspondientes al mes de octubre del año 2020, del Banco Galicia (Florencio Varela), fueron: tasa de interés fija del 48% con una duración de 12 meses y tipo de amortización Alemán.

DATOS:

CO: \$ 3.530.000

i: 48% Mensual

n: 12 Meses

Tipo de Amortización: Sistema Alemán

Sistema Alemán				
Meses	Capital	Interés	Cuota Total	Capital Residual
0	-	-	-	3.530.000
1	294.167	1.694.400	1.988.567	3.235.833
2	294.167	1.553.200	1.847.367	2.941.667
3	294.167	1.412.000	1.706.167	2.647.500
4	294.167	1.270.800	1.564.967	2.353.333
5	294.167	1.129.600	1.423.767	2.059.167
6	294.167	988.400	1.282.567	1.765.000
7	294.167	847.200	1.141.367	1.470.833
8	294.167	706.000	1.000.167	1.176.667
9	294.167	564.800	858.967	882.500
10	294.167	423.600	717.767	588.333
11	294.167	282.400	576.567	294.167
12	294.167	141.200	435.367	0
TOTAL	3.530.000	11.013.600	14.543.600	
Detalle:	Con este sistema se devuelve cuotas iguales	Monto de interés	Lo que hay que pagar mensualmente	Para cada período qué monto del capital todavía no fue cancelado

Crédito para cubrir una parte de la inversión inicial: Desde la página Argentina.gob.ar, se obtuvieron ciertos datos correspondientes al mes de octubre del año 2020, para el financiamiento de PyMEs. Dicho organismo ofrece un crédito de \$500.000 a una tasa del 24% con un plazo de un año.

DATOS:

CO: \$ 500.000
 i: 24% Mensual
 n: 12 Meses

Tipo de Amortización: Sistema Alemán

Sistema Alemán				
Meses	Capital	Interés	Cuota Total	Capital Residual
0	-	-	-	500.000
1	41.667	120.000	161.667	458.333
2	41.667	110.000	151.667	416.667
3	41.667	100.000	141.667	375.000
4	41.667	90.000	131.667	333.333
5	41.667	80.000	121.667	291.667
6	41.667	70.000	111.667	250.000
7	41.667	60.000	101.667	208.333
8	41.667	50.000	91.667	166.667
9	41.667	40.000	81.667	125.000
10	41.667	30.000	71.667	83.333
11	41.667	20.000	61.667	41.667
12	41.667	10.000	51.667	0
TOTAL	500.000	780.000	1.280.000	
Detalle:	Con este sistema se devuelve cuotas iguales	Monto de interés	Lo que hay que pagar mensualmente	Para cada período qué monto del capital todavía no fue cancelado

Anexo V: Plan de Inversión (todos los valores corresponden a los primeros tres meses del año 2020)

Escritorio Con 2 Cajones Paralelos Blanco Centro Estante \$4.101



Silla De Escritorio Oficina Pc Giratoria Sillon Computadora \$10.900



Mostrador Recepcion Para Local Moderno 18mm Armado 120x100 \$20.872



Estanteria Perchero Exhibidor Repisa Ruffino Maderas Fabrica \$20.000



Armario Metalico 80 Cm Con 2 Puertas Batientes Y 3 Estantes \$15.610



Perchero Exhibidor Caracol Chico Pintado Indumentaria \$2.235



Organizador, Perchero, Exhibidor Rack 6 Gorras Gorros Caps \$850



Mesa De Trabajo Con Estante \$7.800



Renault Kangoo Sportway \$440.000



Gaveta Registradora Caja De Dinero 4 Compartimientos Klatter

\$2.499



Sello Goma A Medida Personalizado Con Logo 10x12cm \$1.520



Sello De Goma 5x5 Cm Personalizado \$542



Botiquin Primeros Auxilios De Metal Eversafe 32 Elementos Para Comercio Oficina Modelo Ca \$2.510



1000 Folletos Volantes 10x15 Cm. Full Color Express 72hs. \$1.490



100 Tarjetas Personales / Profesionales - 250 Gr. 9x5 Cm \$350



Matafuego Abc 5 Kg . Incluye Chapa Baliza Y Soporte. \$2.800

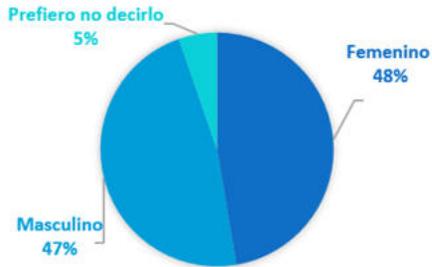


Anexo VI: Encuestas

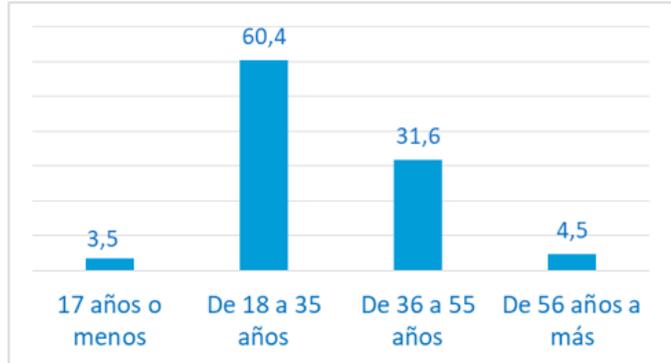
1) Indica tu género

Total de Participantes: 505

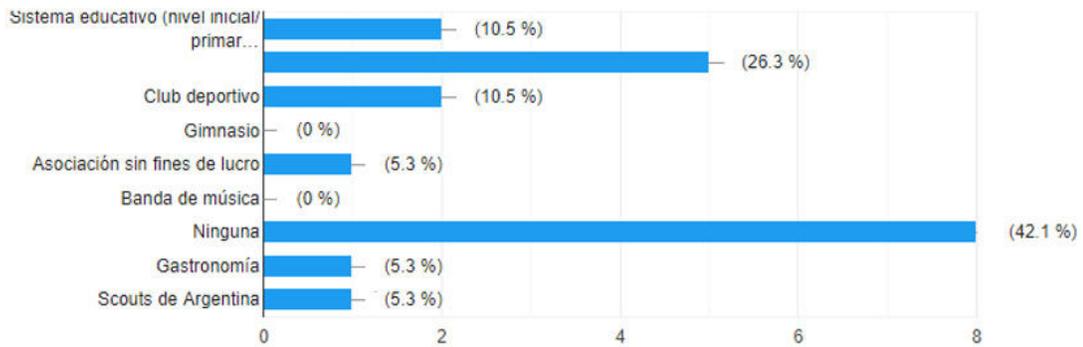
- Femenino: 242
- Masculino: 237
- Prefiero no decirlo: 26



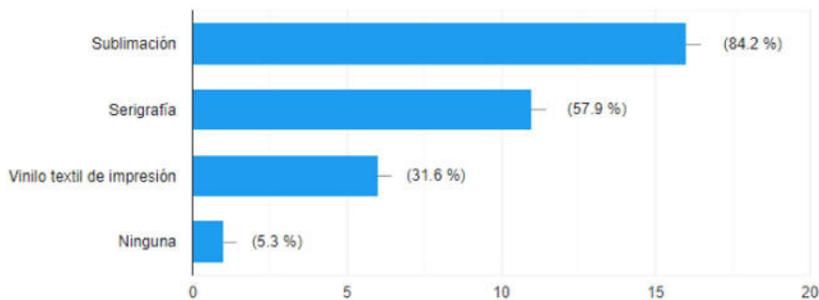
2) Indica tu edad en los siguientes rangos



3) ¿Pertenece a un grupo o asociación?



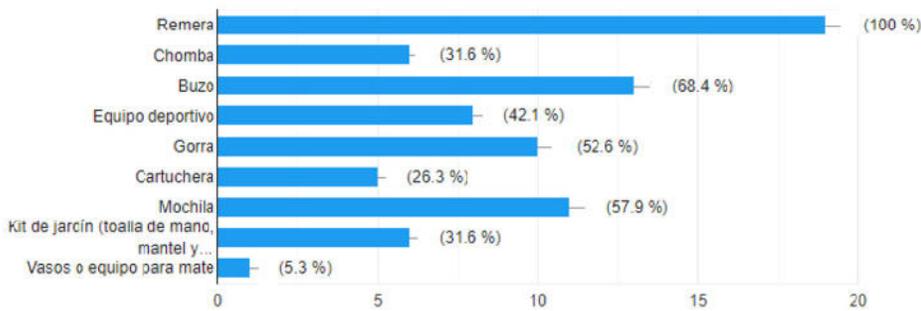
4) ¿Conoce alguna de las siguientes técnicas que estampan telas?



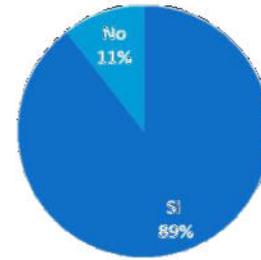
5) ¿Estaría dispuesto a comprar artículos textiles personalizados?



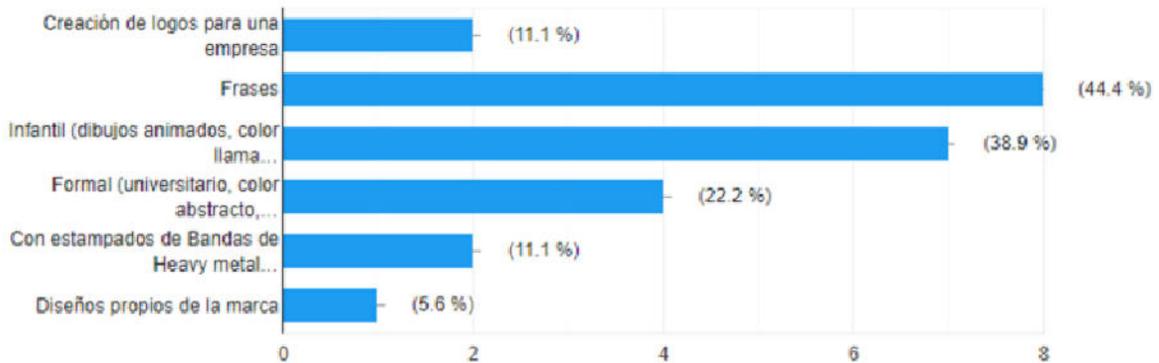
6) En caso de que se respuesta sea afirmativa; seleccione las prendas y artículos textiles que le gustaría personalizar:



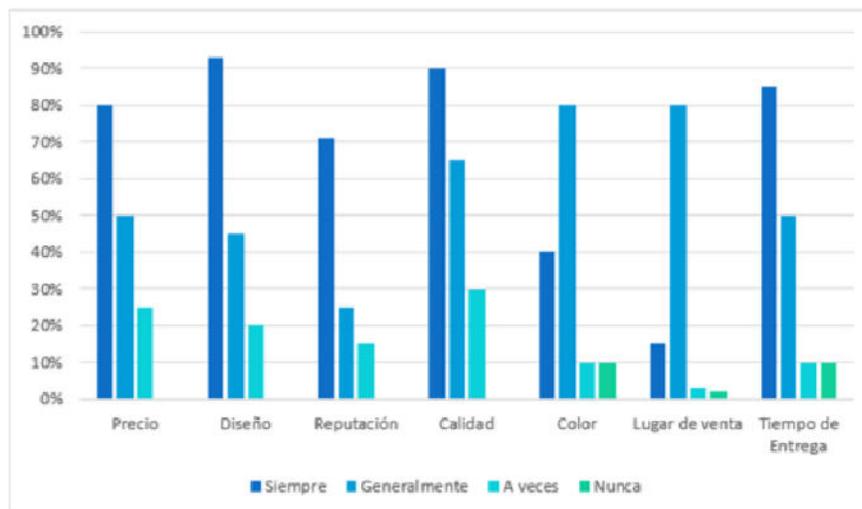
7) ¿Compra indumentaria o artículos textiles con diseños modernos e innovadores?



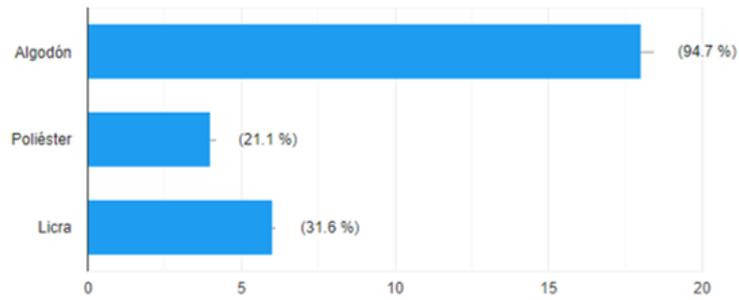
8) En caso de que su respuesta sea afirmativa; seleccione el tipo o temática que le llama la atención para estampar en productos textiles:



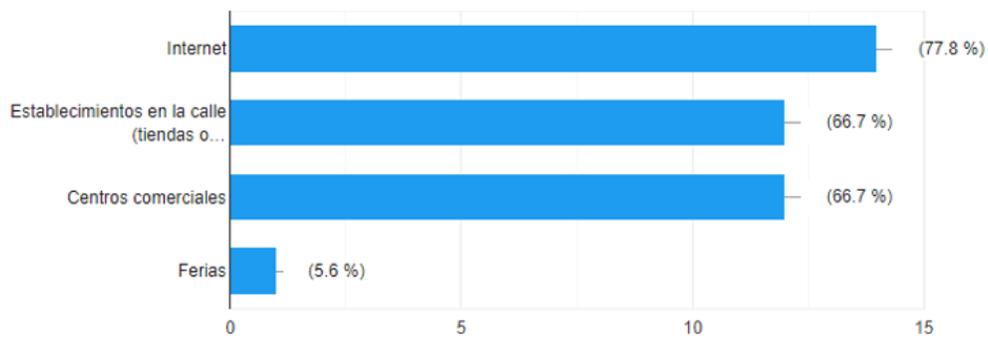
9) De las siguientes características, seleccione el nivel de importancia que le asigna al efectuar una compra de indumentaria o accesorio textil



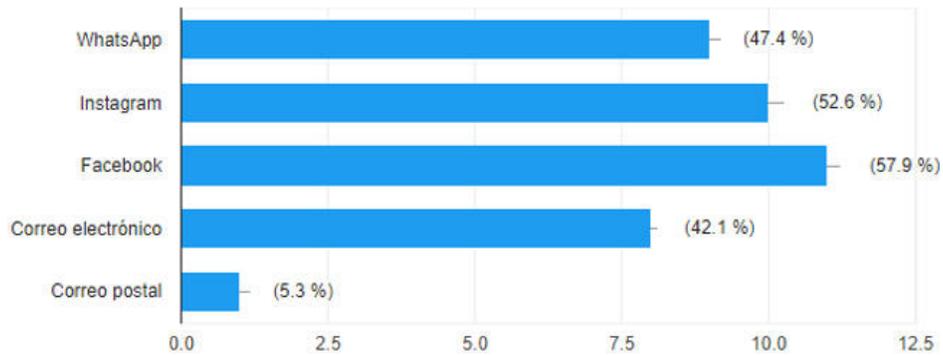
10) ¿Qué tipo de tela prefiere al momento de adquirir una prenda?



11) ¿En qué sitios compra usted prendas o accesorios textiles la mayoría de las veces?



12) ¿Por qué medio le gustaría recibir información acerca de una empresa?



Anexo VII: Cálculo del Costo Total Unitario por combo

Combo 1: 25 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 359,80	\$ 8.561,28	Variable
Costos fijos	-	\$ 9.304,76	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 17.866,04	
COSTO UNITARIO		\$ 714,64	

$$\frac{\$ 232.619,10}{25} - \$ 9.304,76$$

C.V. TOTAL \$ 8.561,28
 C.V. UNITARIO \$ 342,45
 C.F. TOTAL \$ 9.304,76
 C. F. UNITARIO \$ 372,19

\$ 714,64

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 2: 35 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 689,80	\$ 23.766,19	Variable
Costos fijos	-	\$ 6.646,26	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 30.412,45	
COSTO UNITARIO		\$ 868,93	

$$\frac{\$ 232.619,10}{35} - \$ 6.646,26$$

C.V. TOTAL \$ 23.766,19
 C.V. UNITARIO \$ 679,03
 C.F. TOTAL \$ 6.646,26
 C. F. UNITARIO \$ 189,89

\$ 868,93

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 3: 35 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 166,80	\$ 5.210,80	Variable
Costos fijos	-	\$ 6.646,26	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 11.857,06	
COSTO UNITARIO		\$ 338,77	

$$\frac{\$ 232.619,10}{35} - \$ 6.646,26$$

C.V. TOTAL \$ 5.210,80
 C.V. UNITARIO \$ 148,88
 C.F. TOTAL \$ 6.646,26
 C. F. UNITARIO \$ 189,89

\$ 338,77

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 4: 30 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 1.160,80	\$ 34.293,54	Variable
Costos fijos	-	\$ 7.753,97	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 42.047,51	
COSTO UNITARIO		\$ 1.401,58	

$$\frac{\$ 232.619,10}{30} - \$ 7.753,97$$

C.V. TOTAL \$ 34.293,54
 C.V. UNITARIO \$ 1.143,12
 C.F. TOTAL \$ 7.753,97
 C. F. UNITARIO \$ 258,47

\$ 1.401,58

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 5: 20 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 625,80	\$ 12.154,03	Variable
Costos fijos	-	\$ 11.630,96	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 23.784,99	
COSTO UNITARIO		\$ 1.189,25	

$\frac{\$ 232.619,10}{20} = \$ 11.630,96$

C.V. TOTAL \$ 12.154,03
 C.V. UNITARIO \$ 607,70
 C.F. TOTAL \$ 11.630,96
 C. F. UNITARIO \$ 581,55

\$ 1.189,25

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 6: 15 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 670,80	\$ 9.796,77	Variable
Costos fijos	-	\$ 15.507,94	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 25.304,71	
COSTO UNITARIO		\$ 1.686,98	

$\frac{\$ 232.619,10}{15} = \$ 15.507,94$

C.V. TOTAL \$ 9.796,77
 C.V. UNITARIO \$ 653,12
 C.F. TOTAL \$ 15.507,94
 C. F. UNITARIO \$ 1.033,86

\$ 1.686,98

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Combo 7: 50 Personas			
Materiales	Costo Unitario	Costo por Combo	Tipo
Insumos	\$ 359,80	\$ 17.072,58	Variable
Costos fijos	-	\$ 4.652,38	Fijo
TOTAL (COSTO TOTAL)		\$ 21.724,96	
COSTO UNITARIO		\$ 434,50	

$\frac{\$ 232.619,10}{50} = \$ 4.652,38$

C.V. TOTAL \$ 17.072,58
 C.V. UNITARIO \$ 341,45
 C.F. TOTAL \$ 4.652,38
 C. F. UNITARIO \$ 93,05

\$ 434,50

C. TOTAL UNITARIO POR COMBO

Anexo VIII: Cálculo de Costos Variables en el Primer Año

Costos Variables en el Primer Semestre							
Combo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
N° 1	44.975,00	17.990,00	44.975,00	17.990,00	8.995,00	26.985,00	26.985,00
N° 2	289.716,00	241.430,00	217.287,00	120.715,00	120.715,00	48.286,00	24.143,00
N° 3	58.380,00	75.894,00	87.570,00	58.380,00	29.190,00	11.676,00	17.514,00
N° 4	626.832,00	626.832,00	522.360,00	348.240,00	243.768,00	174.120,00	278.592,00
N° 5	100.128,00	100.128,00	62.580,00	37.548,00	187.740,00	112.644,00	125.160,00
N° 6	50.310,00	90.558,00	100.620,00	90.558,00	50.310,00	30.186,00	50.310,00
N° 7	71.960,00	89.950,00	125.930,00	125.930,00	161.910,00	53.970,00	35.980,00
Total Mensual	1.242.301,00	1.242.782,00	1.161.322,00	799.361,00	802.628,00	457.867,00	558.684,00

Costos Variables en el Segundo Semestre						
Combo	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
N° 1	26.985,00	8.995,00	53.970,00	35.980,00	35.980,00	26.985,00
N° 2	24.143,00	24.143,00	24.143,00	24.143,00	24.143,00	24.143,00
N° 3	17.514,00	17.514,00	11.676,00	11.676,00	11.676,00	11.676,00
N° 4	278.592,00	139.296,00	104.472,00	104.472,00	69.648,00	34.824,00
N° 5	125.160,00	62.580,00	25.032,00	150.192,00	37.548,00	25.032,00
N° 6	50.310,00	100.620,00	120.744,00	150.930,00	100.620,00	100.620,00
N° 7	35.980,00	89.950,00	35.980,00	71.960,00	53.970,00	89.950,00
Total Mensual	558.684,00	443.098,00	376.017,00	549.353,00	333.585,00	313.230,00

Total de Costos Variables en el Primer Año	
Combo	Costos Variables
N° 1	350.805,00
N° 2	1.183.007,00
N° 3	402.822,00
N° 4	3.273.456,00
N° 5	1.026.312,00
N° 6	1.036.386,00
N° 7	1.007.440,00
Total	8.280.228,00

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA

- »» Infobae. 2020. *Las 30 Medidas Económicas Clave Del Primer Mes De Alberto Fernández Como Presidente*. [online] Disponible en:
<https://www.infobae.com/economia/2020/01/10/las-30-medidas-economicas-clave-del-primer-mes-de-alberto-fernandez-como-presidente/>

- »» BAE Negocios. 2018. *Argentina Es El País Que Más Devaluó Su Moneda A Nivel Mundial En 2018*. [online] Disponible en:
<https://www.baenegocios.com/economia-finanzas/Argentina-es-el-pais-que-mas-devaluo-su-moneda-a-nivel-mundial-en-2018-20180903-0016.html>

- »» Indec. 2020. *Estimador mensual de actividad económica. Abril de 2020*. [online] Disponible en:
https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ema_e_06_2073F0243B39.pdf

- »» Sistema de Información Normativa y Documental Malvinas Argentinas - Ley 12665. (2020). Consultado en:
<https://normas.gba.gob.ar/ar-b/ley/2001/12665/4203>

- »» Tendencias del mercado en la impresión por sublimación de tinta. (2017). Consultado en:
<https://oficiografico.com/noticias/599/tendencias-del-mercado-en-la-impresion-por-sUBLIMACION-DE-TINTA>

- »» El embalaje de cartón, respetuoso con el medio ambiente (2016). Consultado en: <https://kartox.com/blog/embalaje-carton-respetuoso-medio-ambiente/>

- »» (ALFA), J., Pomini, H., Fierro, R., & Morete, M. (2018). El sector de estampación digital y sublimación afianza su crecimiento. Consultado en: <http://www.andigital.com.ar/interes-general/item/67155-el-sector-de-estampacion-digital-y-sublimacion-afianza-su-crecimiento>

- »» Ley de talles. (2020). Consultado en: <https://www.muji.es/igualdad.org.ar/ley-de-talles.html>

- »» Igualdad de género (2020). Consultado en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/eje-reconocer-la-perspectiva-de-genero.pdf>

- »» Barrios, E. (2020). Plan de negocio: Sublimación Textil. Consultado en: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd-MFMOqpO94zmPI6o9cQizeIplyjefD4EM8ht--GCr3I6Vag/viewform?usp=sf_link

- »» Créditos para capital de trabajo (2020). Consultado en: <https://www.argentina.gob.ar/produccion/medidas-pymes-covid/creditos-capital-trabajo>