

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN:**  
**DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES**

**TEMA:**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE**  
**MODELO DE NEGOCIO DIGITAL: STAMP&BRAND.**

**PRESENTADO POR:**

**GONZÁLEZ GRANADOS, CLAUDIA MARGARITA L10804**

**UMANZOR ECHEVERRÍA, JORGE ERNESTO L10804**

**VÁSQUEZ PÉREZ, LOURDES MARÍA L10804**

**ABRIL 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**VICERECTOR ACADEMICO:** PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ.  
**SECRETARIO GENERAL:** ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANO:** MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ  
**SECRETARIA:** LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO  
**COORDINADOR GENERAL  
DE PROCESO DE GRADUACIÓN:** LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**COORDINADOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
**COORDINADORA DE PROCESO  
DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS.  
**DOCENTE ASESOR:** LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ CRUZ.  
**TRIBUNAL EVALUADOR:** LIC. EDWIN IVÁN CHÁVEZ PASTORE.  
LIC. OSCAR ERNESTO CRUZ ESQUIVEL.  
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTINEZ CRUZ.

**ABRIL 2022, SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero quiero agradecerle a Dios el poder permitirme culminar con éxito mis años universitarios y por poner personas que fueron de bendición durante este proceso, amigos, compañeros, asesores y licenciados. Cada uno de ellos aportó una parte importante en mi formación académica los cuales tienen todo mi aprecio. A mi familia y amigos cercanos que siempre creyeron en mí y en mis capacidades, a mis compañeros de especialización por las largas jornadas de trabajo, por ser el mejor equipo de trabajo y por complementarnos de una manera especial, para cada uno de ellos solo puedo decir Gracias.

**Claudia Margarita González Granados.**

Agradezco mucho a Dios de darme la bendición de poder terminar mi carrera, a mi familia que estuvo presente en todo momento, a mis amigos incondicionales que me ayudaron cuando más lo necesité, a todos los docentes que me hicieron ver el mundo de una diferente perspectiva y me hicieron una mejor persona. Por último pero menos importante, a mis compañeras de especialización que siempre estuvieron presentes en la elaboración de nuestro trabajo. Muchas gracias a todos, es momento de empezar un nuevo ciclo en mi vida.

**Jorge Ernesto Umanzor Echeverría.**

Desde el principio hasta el presente siempre han estado ahí; mi familia, los amo; a los amigos que hice durante estos años como estudiante; por esos docentes que inspiraron un cambio de pensamiento en mí, y a Dios mi creador.

Un paso a la vez... por muy pesado que parezca... puedo seguir adelante.

**Lourdes María Vásquez Pérez.**

# Índice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Introducción</b>  | <b>i</b>  |
| <b>Resumen ejecutivo</b>   | <b>ii</b> |
| <b>1. Descripción del negocio</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Nombre del negocio   | 1         |
| 1.2 Integrantes  | 1         |
| 1.3 Información general de la Institución Educativa                            | 2         |
| <b>2. Marco estratégico</b>  | <b>4</b>  |
| 2.1 Descripción del negocio  | 6         |
| 2.2 Descripción de los productos o servicios                                   | 6         |
| 2.3 Estrategias a implementar  | 6         |
| 2.4 Ventaja competitiva  | 7         |
| 2.5 Análisis FODA  | 7         |
| 2.6 Desarrollo de las 5 Fuerzas de Michael Porter                              | 8         |
| 2.7 Desarrollo de PEST   | 9         |
| <b>3. Plan organizacional</b>  | <b>11</b> |
| 3.1 Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's) | 11        |
| 3.2 Estructura organizativa de la empresa                                      | 12        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.3 Organización de gestión                                  | 12        |
| 3.4 Proceso de mercadeo y ventas                             | 14        |
| <b>4. Plan de mercadeo</b>                                   | <b>19</b> |
| 4.1 Investigación de mercado                                 | 19        |
| 4.2 Análisis de situación                                    | 20        |
| 4.3 Análisis de la competencia.                              | 23        |
| 4.4 Productos o servicios a ofrecer.                         | 23        |
| 4.5 Mercado objetivo.  | 24        |
| 4.6 Perfil de empresa objetivo.                              | 24        |
| 4.7 Fortalezas y oportunidades de los productos y servicios. | 25        |
| 4.8 Objetivos y metas de mercado.                            | 25        |
| 4.9 Mix de mercadeo  | 26        |
| 4.10 Imagen corporativa.                                     | 27        |
| 4.11 Estrategia de marketing                                 | 27        |
| 4.12 Tácticas de mercadeo                                    | 27        |
| 4.13 Ejecución y control                                     | 30        |
| <b>5. Plan de ventas</b>                                     | <b>30</b> |
| 5.1 Ciclo de ventas  | 31        |
| 5.2 Proyección de ventas                                     | 33        |
| <b>6. Plan financiero</b>                                    | <b>38</b> |

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 6.1 Plan de inversión          | 38        |
| 6.2 Estructura de costos       | 40        |
| <b>7. Plan de trabajo</b>      | <b>46</b> |
| <b>8. Plan de contingencia</b> | <b>47</b> |
| <b>9. Bibliografía</b>         | <b>50</b> |
| <b>10. Anexos</b>              | <b>51</b> |

## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Información general de los emprendedores                 | 1  |
| Tabla 2 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas        | 7  |
| Tabla 3 Características Emprendedoras Personales                 | 11 |
| Tabla 4 Manual de puestos  | 12 |
| Tabla 5 Información general de proveedores                       | 17 |
| Tabla 6 Maquinaria y Equipo Inicial                              | 19 |
| Tabla 7 Descripción general de la competencia                    | 23 |
| Tabla 8 Descripción de productos y servicios a ofrecer           | 23 |
| Tabla 9 Descripción de mercado objetivo                          | 24 |
| Tabla 10 Descripción del perfil de empresa                       | 24 |
| Tabla 11 Descripción de fortalezas y oportunidades del packaging | 25 |
| Tabla 12 Marketing Mix   | 26 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 13 Proyección de ventas mes 1-6                         | 33 |
| Tabla 14 Proyección de ventas mes 7-12                        | 34 |
| Tabla 15 Proyección de ventas año 2                           | 35 |
| Tabla 16 Proyección de ventas año 3                           | 36 |
| Tabla 17 Proyección de ventas año 4-5                         | 37 |
| Tabla 18 Presupuesto de equipo, herramientas y materia prima. | 38 |
| Tabla 19 Inversión capital de trabajo                         | 39 |
| Tabla 20 Inversión total del proyecto.                        | 39 |
| Tabla 21 Costo variable unitario                              | 40 |
| Tabla 22 Costos total unitario                                | 40 |
| Tabla 23 Costos totales del año 1.                            | 41 |
| Tabla 24 Flujo de efectivo año 1, primer semestre             | 41 |
| Tabla 25 Flujo de efectivo año 1, segundo semestre            | 42 |
| Tabla 26 Análisis de rentabilidad                             | 42 |
| Tabla 27 Punto de equilibrio en unidades y monto              | 43 |
| Tabla 28 Estado de resultados 1er semestre, año 1             | 44 |
| Tabla 29 Estado de resultados 2do semestre, año 1             | 45 |
| Tabla 30 Cronograma de actividades                            | 46 |

## **Índice de figuras**

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. 5 Fuerzas de Michael Porter                                       | 8  |
| Figura 2 Estructura organizativa de Stamp&Brand Fuente: Elaboración propia. | 12 |
| Figura 3 Distribucion de planta Fuente: Elaboración propia                  | 18 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 4 Ejemplo página web                 | 28 |
| Figura 5 Ejemplo página web                 | 28 |
| Figura 6 Ejemplo blog para obtener feedback | 29 |
| Figura 7 Página principal de Stamp&Brand    | 29 |



## **Introducción**

Si generar branding fuera fácil todas las empresas serían exitosas, además de ser irreal esta premisa, las empresas no solo se dedican a construir el branding de marca, también deben encargarse de satisfacer al consumidor, o al menos cumplir las expectativas que este tenga del producto o servicio ofertado, y demás factores externos que la empresa no puede controlar como los gustos fluctuantes de los consumidores que ahora en esta era digital también son prosumers.

Teniendo una noción previa del entorno en que las empresas se desarrollan, y sin mencionar el cambio radical que se experimenta en el mundo desde finales de 2019 con la pandemia de COVID 19; ahora el escenario es más complicado para las micro y pequeñas empresas, y para los emprendedores que cuentan con un capital limitado para poder materializar sus ideas. Así nace el modelo de negocio digital de Stamp & Brand, un comercio electrónico, que dirige sus, productos, servicios y conocimientos, para que las MYPES dentro del territorio salvadoreño puedan tener una propuesta de valor diferenciadora de la competencia por medio de la funcionalidad y diseño de sus empaques.

## **Resumen ejecutivo**

El uso de empaques genéricos por las MYPES se debe a la reducción de costos, puesto que usualmente se cuenta con capital limitado, y se resta importancia a generar una buena presentación por medio del empaquetado, a pesar de que, es la primera impresión que se tiene de la marca y es un factor importante de aceptación en el mercado objetivo. Por ello, expertos en el tema de marketing recalcan que un buen diseño de empaquetado puede hacer la diferencia en la adquisición de un producto o servicio; al defender esta necesidad se crea el emprendimiento denominado “Stamp & Brand” que cuenta con la propuesta de valor de brindar apoyo a las MYPES del territorio salvadoreño, con el servicio de asesorías en área de diseño y branding.

Stamp & Brand pretende que los emprendimientos sustituyan el uso de los empaques genéricos que utilizan para entregar sus productos, sin ofrecer ningún valor agregado a la marca que representan. El servicio se creó para que las MYPES salvadoreñas puedan posicionarse en el mercado, mediante un empaquetado que resalte completamente las cualidades de la marca.

## 1. Descripción del negocio

Stamp & Brand es un emprendimiento enfocado al servicio de packaging e imagen de marca. Se busca como objetivo, crear un posicionamiento de las MYPES a través del empaque personalizado que incluya todas las características esenciales de la marca.

### 1.1 Nombre del negocio

- Nombre del negocio: Stamp & Brand
- Nombre del representante de la empresa: Jorge Ernesto Umanzor Echeverría
- Razón social: Stamp & Brand S.A de C.V
- Giro del negocio: Servicios profesionales de packaging y Branding.
- Ubicación: Emprendimiento de carácter digital, que cuenta con una distribución de planta ubicada en final 25 av. sur, calle Alfredo espino, San Salvador, San Salvador.

### 1.2 Integrantes

Tabla 1  
Información general de los emprendedores

| Nombre completo                     | Género |   | Domicilio   | Fecha de nacimiento | Teléfono  | E-mail              | Especialidad                           |
|-------------------------------------|--------|---|---|---------------------|-----------|---------------------|--|
|                                     | F      | M |   |                     |           |                     |  |
| Claudia Margarita González Granados | X      |   | Final 25 Av. Sur, Calle Alfredo Espino, San Salvador  | 08/10/1995          | 7169-1834 | gg15046@ue.s.edu.sv | Licenciatura en Mercadeo Internacional |
| Lourdes María Vásquez Pérez         |        | X | Urb. Montes de San Bartolo V, Soyapango, San Salvador | 27/05/1997          | 6194-4839 | vp15016@ue.s.edu.sv | Licenciatura en Mercadeo Internacional |
| Jorge Ernesto Umanzor Echeverría    |        | X | Res. Europa, Santa Tecla, La Libertad                 | 01/07/1997          | 6184-4859 | ue16001@ue.s.edu.sv | Licenciatura en Mercadeo Internacional |

Fuente: Elaboración propia

### ***1.3 Información general de la Institución Educativa***

**Nombre de la Institución:** Universidad de El Salvador.

**Especialidad:** Especialización en diseño de modelos de negocios digitales.

**Municipio:** San Salvador.

**Departamento:** San Salvador.

### **Requisitos para la constitución de una sociedad anónima de capital variable**

Los socios pueden ser personas jurídicas o naturales y ser constituida con un mínimo de 2 socios y un capital mínimo de USD \$ 2,000.00, conforme a las Reformas al Código de Comercio, vigentes a partir del 7 de julio de 2008.

Se necesita el Número de Identificación Tributaria de los socios, Documento Único de Identidad o Carnet de residente o pasaporte en el caso de extranjeros. Determinar el nombre de la sociedad verificar disponibilidad del nombre en el Centro Nacional de Registros, también determinar el giro del negocio, de esto dependerá la extensión de permisos de otras instituciones.

Certificación de cheques con un capital social del 25% como mínimo y para socios extranjeros el 100% bajo el nombre del propietario o representante legal de la empresa, la cantidad en letras y números, firma, lugar y fecha.

Tramitar la solvencia municipal en la alcaldía correspondiente presentando el formulario, una copia de la escritura de constitución, copia del NIT de la sociedad, copia de la credencial del representante legal, presentar el balance general debidamente firmado y autorizado, y cancelar el 0.1% del capital inicial.

Elaboración de la escritura de pública por un notario, con el respectivo pago de honorarios, entregando la solvencia municipal copia de NIT de la empresa y los cheques certificados.

Registro de la escritura pública ante el Registro de Comercio, pagando los derechos de registro que tarda aproximadamente 5 días; luego se realiza la emisión del NIT en el ministerio de Hacienda para realizar la respectiva inscripción de IVA.

Legalización de la contabilidad donde se registraran todos los movimientos contables de la entidad, que debe contar con un catálogo de cuentas con su manual de uso, así como también debe especificar el método de evaluación de inventarios; especificar si la contabilidad será registrada de forma manual o computarizada.

Solvencia emitida por la DIGESTYC para el seguimiento y actualización del Sistema de Cuentas Nacionales, para dar paso a la apertura de cuenta en la alcaldía respectiva, que hace constar la existencia de la empresa a la administración local para proceder con la inscripción en el ministerio de trabajo que es indispensable si se pretende contratar personal, y el Ministerio de trabajo será el encargado de vigilar el cumplimiento de la legislación laboral para con el trabajador.

Elaboración de facturas que solo deben ser emitidas por una imprenta debidamente autorizada; para seguir con la inscripción en el ISSS y AFP de la empresa, el patrono está obligado a inscribir a sus colaboradores en las instituciones correspondientes de estos servicios para asegurar su seguridad social.

## 2. Marco estratégico

### **Misión.**

Proporcionar servicios profesionales de alta calidad a las MYPES salvadoreñas para la creación de empaques que generen identidad de marca, y volverlos competitivos en el mercado nacional.

### **Visión.**

Ser empresa líder a nivel nacional, en la creación de empaques funcionales con diseños innovadores, que permitan a las MYPES un desarrollo de identidad de marca para posicionarse en sus segmentos de mercado.

### **Objetivos.**

- Convertirse en una de las marcas líderes a nivel nacional en diseño de packaging.
- Ser un aliado estratégico para las MYPES salvadoreñas.
- Diseñar empaques personalizados que generen identidad de marca.

### **Metas.**

- Realizar \$8,000 en ventas en el primer año de creación de la empresa.
- Alcanzar \$5,300 en ventas para sobrepasar el punto de equilibrio de la empresa a corto plazo.
- Adquisición de computadoras y una impresora para creación de empaque y diseño en el primer trimestre del primer año.

**Valores.**

- Honestidad: comportamientos con ética profesional, conducta moral y respeto con los valores empresariales.
- Responsabilidad: compromiso social y comunitario con los prosumers y la sociedad
- Trabajo en equipo: valor altamente demandado que de forma organizada se trabajar en los objetivos empresariales ejerciendo la tolerancia y el respeto, para el logro de metas y objetivos.
- Innovar: mantener una mejora continua acoplándose a las nuevas tendencias en el mercado local.
- Confianza: relación entre cliente y empresa en el que ambas partes buscan el beneficio de aportar.
- Excelencia: compromiso de mejorar en procesos administrativos, creativos, de distribución, y servicio al cliente de manera eficiente y eficaz con los recursos disponibles.

**Principios.**

- Dirección capaz: Se cuenta con directivos y colaboradores con talento para desempeñar un puesto dentro de la organización, con características y habilidades que su rol demanda con el fin que sea una persona adaptable al cambio y capaz tomar de decisiones acertadas.
- Adaptación: Empresa con la capacidad de actualizarse y realizar cambios conforme la demanda del mercado.
- Eficiencia: Utilizar al máximo los recursos disponibles y así lograr un margen de costo-beneficio mayor cumpliendo con las metas establecidas por la organización.

- Inclusión: Como empresa se busca incluir a todos los niveles organizacionales procurando que los miembros del equipo se sientan incluidos a trabajar en un ambiente laboral con ética profesional.

### ***2.1 Descripción del negocio***

Desarrollo de un negocio digital especializado en packaging para micro y pequeñas empresas, que brinda un servicio de asesoría en branding y diseño de empaque para la construcción de imagen de marca.

### ***2.2 Descripción de los productos o servicios***

Asesorías en línea y presenciales con diferentes micro y pequeñas empresas para mejorar su imagen de marca.

Crear empaques personalizados que sirvan como un medio de posicionamiento para las MYPES

### ***2.3 Estrategias a implementar***

- Buscar la diferenciación a través de brindar asesorías a los clientes para la creación de imagen de marca.
- Aprovechar el amplio número de empresas dedicadas a la distribución de productos y con empresas que posean la maquinaria necesaria para tangibilizar diseños, y crear alianzas estratégicas para complementar el servicio otorgado por Stamp & Brand
- Utilizar eficientemente los recursos de la empresa.
- Negociar con los productores de empaquetados para mantener precios que sean atractivos para el público meta.



## 2.4 Ventaja competitiva

Conocimiento en marketing relacionado con diseño de marca, para la creación de un packaging que pueda transmitir los atributos más relevantes de la empresa.

## 2.5 Análisis FODA

Tabla 2  
Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

| Fortalezas  | Oportunidades                        | Debilidades                          | Amenazas                              |
|---|--------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Servicio innovador.                               | Difusión en redes sociales.          | Capital limitado.                    | Mucha competencia.                    |
| Servicio adaptable a las necesidades del cliente. | Segmento de mercado amplio.          | Nuevo emprendimiento.                | Posibilidad de variantes de covid-19. |
| Personal con estudios superiores.                 | Crecimiento escalonado.              | Nuevos en el mercado.                | Precios competitivos en el mercado.   |
|   | Oferta de servicio a nivel nacional. | Maquinaria perteneciente a terceros. |                                       |

Fuente: Elaboración propia

## 2.6 Desarrollo de las 5 Fuerzas de Michael Porter



Figura 1. 5 Fuerzas de Michael Porter

Fuente: Elaboración propia.

## ***2.7 Desarrollo de PEST***

### Análisis PEST

Entorno político: Las normas impuestas en El Salvador no se deben pasar por alto, es por eso que las empresas que trabajan con el empaquetado, embalaje y packaging tienen que cumplir con las normas de empaquetado para los productos pre empacados. Dichas normas describen detalladamente los requerimientos necesarios para poder comercializar un producto con su respectivo empaquetado como lo ampara la ley.

De igual manera, las empresas crean sus propios precios en el mercado, teniendo cifras parecidas a las de la competencia para protegerse del dumping, y es un factor importante a tomar en cuenta al colocar los servicios al mercado local.

Para el comercio exterior, se tienen que conocer las políticas de importación y exportación, por los diferentes requerimientos y permisos necesarios de diferentes organizaciones del país para lograr un proceso satisfactorio para poder ingresar o sacar un producto del país.

Entorno económico: La tasa de desempleo en El Salvador fue de 6.3% (OIT, 2020), eso puede causar varios problemas al momento de querer lanzar un servicio al mercado local. El precio depende mucho del salario base que tiene El Salvador, y por consiguiente, se busca la forma de crear precios que se acoplen a no sobrepasar los límites que tienen las personas para poder sobrevivir mensualmente.

En el caso de la economía local de El Salvador, los impuestos se han mantenido fijos, y la implementación de un nuevo servicio de packaging no afectaría en el incremento de nuevos impuestos o en la creación de uno nuevo.

Entorno sociocultural: Los usos y las costumbres de la población de El Salvador, son cambiantes, esto permite a las empresas estar en un constante cambio para mejorar sus productos o servicios. El packaging es un aspecto muy importante a tener en cuenta a la hora de vender el producto, porque los prospectos se enfocan en la personalidad que tienen los productos que consumen, la publicidad es de los principales aspectos en el entorno sociocultural de El Salvador, y las empresas siempre buscan la manera de posicionarse en la mente del consumidor por medio de anuncios publicitarios que capten la atención de las personas.

El comportamiento de las personas salvadoreñas evoluciona muy rápido porque se rigen con las acciones de los influencers, un aspecto muy importante a tomar en cuenta, debido a que suelen gastar más dinero en mantener un estatus social alto y cambiar su estilo de vida, por tanto, se vuelve una limitante. La empresa de empaquetado debe permanecer en movimiento constante para mantener el hilo que llevan sus consumidores y los nuevos gustos que aparecen con el cambio.

Cuando se refiere al termino influencers, se busca la manera de crear lazos o alianzas estratégicas de manera que las dos partes obtengan beneficios económicos, para crear publicidad por medio de sus redes sociales o plataformas audiovisuales. El objetivo es aprovechar el público que los influencers poseen para lograr alcanzar un público más amplio del mercado local.

Entorno tecnológico: La innovación en maquinaria en El Salvador cada vez son más relevantes y las empresas no se quieren quedar atrás de la competencia, lo que les permite hacer un proceso de transformación más ágil y menos costoso, para la industria del packaging es muy importante, porque permite hacer los empaques a menor costo, pero conforme a los requerimientos de los consumidores.

### 3. Plan organizacional

#### 3.1 Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's)

Tabla 3  
Características Emprendedoras Personales

| N° | Nombre de los integrantes        | Búsqueda de Información | Creatividad | Toma de Decisiones | Motivación y Liderazgo | Redes de Apoyo | Planificación y Organización | Perseverancia | Cumplimiento de metas | Comunicación |
|----|----------------------------------|-------------------------|-------------|--------------------|------------------------|----------------|------------------------------|---------------|-----------------------|--------------|
|    | Claudia                          |                         |             |                    |                        |                |                              |               |                       |              |
| 1  | Margarita González Granados      |                         | X           | X                  |                        | X              | X                            | X             | X                     | X            |
| 2  | Lourdes María Vásquez Pérez      |                         | X           |                    | X                      |                | X                            | X             | X                     | X            |
| 3  | Jorge Ernesto Umanzor Echeverría | X                       |             | X                  |                        | X              | X                            | X             | X                     | X            |

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Estructura organizativa de la empresa

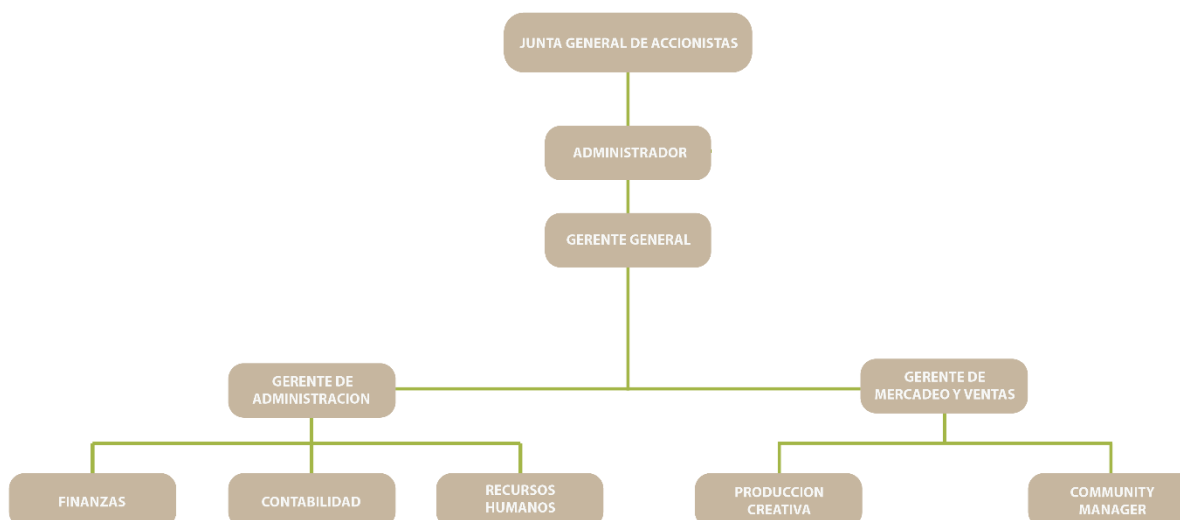


Figura 2 Estructura organizativa de Stamp&Brand  
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Organización de gestión

Tabla 4  
Manual de puestos

| Área de gestión   | Responsabilidades  | Habilidades requeridas  | Cantidades de personas | ¿Quién lo hará?  |
|-------------------|--|---|------------------------|------------------|
| Mercadeo y Ventas | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar el estudio de mercado para evaluar las tendencias de compra.</li> <li>Supervisar las campañas de publicidad.</li> <li>Preparar estimaciones de venta.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Buena comunicación</li> <li>Creatividad</li> <li>Trabajar bajo presión</li> <li>Liderazgo</li> <li>Dedicación</li> <li>Organizado</li> </ul> | 1                      | Claudia González |

|                           |   |  |   |   |
|---------------------------|---|--|---|---|
| Producción creativa       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptualizar las ideas del cliente</li> <li>• Creación y presentación del bosquejo del arte a los clientes</li> <li>• Responsable de presentar las opciones de artes</li> <li>• Reuniones con los clientes.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Trabajar bajo presión</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Dedicación</li> <li>• Organizado</li> </ul>  | 3 | <p>Claudia González</p> <p>Lourdes Pérez</p> <p>Jorge Umanzor</p> |
| Administración y finanzas | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Control en aplicación y conducción de las políticas y estrategias para las actividades financieras de la empresa, dentro de las directrices fijadas por la Gerencia General.</li> <li>• Establecer y velar por el cumplimiento de políticas y procedimientos para las actividades de las áreas que se encuentran bajo su responsabilidad, así como de los controles internos financieros de la empresa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de pensamiento</li> <li>• Innovador</li> <li>• Autoritario</li> <li>• Confiable</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Con buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Organizado</li> <li>• Alta capacidad de negociación</li> </ul> | 1 | Jorge Umanzor   |

---

|                  |  |   |   |                 |
|------------------|--|---|---|-----------------|
| Recursos Humanos | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección del nuevo personal.</li> <li>• Revisión de políticas en cuanto a prestaciones a empleados</li> <li>• Control de la estructura organizativa.</li> <li>• Evaluaciones de clima organizacional</li> <li>• Ejecución de actividades sociales entre los colaboradores</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena comunicación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Inteligencia emocional</li> <li>• Capacidad de negociación</li> <li>• Escucha activa</li> </ul> | 1 | Lourdes Vásquez |
|------------------|--|---|---|-----------------|

---

*Fuente: Elaboración propia*

### ***3.4 Proceso de mercadeo y ventas***

- Apertura de cuentas en redes sociales: Creación de cuenta en Instagram con el nombre de @stampandbrand, en la cual se publicarán los diferentes diseños de empaques realizados, información relacionada con la importancia del empaque y mantener una comunicación más directa. Fan page en Facebook con el nombre de Stamp and Brand, para desarrollar campañas publicitarias digitales, compartir más información y detalles sobre nuestros servicios para tener una mayor comunicación con nuestros clientes. De igual manera, la creación de un blog es de mucha importancia para mantener el proceso de mercadeo y ventas, al ser una herramienta que facilita la demostración de los productos y genera un feedback para mejorar el producto continuamente.
- Manejo de contenido en Facebook, e inversión en publicidad, mediante videos y publicaciones durante el periodo de 6 meses, en este periodo se busca dar a conocer el



emprendimiento y poder crear una comunidad de seguidores que generen contenido de valor para la marca.

- Proceso “Stamp and Brand”: Al iniciar se brindará un servicio de asesoría personalizada de imagen de marca, en el que se realizan una serie de preguntas para conocer más a profundidad el rubro de la empresa, los objetivos y metas que desea alcanzar con el uso del packaging de tal forma que siempre se busque mejorar el posicionamiento de la MYPE en el sector al que va dirigido. Luego se procede a la creación del diseño y packaging tomando como base los puntos fuertes de la marca.
- Cierre de la venta: Finalizando el proceso una vez aprobado por el cliente se procede a realizar la producción, pago final y entrega.

En el proceso de pago, Stamp&Brand posee una pasarela de pago extensa para los clientes, se puede utilizar el pago por medio de tarjeta de crédito y débito, utilizando páginas con dominio para garantizar la seguridad de los clientes. Si el cliente desea pagar por medio de una cartera electrónica, o utilizar bitcoin para realizar el pago, ésta opción también estará disponible para agilizar los métodos de pago, el pago de forma personal también está permitido por Stamp&Brand. De esta forma, el cliente tendrá diversas opciones a elegir para efectuar el pago, y posteriormente la entrega del producto.

### ***3.5 Proceso administrativo***

El proceso administrativo de Stamp & Brand está dividido en diferentes fases, se muestran a continuación.

**Fase 1 Planeación.**

Se encarga de realizar un diagnóstico al emprendimiento tomando en cuenta factores internos y externos, definiendo objetivos para poder adaptarse al entorno competitivo, con la responsabilidad de crear planes de contingencia para los factores que no son controlables del entorno, presupuestar los costos y gastos a incurrir en el ejercicio contable.

**Fase 2 Organización.**

Organizar la estructura interna del emprendimiento, gestionando funciones y obligaciones de los colaboradores y garantizar que se realicen las tareas necesarias para el cumplimiento de metas, encargada de distribuir y organizar los fondos necesarios para cada área operativa.

**Fase 3 Dirección.**

Responsable de que el diseño organizacional se ejecute en las demás fases del proceso administrativo, encargada de crear las condiciones necesarias en cada área de la empresa y mantener a recurso humano motivado para el cumplimiento de metas y objetivos.

**Fase 4 Control.**

Encargada de medir los niveles de productividad en las diferentes áreas de Stamp and Brand. Se busca un desempeño óptimo del depto. De mercadeo y ventas, creativo, administrativo y financiero, realizando informes periódicos para poder comparar con las metas y objetivos establecidos al inicio del periodo.

***3.6 Proceso de producción y creativo***

Se encarga de crear los modelos creativos de cada cliente, a las características y mejores atributos de la MYPES. Los encargados de producción creativa y de la producción del packaging

tienen la tarea de buscar los mejores precios del mercado para el empaque y la mejor calidad de material, para luego, ser fabricados en el menor tiempo y calidad posible.

### **3.7 Procesos de recursos humanos**

En el proceso de recursos humanos la persona a cargo mantendrá a los clientes informados sobre todo el proceso de su packaging personalizado. De igual manera, siempre está en búsqueda de colaboradores con capacidad, para incluirlos en el proceso de reclutamiento y luego integrarlos al equipo de trabajo. Siempre se mantendrá una conexión con el proceso administrativo para controlar el desempeño de los colaboradores y garantizar un trabajo de calidad y que la motivación a los colaboradores siempre esté presente.

### **3.8 Identificación y características de proveedores**

*Tabla 5*  
*Información general de proveedores*

| <b>Nombre del proveedor</b> | <b>Producto/Servicio que provee</b> | <b>Teléfono</b>    | <b>Dirección</b>  | <b>Forma de pago</b> | <b>Forma y plazo de entrega</b>         |
|-----------------------------|-------------------------------------|--------------------|---|----------------------|---|
| Innovación digital          | Bolsas para empaque                 | (503)<br>2237-5800 | Centro Comercial Loma Linda, Local 12ª. San Salvador                | En línea             | Entrega a domicilio<br>Recoger en Local |
| Cajas, empaques y más...    | Cajas para empaque                  | (503)<br>2273-5768 | Col. San Francisco, Calle Los Abetos #4, San Salvador, El Salvador. | En línea             | En lugar de residencia                  |
| Impresos múltiples          | Impresiones de empaques             | (503)<br>2555-9000 | Calle el progreso #18, Parque Industrial Santa Elena 2              | En línea             | Entrega a domicilio                     |

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.9 Distribución en planta

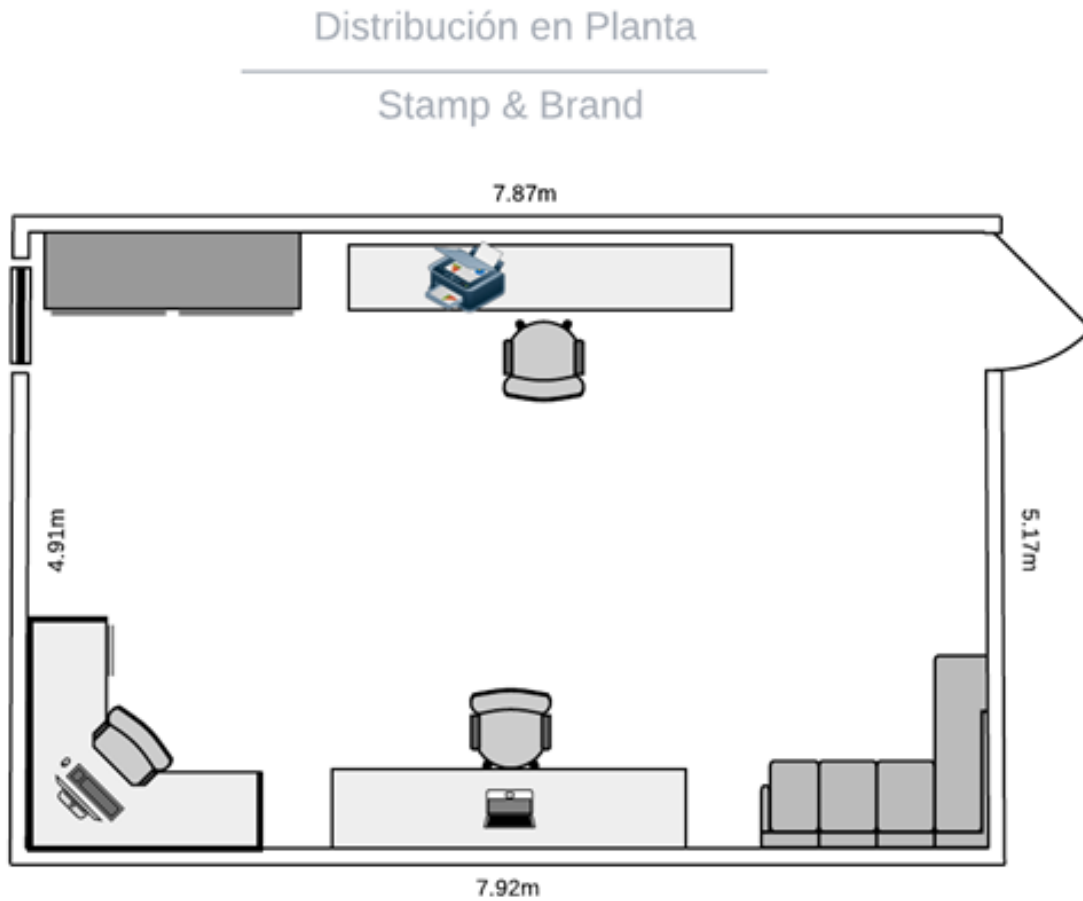


Figura 3 Distribucion de planta  
Fuente: Elaboración propia

Stamp and Brand cuenta con una distribución en planta de 25 m<sup>2</sup>, incluye 3 escritorios, 3 sillas, un sofá, una laptop, una computadora de escritorio, un gabinete y una impresora láser.

### 3.10 Requerimientos generales de maquinaria y equipo

Tabla 6  
Maquinaria y Equipo Inicial

| Descripción                | Cantidad | Inversión (US\$) |
|----------------------------|----------|------------------|
| Computadoras               | 3        | \$1,809.00       |
| Silla                      | 3        | \$65.00 c/u      |
| Sofá                       | 1        | \$100.00         |
| Gabinete                   | 1        | \$92.00          |
| Escritorios                | 3        | \$89.00 c/u      |
| Impresora                  | 1        | \$99.00          |
| Tóner para impresora laser | 4        | \$85 c/u         |

Fuente: Elaboración propia

## 4. Plan de mercadeo

### 4.1 Investigación de mercado

El Salvador organiza Expo Congreso Packaging & Logistics 2019. El evento está enfocado en acercar a las empresas salvadoreñas al desarrollo logístico, fortaleciendo lazos de cooperación y colaboración para lograr una apertura de nuevos negocios en el sector. Empresas como PROESA brindó información sobre los servicios que presta a empresas que exportan productos, y de igual manera a empresas e inversionistas que tiene un potencial para exportar. (PROESA, 2019).

Este tipo de eventos ayudan a El Salvador a continuar avanzando hacia un modelo de desarrollo sostenible e incluso promueven la dinamización de la economía nacional, permitiendo fortalecer las relaciones comerciales del país con el exterior. (PROESA, 2009)

El negocio de importación de papel y cartón desde México a El Salvador ha ido disminuyendo en el año 2020 en un 21%, solamente \$9.4 millones de dólares fueron importados hacia El Salvador, siendo el país que menos papel y cartón importaron desde México. Esto quiere decir,

que el principal importador de El Salvador sigue siendo Estados Unidos, y de igual forma la pandemia del COVID-19 puede haber sido un factor fundamental del bajo porcentaje de importación (CentralAmericaData, 2020).

El E-commerce y el futuro de los empaques.

Un estudio realizado por empresas que brindan servicio Courier, demuestra que, debido al crecimiento del comercio electrónico, el 90% de las empresas consideran que en los próximos años el empaque será el factor más importante, en el área de sustentabilidad y en la reducción de emisiones de carbono. Las empresas están conscientes que el principal reto es mantener los costos de los empaques constantes y que sean viables para mantener el cambio. Costa Rica afirma que el 55% de las empresas nacionales, demostraron tener capacidad para sustituir su producción tradicional de empaques, por bioplásticos, pero con la única limitante que no poseen la capacidad financiera de los clientes para pagar un empaque amigable para el medio ambiente. Países como Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Panamá, endurecieron su marco jurídico, prohibiendo el uso de forma desechable del plástico o estereofón, factor importante que obliga a las empresas a innovar en la creación de empaques (CentralAmericaData, 2020).

#### ***4.2 Análisis de situación***

El Salvador en los últimos años, ha organizado expo congresos relacionados al packaging, para que las empresas se familiaricen en la importancia que tiene un buen empaquetado, su logística y en el potencial que tiene de atraer clientes potenciales. A su vez, este tipo de eventos muestran un modelo de desarrollo sostenible y acercan a los proveedores e inversionista a realizar alianzas estratégicas y mejorar la economía salvadoreña.

El Congreso de Packaging Trends evento realizado en el año de 2018 tuvo como eje central el tema de packaging donde tuvieron lugar conferencias y talleres con el fin de renovar y mantener las tendencias nacionales e internacionales. Además de fomentar la importancia del Packaging como elemento esencial para las ventas, y la construcción de imagen corporativa. Estos espacios exponen el interés que poseen las empresas nacionales de mantenerse al corriente con los avances en temas de empaques.

El comercio electrónico en los últimos años ha ido incrementando considerablemente, efecto de la era digital, donde los dispositivos móviles y ordenadores son de vital importancia en la vida cotidiana de las personas. Es por eso que el packaging será la principal forma de captar la atención de las personas, debido a la cantidad de empresas competidoras en el mercado salvadoreño.

Por lo tanto, el e-commerce difiere la manera en que se están creando y reinventado los empaques, las empresas que se encuentran en línea deben considerar dos aspectos en el proceso de compra; que son la parte online que consiste en la app o página web en donde se presentan los productos en una vitrina virtual, que oferta una marca. Y posteriormente la parte offline que exige que se consideren otras peculiaridades como el almacenamiento de los productos, la logística de entrega, políticas y procesos de devolución, entre otros.

Ciertamente un empaque debe cumplir funciones básicas como proteger y contener un producto, también son capaces de transformarse en percepciones, sentimientos y recuerdos para el consumidor, que en términos mercadológicos se refiere al branding.

Para remplazar los empaques frágiles se puede recurrir a un repackaging, es decir, un embalaje secundario que protege de daños al empaque primario que contiene al producto; a su vez se debe contemplar las tarifas y costos extras en los que se incurre por el envío de los productos que

usualmente varían según el lugar de destino, tamaño y cantidad. Dado que los consumidores evolucionaron a prosumers, no solo evalúan el producto, sino que, también la forma en que se entrega, logrando que les emocione el proceso de adquisición que en internet se manifestó en los famosos unboxing; una de las nuevas prioridades en medio de esta pandemia de coronavirus, es un envío seguro por cuestiones de salubridad los compradores prefieren empaques que cuenten con sellos de seguridad.

En lo que respecta a las tendencias en empaques verdes, se conoce los productos hechos de pulpa de papel, que es el papel y cartón reciclado; que en su creación se convierte en un menor consumo de agua, materias primas y una reducción en la huella de carbono a la atmosfera, con la finalidad de proteger al medio ambiente reduciendo el consumo de plásticos y otros polímeros.

Empaques biodegradables, es lo último en tecnología de empaques verdes, que son producidos de polímeros derivados de materias primas que son renovables como el almidón de alimentos como el maíz, la papa o la tapioca; la celulosa, que es una fibra natural; proteína de soya y otros más, su producción no es riesgosa. Al ser un avance nuevo uno de los retos es realizar una descomposición adecuada, y representa un mayor costo; lo que detiene a las empresas a considerar su uso y adquisición de estos empaques.

El cartón como materia prima de Stamp & Brand, supone una ventaja en cuanto a la sustentabilidad y reducción de emisiones que dañen el medio ambiente. Es uno de los materiales más amigables con el medio ambiente dado que su fabricación reduce un 60% las emisiones de CO<sub>2</sub>. Otro factor importante del packaging elaborado con cartón es la capacidad que tiene para ser reciclado, y dar origen a un nuevo empaquetado, gracias a que no pierde durabilidad, ni resistencia.



El uso de materiales de polipropileno, poliéster y polietileno son de uso secundario en Stamp & Brand, y su fabricación depende de la preferencia del cliente.

#### 4.3 Análisis de la competencia.

Tabla 7  
Descripción general de la competencia

| Competencia                    | Descripción general  |
|--------------------------------|--|
| Imprenta<br>Innovación digital | Cuentan con más de 23 años de experiencia en el mercado, enfocados en la industria gráfica. Ofrecen soluciones integradas, con buena calidad y precio. |
| Funny Bunnie                   | Empresa dedicada a la personalización de empaques en papel de seda, cajas, bolsas de papel Kraft, viñetas y stickers.                                  |
| Flexsal                        | Compañía que utiliza un sistema de impresión flexográfica con un servicio rápido y efectivo.   |

Fuente: Elaboración propia

#### 4.4 Productos o servicios a ofrecer.

Tabla 8  
Descripción de productos y servicios a ofrecer

| Descripción  | Uso o aplicación   | Precio de venta estimado |
|--|--|--------------------------|
| Packaging<br>personalizado<br>enfocado en imagen de<br>marca | Empaque primario para los productos que ofertan las micro y pequeñas empresas, brindándoles una asesoría personalizada con el objetivo de mejorar la imagen de marca y posicionarse en el mercado. | \$0.70/u*                |
|  |  | \$0.85/u*                |
|  |  | \$1.00/u*                |
|  |  | \$1.50 caja/u            |

Nota: Bolsas de papel Kraft #4, 6, 16 respectivamente.

#### 4.5 Mercado objetivo.

Tabla 9  
Descripción de mercado objetivo

| <b>Negocio o empresa</b>           | <b>Industria</b>        |
|------------------------------------|-------------------------|
| Micro empresa de cualquier rubro   | Servicios profesionales |
| Pequeña empresa de cualquier rubro |                         |

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6 Perfil de empresa objetivo.

Tabla 10  
Descripción del perfil de empresa

|  |   |
|--|---|
| Rubro                                      | Empresa de ventas de productos de todo tipo.  |
| Tamaño                                     | Micro y mediana empresa.  |
| Área de distribución / alcance del mercado | Área urbana de El Salvador  |
| Tipo de empaquetado                        | Material amigable con el medio ambiente, y biodegradable<br>-Ser una empresa que busque una alternativa al uso de empaques genéricos. |
| Características                            | - Deseo de consolidar una imagen de marca a través del empaque  |

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7 Fortalezas y oportunidades de los productos y servicios.

Tabla 11  
Descripción de fortalezas y oportunidades del packaging

| Fortalezas                             | Oportunidades  |
|--|--|
| Es un servicio personalizado.          | Mercado creciente de negocios digitales                      |
| Asesoría personalizada para cada marca | La creatividad por encima de lo cotidiano.                   |
| Diseño distintivo y genuino            | El empaque es el primer contacto del cliente con el producto |

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.8 Objetivos y metas de mercado.

##### Objetivos

- Posicionarse en el mercado de empaques personalizados por medio de un servicio innovador en el desarrollo de marca.
- Establecerse en el mercado de packaging como un aliado para las MYPES salvadoreñas.
- Potenciar la presencia de Stamp & Brand en el mercado de empaques mediante la creación de vínculos con los clientes.

##### Metas

- Lograr la cantidad de 1000 seguidores en la red social de Instagram o Facebook en el periodo de 4 meses.
- Crear una cartera de clientes con un mínimo de 5 clientes que realicen compras mensuales frecuentes durante el primer año.
- Lograr que el 30% de los clientes que realicen un primer contacto con Stamp & Brand realicen una compra.

- Elaborar perfiles de clientes que ayuden a determinar a qué mercado dirigimos durante el primer año del emprendimiento.

#### 4.9 Mix de mercadeo

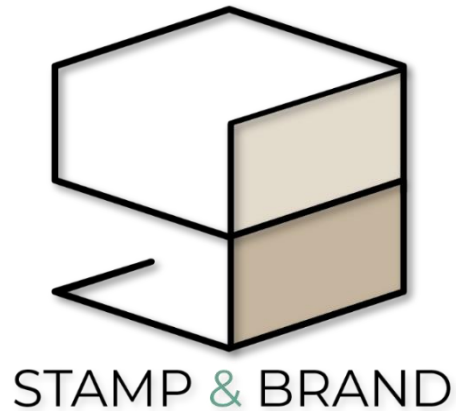
Tabla 12  
Marketing Mix

| Producto   | Precio   |
|--|--|
| <p><b>Estrategia de especialización:</b> Buscar la diferenciación a través de brindar asesorías a los clientes para la creación de imagen de marca.</p> <p><b>Diversificación concéntrica:</b> adaptabilidad del producto según las necesidades del cliente o según el tipo de producto.</p> | <p><b>Precio de introducción:</b> se cuenta con un amplio segmento y muy competitivo. Stamp &amp; Brand implementará reducción del precio ofertado al mercado.</p> <p><b>Asociaciones:</b> negociar con los productores de empaquetados para mantener precios que sean atractivos para el público meta.</p> <p><b>Nuevas Herramientas:</b> personal capacitado para asesorar en pagos con la moneda electrónica Bitcoin.</p> |
| Plaza (distribución)   | Promoción  |
| <p><b>Distribución:</b> El servicio de Stamp And Brand, se realiza de manera directa con el cliente potencial, por lo cual, mantiene un canal directo en el momento de la entrega del packaging personalizado.</p>   | <p><b>Publicidad:</b> apalancamiento digital exponencial con capital mínimo de \$30.00 mensuales, para buscar resultados trimestrales.</p> <p><b>Descuentos y promociones en ventas:</b> aplicables como mínimo una vez al mes durante los primeros 6 meses del emprendimiento.</p>  |

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.10 Imagen corporativa.**

Logo de la empresa:



Slogan: “Estampando tu esencia de marca”

#### **4.11 Estrategia de marketing**

Se utilizará marketing digital para dar a conocer el servicio que ofrece Stamp And Brand, con la creación de redes sociales como Facebook e Instagram, para una comunicación directa, información sobre productos y cotizaciones. Una página web que incluirá un apartado tipo blog donde las personas podrán ver los diseños que se han realizado previamente, al igual podrán dejar un feedback e incluso mantener una comunicación directa con Stamp and Brand.

#### **4.12 Tácticas de mercadeo**

- Crear campañas publicitarias con contenido llamativo para las redes sociales, Fan page en Facebook y cuenta en Instagram generando valor para los consumidores.
- La página web (blog) serán compatibles con dispositivos móviles, donde se publicara una vez cada 15 días, sobre las marcas que hemos trabajado y dando consejos de marketing digital.
- Crear una cartera de clientes por medio de las redes sociales y página web, utilizando software CRM para un mejor control.

- Desarrollar campañas de email marketing.
- Crear un formulario de opiniones o sugerencias que servirá como un feedback para la empresa.

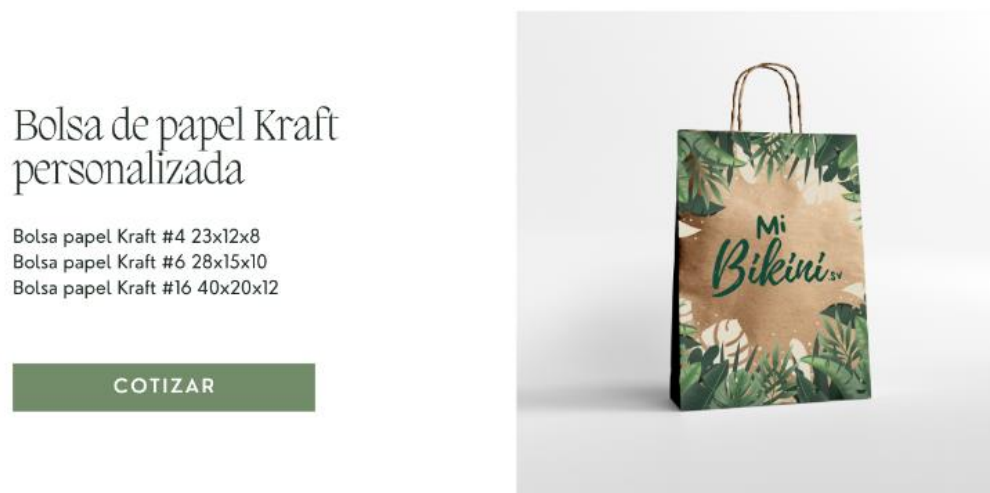


Figura 4 Ejemplo página web



Figura 5 Ejemplo página web



Figura 6 Ejemplo blog para obtener feedback



Figura 7 Página principal de Stamp&Brand

#### ***4.13 Ejecución y control***

Una persona será la community manager y estará encargada de la creación de las redes sociales, página web y blog. Creación de contenido para redes sociales que será contenido interactivo, informativo y de humor, en cambio la página web contendrá información del emprendimiento además del contenido del blog, a su vez tendrá el control sobre la segmentación de mercado en redes y el análisis de estadísticas por publicación realizada, las cuales serán evaluadas mensualmente para ver su rendimiento y hacer correcciones de las mismas. El community manager recopilará los datos de los clientes y personas que hayan brindado una opinión o sugerencia para llevar un control y crear la campaña de email marketing con la cartera de clientes obtenida del software CRM.

### **5. Plan de ventas**

El plan de venta estará controlado en conjunto con el departamento de mercadeo y producción creativa, se constituye por un vendedor que será el encargado de dar a conocer el servicio y obtener la información necesaria para luego materializar la idea, de igual manera, apoyar en el proceso de creación del empaque.

La persona encargada de vender el servicio otorgado de Stamp & Brand, tendrá una serie de KPI's para controlar el desempeño de las metas a cumplir al final del periodo, y sobre esos resultados se obtendrán las comisiones, y si es necesario se capacitará al personal en relaciones interpersonales, para mejorar la comunicación entre vendedor y cliente.



### ***5.1 Ciclo de ventas***

#### **1. Prospección**

Los clientes potenciales se identificarán por medio de las redes sociales con afluencia en el mercado nacional como lo son Facebook, Instagram y WhatsApp; que cuentan con perfiles creados para dar a conocer sus emprendimientos al mercado local.

#### **2. Contacto con los clientes**

El departamento de ventas y mercadeo será el responsable de identificar a las empresas potenciales, estudiando el tipo de emprendimiento que poseen para crear una cartera de cliente, y luego contactar con las empresas que poseen más interacción con el mercado local en un periodo de dos días hábiles.

#### **3. Reunión o Presentación**

El vendedor deberá realizar como máximo 3 llamadas a los clientes potenciales, y se reportará al departamento de administración, que llevará un control de cartera de clientes, para posterior uso.

#### **4. Manejo de objeciones**

Las objeciones se recibirán mediante correo electrónico, el cual debe de ir detallado con el nombre de la marca, fecha en la cual se realizó el pedido, medio de contacto telefónico y la descripción del incidente. De esta manera, se brindará un seguimiento organizado del proceso del cliente, que permitirá mantener una solución ideal.

## 5. Cierre de ventas

Para concluir la venta, se busca la adquisición de parte del cliente del servicio que otorga Stamp & Brand, y los responsables de cerrar la venta es el departamento de mercadeo.

## 6. Servicio post venta

El departamento de administración tendrá la tarea de comunicarse con el cliente luego de haber realizado la compra, con el objetivo de llevar un control y un feedback del servicio adquirido.

Dependiendo del primer servicio adquirido por el cliente se le presentara el servicio adicional de la asesoría o bien el de diseño de imagen o packaging.

En esta etapa post venta, se mantiene una constante comunicación con el cliente para conocer cuáles son sus opiniones sobre el producto y el servicio otorgado, y si existe la posibilidad de generar nuevos diseños sobre la MYPE, con el propósito de seguir creciendo en el mercado con mucha demanda en el sector urbano.

## 5.2 Proyección de ventas

Se presenta la planificación de ventas que se generarán durante el primer periodo de Stamp & Brand.

Tabla 13  
Proyección de ventas mes 1-6

| Producto / servicio            | Unidad | Valor unitario | Año 1     |           |           |           |           |           |
|--------------------------------|--------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                |        |                | Meses     |           |           |           |           |           |
|                                |        |                | 1         | 2         | 3         | 4         | 5         | 6         |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | Pieza  | \$ 0.70        | 200       | 218       | 238       | 260       | 284       | 310       |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | Pieza  | \$ 0.85        | 150       | 164       | 179       | 195       | 213       | 233       |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | Pieza  | \$ 1.00        | 90        | 98        | 107       | 117       | 128       | 140       |
| Caja personalizada a 6x6x4"    | Pieza  | \$ 1.50        | 25        | 27        | 30        | 33        | 36        | 39        |
| Total de venta mensuales       |        |                |           |           |           |           |           |           |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   |        |                | \$ 140.00 | \$ 152.83 | \$ 166.84 | \$ 182.14 | \$ 198.83 | \$ 217.06 |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  |        |                | \$ 127.50 | \$ 139.19 | \$ 151.95 | \$ 165.87 | \$ 181.08 | \$ 197.68 |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 |        |                | \$ 90.00  | \$ 98.25  | \$ 107.26 | \$ 117.09 | \$ 127.82 | \$ 139.54 |
| Caja personalizada a 6x6x4"    |        |                | \$ 37.50  | \$ 40.94  | \$ 44.69  | \$ 48.79  | \$ 53.26  | \$ 58.14  |
| Total de ventas anual          |        |                |           |           |           |           |           |           |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14  
Proyección de ventas mes 7-12

| Producto /<br>servicio            | Año 1     |           |           |           |           |                |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
|                                   | Meses     |           |           |           |           |                |
|                                   | 7         | 8         | 9         | 10        | 11        | 12             |
| Bolsa papel Kraft<br>#4 23x12x8   | 339       | 370       | 403       | 440       | 481       | 525            |
| Bolsa papel Kraft<br>#6 28x15x10  | 254       | 277       | 303       | 330       | 361       | 394            |
| Bolsa papel Kraft<br>#16 40x20x12 | 152       | 166       | 182       | 198       | 216       | 236            |
| Caja<br>personalizada<br>6x6x4"   | 42        | 46        | 50        | 55        | 60        | 66             |
| Total de venta<br>mensuales       |           |           |           |           |           |                |
| Bolsa papel Kraft<br>#4 23x12x8   | \$ 236.96 | \$ 258.68 | \$ 282.39 | \$ 308.28 | \$ 336.53 | \$ 367.38      |
| Bolsa papel Kraft<br>#6 28x15x10  | \$ 215.80 | \$ 235.58 | \$ 257.18 | \$ 280.75 | \$ 306.49 | \$ 334.58      |
| Bolsa papel Kraft<br>#16 40x20x12 | \$ 152.33 | \$ 166.29 | \$ 181.54 | \$ 198.18 | \$ 216.34 | \$ 236.17      |
| Caja<br>personalizada<br>6x6x4"   | \$ 63.47  | \$ 69.29  | \$ 75.64  | \$ 82.57  | \$ 90.14  | \$ 98.41       |
| Total de ventas<br>anual          |           |           |           |           |           | \$<br>8,035.20 |

Fuente: Elaboración propia

El precio de venta unitario del packaging Stamp & Brand, está medido en base a la materia prima e impresión. Las unidades a vender para el mes de enero son estimadas en base a un promedio de las ventas realizadas por emprendimientos que ofertan diferentes tipos de productos, los meses posteriores son calculados en base al PIB estimado de 12% para el año 2021. El crecimiento de ventas es de un 9% con respecto al mes anterior para los 11 meses restantes del año uno.

Tabla 15  
Proyección de ventas año 2

| Descripción<br>producto /<br>servicio | Unidad | Año 2       |             |             |             | Total        |
|---------------------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
|                                       |        | Trimestre 1 | Trimestre 2 | Trimestre 3 | Trimestre 4 |              |
| Bolsa papel Kraft<br>#4 23x12x8       | Pieza  | 1518        | 1594        | 1674        | 1758        | 6544         |
| Bolsa papel Kraft<br>#6 28x15x10      | Pieza  | 1138        | 1195        | 1255        | 1318        | 4906         |
| Bolsa papel Kraft<br>#16 40x20x12     | Pieza  | 684         | 718         | 754         | 791         | 2946         |
| Caja<br>personalizada<br>6x6x4"       | Pieza  | 190         | 200         | 210         | 220         | 819          |
| Bolsa papel Kraft<br>#4 23x12x8       |        | \$ 1,073.44 | \$ 1,127.11 | \$ 1,183.47 | \$ 1,242.64 | \$ 4,626.65  |
| Bolsa papel Kraft<br>#6 28x15x10      |        | \$ 977.14   | \$ 1,026.00 | \$ 1,077.30 | \$ 1,131.17 | \$ 4,211.62  |
| Bolsa papel Kraft<br>#16 40x20x12     |        | \$ 690.39   | \$ 724.90   | \$ 761.15   | \$ 799.21   | \$ 2,975.65  |
| Caja<br>personalizada<br>6x6x4"       |        | \$ 287.93   | \$ 302.32   | \$ 317.44   | \$ 333.31   | \$ 1,241.00  |
| Total de ventas<br>trimestrales       |        | \$ 3,028.89 | \$ 3,180.34 | \$ 3,339.36 | \$ 3,506.32 |              |
| Total de ventas<br>anuales            |        |             |             |             |             | \$ 13,054.91 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16  
Proyección de ventas año 3

| Descripción producto /<br>servicio | Año 3          |             |                |             |           |
|------------------------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|-----------|
|                                    | Trimestre<br>1 | Trimestre 2 | Trimestre<br>3 | Trimestre 4 | Total     |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8       | 1846           | 1938        | 2035           | 2136        | 7954      |
| Bolsa papel Kraft #6<br>28x15x10   | 1383           | 5151        | 1453           | 5409        | 13396     |
| Bolsa papel Kraft #16<br>40x20x12  | 831            | 3093        | 872            | 3248        | 8045      |
| Caja personalizada 6x6x4"          | 231            | 860         | 243            | 903         | 2237      |
|                                    | \$             | \$          | \$             | \$          | \$        |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8       | 1,317.82       | 1,383.71    | 1,452.89       | 1,525.54    | 5,679.96  |
| Bolsa papel Kraft #6<br>28x15x10   | 1,199.60       | 4,466.42    | 1,259.58       | 4,689.74    | 11,615.34 |
| Bolsa papel Kraft #16<br>40x20x12  | 847.56         | 3,155.67    | 889.94         | 3,313.46    | 8,206.63  |
|                                    | \$             | \$          | \$             | \$          | \$        |
| Caja personalizada 6x6x4"          | 353.48         | 1,316.08    | 371.15         | 1,381.88    | 3,422.58  |
|                                    | \$             | \$          | \$             | \$          | \$        |
| Total de ventas trimestrales       | 3,718.46       | 10,321.88   | 3,973.56       | 10,910.62   |           |
|                                    |                |             |                |             | \$        |
| Total de ventas anuales            |                |             |                |             | 28,924.52 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17  
Proyección de ventas año 4-5

| <b>Descripción producto / servicio</b> | <b>Año 4</b> | <b>Año 5</b> |
|--|--------------|--------------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8           | 13522        | 22988        |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10          | 22773        | 38714        |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12         | 13676        | 23250        |
| Caja personalizada 6x6x4"              | 3802         | 6464         |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8           | \$ 9,752.50  | \$ 16,745.03 |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10          | \$ 19,943.55 | \$ 34,243.07 |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12         | \$ 14,090.78 | \$ 24,193.88 |
| Caja personalizada 6x6x4"              | \$ 5,876.57  | \$ 10,090.07 |
| Total de ventas trimestrales           |              |              |
| Total de ventas anuales                | \$ 49,663.39 | \$ 85,272.05 |

Fuente: Elaboración propia

El crecimiento para el año 2 y año 3, es de un 5% trimestral con respecto al trimestre anterior, que significa un crecimiento anual de 20% y el crecimiento para el año 4 y año 5 es del 7% respectivamente con su año anterior, que es un 28% anual.

## 6. Plan financiero

### 6.1 Plan de inversión

Tabla 18

Presupuesto de equipo, herramientas y materia prima.

|   | Descripción          | Unidad de medida | Cantidad | Costo unitario | Costo total | Lugar de compra       |
|---|----------------------|------------------|----------|----------------|-------------|-----------------------|
| Equipos y herramientas  | Laptop               | Pieza            | 2        | \$ 480.00      | \$ 960.00   | Office Depot          |
|   | Computadora          | Pieza            | 1        | \$ 849.00      | \$ 849.00   | Office Depot          |
|   | Impresora            | Pieza            | 1        | \$ 99.00       | \$ 99.00    | Siman                 |
|   | Tóner para impresora | Pieza            | 4        | \$ 85.00       | \$ 340.00   | Siman                 |
|   | Escritorios          | Pieza            | 3        | \$ 89.00       | \$ 267.00   | Siman                 |
|   | Sillas               | Pieza            | 3        | \$ 65.00       | \$ 195.00   | Siman                 |
|   | Sofá                 | Pieza            | 1        | \$ 100.00      | \$ 100.00   | Negocio independiente |
|   | Gabinete             | Pieza            | 1        | \$ 92.00       | \$ 92.00    | Siman                 |
| Total de equipo y herramientas, material e insumos iniciales. |                      |                  |          |                | \$ 2,902.00 |                       |

Fuente: Elaboración propia.



### Plan de inversión capital de trabajo.

Tabla 19  
Inversión capital de trabajo

| Descripción                     | Monto gastado mensual | Gasto total anual  |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Servicios básicos               |                       |                    |
| Agua, Electricidad              | \$ 30.00              | \$ 360.00          |
| Comunicaciones                  | \$ 30.00              | \$ 360.00          |
| Útiles de oficina               | \$ 10.00              | \$ 120.00          |
| Salarios                        |                       |                    |
| Salario a empleados             | \$ 1,095.00           | \$13,140.00        |
| Promoción y publicidad          |                       |                    |
| Promoción redes sociales        | \$ 30.00              | \$ 360.00          |
| Pasajes y Viáticos              | \$ 50.00              | \$ 600.00          |
| Transportes                     | \$ -                  | \$ -               |
| Otros                           | \$ 75.00              | \$ 900.00          |
| <b>Total capital de trabajo</b> | <b>\$ 1,320.00</b>    | <b>\$15,840.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

### Total de inversión

Tabla 20  
Inversión total del proyecto.

| Inversión inicial del proyecto   |                |
|--|----------------|
| Inversión en concepto de equipo y herramientas, materia prima + inversión en capital de trabajo. | \$<br>4,222.00 |

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Estructura de costos

### Costos variables unitarios

Tabla 21

Costo variable unitario

| Costos variables unitarios        |               |           |              |                      |      |
|-----------------------------------|---------------|-----------|--------------|----------------------|------|
|                                   | Materia Prima | Impresión | Mano de obra | Costo variable total |      |
| Bolsa papel Kraft<br>#4 23x12x8   | \$ 0.03       | \$ 0.22   | \$ 0.03      | \$                   | 0.28 |
| Bolsa papel Kraft<br>#6 28x15x10  | \$ 0.05       | \$ 0.22   | \$ 0.03      | \$                   | 0.30 |
| Bolsa papel Kraft<br>#16 40x20x12 | \$ 0.11       | \$ 0.19   | \$ 0.03      | \$                   | 0.33 |
| Caja personalizada<br>6x6x4"      | \$ 0.23       | \$ 0.50   | \$ 0.05      | \$                   | 0.78 |

Nota: Costo de materia prima en base a la adquisición de 100 piezas.

Tabla 22

Costos total unitario

| Producto o servicio            | Costos variables de materia prima | Costos variables de mano de obra | Costo Fijo | Costo Total Unitario |      |
|--------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------|----------------------|------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | \$ 0.25                           | \$ 0.03                          | \$ 1.58    | \$                   | 1.86 |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | \$ 0.27                           | \$ 0.03                          | \$ 1.58    | \$                   | 1.88 |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | \$ 0.30                           | \$ 0.03                          | \$ 1.58    | \$                   | 1.91 |
| Caja personalizada 6x6x4"      | \$ 0.73                           | \$ 0.05                          | \$ 1.58    | \$                   | 2.36 |

Fuente: Elaboración propia

### Costos totales de un año de operación

Tabla 23  
Costos totales del año 1.

| Producto o servicio            | Total de costos variables | Total de costos fijos | Costos totales |
|--------------------------------|---------------------------|-----------------------|----------------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | \$ 1,139.17               | \$ 6,417.38           | \$ 7,556.54    |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | \$ 915.40                 | \$ 4,813.03           | \$ 5,728.44    |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | \$ 604.17                 | \$ 2,887.82           | \$ 3,491.99    |
| Caja personalizada 6x6x4"      | \$ 396.67                 | \$ 802.17             | \$ 1,198.85    |
|                                |                           |                       | \$ 17,975.81   |

Fuente: Elaboración propia

### 6.3 Flujo de efectivo

Tabla 24  
Flujo de efectivo año 1, primer semestre

| Flujo de Caja<br>Proyectado del<br>Inversionista | Año 1         |               |               |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|  | Mes 1         | Mes 2         | Mes 3         | Mes 4         | Mes 5         | Mes 6         |
|  | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            | \$            |
| Ganancia Neta                                    | (1,099.13)    | (1,082.98)    | (1,065.39)    | (1,046.22)    | (1,025.35)    | (1,002.61)    |
| Más:   |               |               |               |               |               |               |
| Depreciación                                     | 48.37         | 48.37         | 48.37         | 48.37         | 48.37         | 48.37         |
| Menos:   |               |               |               |               |               |               |
| Amortización de<br>Préstamo                      | 76.57         | 77.05         | 77.53         | 78.02         | 78.51         | 79.00         |
| Flujo de Caja Neto<br>(FCN)                      | \$ (1,127.33) | \$ (1,111.66) | \$ (1,094.56) | \$ (1,075.88) | \$ (1,055.49) | \$ (1,033.24) |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25  
Flujo de efectivo año 1, segundo semestre

| Flujo de Caja<br>Proyectado del<br>Inversionista | Año 1        |            |            |            |            |            | Total         |
|--|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
|  | Mes 7        | Mes 8      | Mes 9      | Mes 10     | Mes 11     | Mes 12     | Año 1         |
|  | -\$          | -\$        | -\$        | -\$        | -\$        | -\$        | -\$           |
| Ganancia Neta                                    | 977.81       | 950.82     | 921.36     | 889.25     | 854.23     | 816.07     | 10,910.04     |
| Más:   |              |            |            |            |            |            |               |
| Depreciación                                     | \$ 48.37     | \$ 48.37   | \$ 48.37   | \$ 48.37   | \$ 48.37   | \$ 48.37   | \$ 580.40     |
| Menos:   |              |            |            |            |            |            |               |
| Amortización de<br>Préstamo                      | \$ 79.49     | \$ 79.99   | \$ 80.49   | \$ 80.99   | \$ 81.50   | \$ 82.01   | \$ 951.15     |
| Flujo de Caja<br>Neto (FCN)                      | -\$ 1,008.94 | -\$ 982.44 | -\$ 953.48 | -\$ 921.88 | -\$ 887.36 | -\$ 849.71 | -\$ 12,101.97 |

Nota: Elaboración propia

#### 6.4 Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio

Tabla 26  
Análisis de rentabilidad

$$\text{RSI} = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{RSI} = \frac{\$(10,910.04)}{\$ 4,902.00} = -2.23\%$$

### Punto de equilibrio en unidades y monto

*Tabla 27*

*Punto de equilibrio en unidades y monto*

| Producto / Servicio            | En unidades   | En valor (\$)       |
|--------------------------------|---------------|---------------------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | 13,417        | \$ 9,392.23         |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | 10,063        | \$ 8,553.64         |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | 6,038         | \$ 6,037.86         |
| Caja personalizada 6x6x4"      | 1,677         | \$ 2,515.78         |
| <b>Total</b>                   | <b>31,195</b> | <b>\$ 26,499.51</b> |

*Fuente: Elaboración propia*

## Estado de resultados proyectado

Tabla 28

Estado de resultados 1er semestre, año 1

| <b>Estado de Resultados Proyectado</b> |             |             |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | Año 1       |             |             |             |             |             |
|  | Mes 1       | Mes 2       | Mes 3       | Mes 4       | Mes 5       | Mes 6       |
| Ingreso por Ventas                     | \$ 395.00   | \$ 431.21   | \$ 470.74   | \$ 513.89   | \$ 560.99   | \$ 612.42   |
| Costo de Bienes Vendidos               | \$ 150.20   | \$ 163.97   | \$ 179.00   | \$ 195.40   | \$ 213.31   | \$ 232.87   |
| Ganancia Bruta                         | \$ 244.80   | \$ 267.24   | \$ 291.74   | \$ 318.49   | \$ 347.68   | \$ 379.55   |
| Salarios                               | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   |
| Prestaciones                           | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   |
| Alquileres de Locales                  | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Alquileres de Maquinaria               | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Mantenimiento                          | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Seguros                                | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Agua, Gas, Electricidad                | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    |
| Comunicaciones                         | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    |
| Útiles de Oficina                      | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    |
| Promoción y Publicidad                 | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    |
| Pasajes y Viáticos                     | \$ 29.63    | \$ 32.34    | \$ 35.31    | \$ 38.54    | \$ 42.07    | \$ 45.93    |
| Transportes                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        |
| Depreciación                           | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    |
| Otros                                  | \$ 44.24    | \$ 48.30    | \$ 52.72    | \$ 57.56    | \$ 62.83    | \$ 68.59    |
| Total Gastos Generales y de Admón.     | \$ 1,317.23 | \$ 1,324.00 | \$ 1,331.40 | \$ 1,339.46 | \$ 1,348.27 | \$ 1,357.89 |
| Intereses Pagados                      | \$ 26.69    | \$ 26.22    | \$ 25.73    | \$ 25.25    | \$ 24.76    | \$ 24.27    |
| Ganancia Gravable (GAI)                | \$ 1,099.13 | \$ 1,082.98 | \$ 1,065.39 | \$ 1,046.22 | \$ 1,025.35 | \$ 1,002.61 |
| Reserva Legal 7%                       |             |             |             |             |             |             |
| Utilidad después de reserva            |             |             |             |             |             |             |
| Impuesto sobre Renta (25%)             |             |             |             |             |             |             |
| Ganancia Neta                          | \$ 1,099.13 | \$ 1,082.98 | \$ 1,065.39 | \$ 1,046.22 | \$ 1,025.35 | \$ 1,002.61 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29  
Estado de resultados 2do semestre, año 1

| Estado de Resultados<br>Proyectado | Estado de Resultados Proyectado |             |             |             |             |             | Total        |
|------------------------------------|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
|                                    | Año 2                           |             |             |             |             |             |              |
|                                    | Mes 7                           | Mes 8       | Mes 9       | Mes 10      | Mes 11      | Mes 12      | Año 1        |
| Ingreso por Ventas                 | \$ 668.56                       | \$ 729.84   | \$ 796.75   | \$ 869.78   | \$ 949.50   | \$ 1,036.54 | \$ 8,035.22  |
| Costo de Bienes Vendidos           | \$ 254.21                       | \$ 277.53   | \$ 302.97   | \$ 330.74   | \$ 361.04   | \$ 394.15   | \$ 3,055.39  |
| Ganancia Bruta                     | \$ 414.35                       | \$ 452.31   | \$ 493.78   | \$ 539.04   | \$ 588.46   | \$ 642.39   | \$ 4,979.83  |
| Salarios                           | \$ 982.77                       | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 982.77   | \$ 11,793.24 |
| Prestaciones                       | \$ 112.23                       | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 112.23   | \$ 1,346.76  |
| Alquileres de Locales              | \$ -                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -         |
| Alquileres de Maquinaria           | \$ -                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -         |
| Mantenimiento                      | \$ -                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -         |
| Seguros                            | \$ -                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -         |
| Agua, Gas, Electricidad            | \$ 30.00                        | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 360.00    |
| Comunicaciones                     | \$ 30.00                        | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 360.00    |
| Útiles de Oficina                  | \$ 10.00                        | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 120.00    |
| Promoción y Publicidad             | \$ 30.00                        | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 360.00    |
| Pasajes y Viáticos                 | \$ 50.14                        | \$ 54.74    | \$ 59.76    | \$ 65.23    | \$ 71.21    | \$ 77.74    | \$ 602.64    |
| Transportes                        | \$ -                            | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -        | \$ -         |
| Depreciación                       | \$ 48.37                        | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 580.40    |
| Otros                              | \$ 74.88                        | \$ 81.74    | \$ 89.24    | \$ 97.42    | \$ 106.34   | \$ 116.09   | \$ 899.94    |
| Total Gastos Generales y de Admón. | \$ 1,368.39                     | \$ 1,379.85 | \$ 1,392.36 | \$ 1,406.02 | \$ 1,420.92 | \$ 1,437.20 | \$ 16,422.99 |
| Intereses Pagados                  | \$ 23.78                        | \$ 23.28    | \$ 22.78    | \$ 22.28    | \$ 21.77    | \$ 21.26    | \$ 288.07    |
| Ganancia Gravable (GAI)            | \$ 977.81                       | \$ 950.82   | \$ 921.36   | \$ 889.25   | \$ 854.23   | \$ 816.07   | \$ 11,731.23 |
| Reserva Legal 7%                   |                                 |             |             |             |             |             | \$ -         |
| Utilidad después de reserva        |                                 |             |             |             |             |             | \$ 821.19    |
| Impuesto sobre Renta (25%)         |                                 |             |             |             |             |             | \$ -         |
| Ganancia Neta                      | \$ 977.81                       | \$ 950.82   | \$ 921.36   | \$ 889.25   | \$ 854.23   | \$ 816.07   | \$ 10,910.04 |

Fuente: Elaboración propia

## 7. Plan de trabajo

Tabla 30  
Cronograma de actividades

| # | Objetivo  | Acciones   | Responsable                                      | Fecha de inicio | Fecha de fin | Recursos                          |
|---|---|--|--|-----------------|--------------|-----------------------------------|
| 1 | Sondeo de mercado   | Pedir información sobre los empaques a los clientes potenciales.                 | Claudia Granados, Lourdes Vásquez, Jorge Umanzor | 13/5/2021       | 1/6/2021     | Internet, redes sociales          |
| 2 | Buscar proveedores  | Cotizar a fabricantes de materiales para empaques                                | Área de administración                           | 2/6/2021        | 17/6/2021    | Internet, redes sociales, e-mail. |
| 3 | Cotizar el mejor precio de materia prima                            | Determinar costos de materia prima y manufactura                                 | Área de finanzas                                 | 18/6/2021       | 5/7/2021     | Computadora, programa office      |
| 4 | Determinar costos unitarios   | Estudio y comparación de costos obtenidos de diferentes proveedores              | Área de finanzas                                 | 10/7/2021       | 11/7/2021    | Computadora, Excel                |
| 5 | Cotizar herramientas y equipos                                      | Realizar presupuestos de inversión a realizar para herramienta y equipo.         | Área de finanzas                                 | 12/7/2021       | 15/7/2021    | Computadora, Excel                |
| 6 | Elaboración de plan de negocios                                     | Describir una propuesta de valor innovadora para la atracción de inversionistas. | Área de administración                           | 24/8/2021       | 1/10/2021    | Computadora e internet            |
| 7 | Creación de información de contacto institucional                   | Apertura de cuentas de redes sociales, y página web                              | Área de administración                           | 2/10/2021       | 15/10/2021   | Computadora e internet            |
| 8 | Conocer los requisitos para la inscripción de la empresa en el CNR. | Consultar la disponibilidad del nombre de la empresa que se desea inscribir      | Área de administración                           | 1/1/2022        | 14/1/2022    | Internet, registro del CNR        |
| 9 | Registro formal de la empresa                                       | Pago y proceso de registro de Stamp & Brand                                      | Área de administración                           | 15/1/2022       | 30/1/2022    | CNR                               |

Fuente: Elaboración propia



## **8. Plan de contingencia**

### **Medidas generales de prevención**

- Cada espacio de trabajo en cada área debe estar ordenada y limpia.
- Conocimiento y aplicación de medidas generales de bio-seguridad.
- Uso adecuado y responsable de los activos de Stamp & Brand.
- Coordinación y comunicación entre áreas operativas y administrativas.

### **Acciones preventivas**

- Conocimiento de medidas generales de prevención.
- Salida y entrada de la oficina libre de obstáculos.
- Reducción de actividades administrativas presenciales, haciendo uso de herramientas digitales para evitar aglomeraciones de personal.
- Delimitación y restricción de acceso a archivos y diseños.
- Lectura de las instrucciones de uso o manual de cada uno de la maquinaria dentro de la empresa.

### **Acciones en caso de siniestro**

- Realizar un inventario de mercadería o maquinaria y equipo, para estimar el valor de la pérdida.
- Notificación del siniestro a las autoridades correspondientes.
- Realizar un boletín informativo donde se comunique sobre la información relevante del siniestro.
- Ejecución de nuevas medidas de seguridad.

**Manejo de crisis**

- Evaluación e identificación de la crisis, estas pueden ser de índole financiera, de ventas, de imagen, de procesos, ambiental y otros.
- Contactar y realizar una reunión con el personal, para informar la situación actual del emprendimiento y delimitar la forma de proceder.
- Asignación de responsabilidades y nuevas medidas de prevención a tomar dependiendo del tipo de crisis.
- Mostrar preocupación y responsabilidad ante los colaboradores, clientes, socios comerciales, y comunidad que conoce a la marca.
- Cuantificar el impacto tanto económico como de imagen que la crisis puede traer a la marca.
- Ejecución de medidas preventivas y correctivas.

**Plan de continuidad**

- Identificar las posibles amenazas que enfrentara el emprendimiento después de la crisis
- Reuniones periódicas con el personal, donde se resuelvan situaciones o escenarios ante posibles amenazas.
- Elaboración de las medidas.
- Documentar de las actividades preventivas y correctivas realizadas, para un mayor control.

**Seguridad de los activos**

- Cada miembro del personal deberá ser responsable por sus herramientas de trabajo e informar de sus fallas o desperfectos.
- Brindar un mantenimiento preventivo de los activos que se deprecian.
- El acceso a las herramientas deberá ser permitido por el personal responsable de mantenimiento.

**Plan de acción**

- Revisión continua de las medidas implementadas en cada una de las fases.
- Evaluar otras alternativas de solución ante posibles escenarios.
- Empresa comprometida en la salud y bienestar de la población.
- Adaptabilidad ante cambios inesperados.
- Mejora continua para todas las áreas dentro de la empresa.
- Realizar un Feedback periódico sobre la situación dentro de la empresa.

## 9. Bibliografía

E-commerce y el futuro de los empaques. (17 de enero de 2020). *Central America Data*.

Recuperado de:

[https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Ecommerce\\_y\\_el\\_futuro\\_de\\_los\\_empaques](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Ecommerce_y_el_futuro_de_los_empaques).

Papel y cartón: Negocios con México a la baja. (3 de noviembre 2020). *Central America Data*.

Recuperado de:

[https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Papel\\_y\\_cartn\\_Negocios\\_con\\_Mxico\\_a\\_la\\_baja](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Papel_y_cartn_Negocios_con_Mxico_a_la_baja).

PROESA. El Salvador organiza Expo Congreso Packaging & Logistics 2019. (02 de octubre de 2019). *Proesa*. Recuperado de: <https://www.proesa.gob.sv/novedades/noticias/item/1229-el-salvador-organiza-expo-congreso-packaging-logistics-2019>.

El arte de seducir. Merchandising. (enero, 2021). *Humberto Martínez Cruz*. Recuperado de:

<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/El-arte-de-seducir-1.pdf>.

Merchandising: Evolución reciente y tendencias futuras en el sector del gran consumo. (junio,

2014). *Ana Iglesias Megías*. Recuperado de:

<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/496/retrieve>.

Empaque Factores para el diseño de empaques (agosto,2016). *Abdénago Yate Arévalo*.

Recuperado de: <https://docplayer.es/201313770-Diseno-industrial-el-empaque-abdenago-yate-arevalo-factores-para-el-diseno-de-empaques-de-la-ediciones.html>.

## 10. Anexos

Anexo 1: Detalle y cálculos de costo variable unitarios y totales

---

| <b>COSTO VARIABLE MATERIA PRIMA</b> |          |                  |                 |          |
|-------------------------------------|----------|------------------|-----------------|----------|
| Descripción de la materia prima     | Cantidad | Unidad de medida | Precio unitario | Total    |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8        | 100      | Pieza            | \$ 0.03         | \$ 3.00  |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10       | 100      | Pieza            | \$ 0.05         | \$ 5.00  |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12      | 100      | Pieza            | \$ 0.11         | \$ 11.00 |
| Caja personalizada 6x6x4"           | 100      | Pieza            | \$ 0.23         | \$ 23.00 |

---

---

| <b>COSTO VARIABLE IMPRESIÓN</b> |          |                  |                 |          |
|---------------------------------|----------|------------------|-----------------|----------|
| Descripción de la materia prima | Cantidad | Unidad de medida | Precio unitario | Total    |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8    | 100      | Pieza            | \$ 0.22         | \$ 22.00 |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10   | 100      | Pieza            | \$ 0.22         | \$ 22.00 |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12  | 100      | Pieza            | \$ 0.19         | \$ 19.00 |
| Caja personalizada 6x6x4"       | 100      | Pieza            | \$ 0.50         | \$ 50.00 |

---

---

| <b>COSTO VARIABLE MANO DE OBRA</b> |          |                  |                 |         |
|------------------------------------|----------|------------------|-----------------|---------|
| Descripción de la materia prima    | Cantidad | Unidad de medida | Precio unitario | Total   |
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8       | 100      | Pieza            | \$ 0.03         | \$ 3.00 |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10      | 100      | Pieza            | \$ 0.03         | \$ 3.00 |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12     | 100      | Pieza            | \$ 0.03         | \$ 3.00 |
| Caja personalizada 6x6x4"          | 100      | Pieza            | \$ 0.05         | \$ 5.00 |

---

**TOTAL DE COSTOS VARIABLES UNITARIOS**

| Descripción de la materia prima | Costo unitario materia prima | Costo unitario impresión | Costo mano de obra | Total costo variable unitario |
|---------------------------------|------------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8    | \$ 0.03                      | \$ 0.22                  | \$ 3.00            | \$ 3.25                       |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10   | \$ 0.05                      | \$ 0.22                  | \$ 3.00            | \$ 3.27                       |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12  | \$ 0.11                      | \$ 0.19                  | \$ 3.00            | \$ 3.30                       |
| Caja personalizada 6x6x4"       | \$ 0.23                      | \$ 0.50                  | \$ 5.00            | \$ 5.73                       |

**Anexo 2: Detalle de cálculos de costos fijos totales.****Costos fijos totales.**

| Descripción                     | Valores mensuales |             |             | Total valor trimestral |
|---------------------------------|-------------------|-------------|-------------|------------------------|
|                                 | Mes 1             | Mes 2       | Mes 3       |                        |
| Agua, Gas, Electricidad         | \$ 30.00          | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 90.00               |
| Comunicaciones                  | \$ 30.00          | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 90.00               |
| Útiles de oficina               | \$ 10.00          | \$ 10.00    | \$ 10.00    | \$ 30.00               |
| Promoción y Publicidad          | \$ 30.00          | \$ 30.00    | \$ 30.00    | \$ 90.00               |
| Depreciación                    | \$ 48.37          | \$ 48.37    | \$ 48.37    | \$ 145.10              |
| Salarios                        | \$ 1,095.00       | \$ 1,095.00 | \$ 1,095.00 | \$ 3,285.00            |
| Total Costos Fijos              | \$ 1,243.37       | \$ 1,243.37 | \$ 1,243.37 | \$ 3,730.10            |
| Total de Producción por periodo | 788               | 788         | 788         | 2365                   |
| Costos fijos unitarios          | \$ 1.58           | \$ 1.58     | \$ 1.58     | 0.96                   |

### Anexo 3: Cálculo del punto de equilibrio

#### Punto de equilibrio expresado en unidades (PE)

Datos:

|                                  |    |           |       |
|----------------------------------|----|-----------|-------|
| Costo fijo total                 | \$ | 16,422.99 | 31196 |
| Margen de contribución combinado | \$ | 0.53      |       |

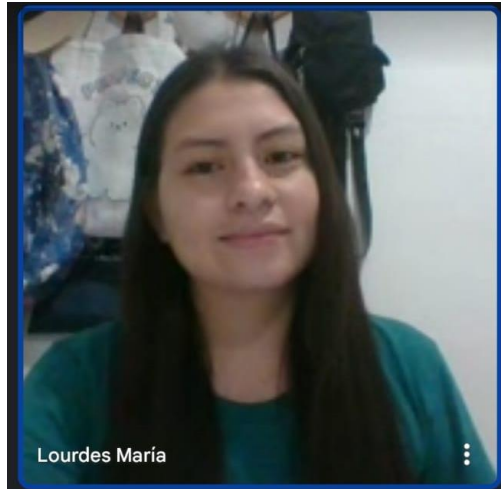
#### Punto de equilibrio en unidades

| Punto de equilibrio            | Porcentaje de participación | Unidades de punto de equilibrio |
|--------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | 43%                         | 13417                           |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | 32%                         | 10063                           |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | 19%                         | 6038                            |
| Caja personalizada 6x6x4"      | 5%                          | 1677                            |
|                                |                             | 31196                           |

#### Punto de equilibrio en unidades monetarias

| Punto de equilibrio            | Precio de venta | Unidades de punto de equilibrio | Punto de equilibrio en unidades monetarias |
|--------------------------------|-----------------|---------------------------------|--|
| Bolsa papel Kraft #4 23x12x8   | \$ 0.70         | 13417                           | \$ 9,392.23                                |
| Bolsa papel Kraft #6 28x15x10  | \$ 0.85         | 10063                           | \$ 8,553.64                                |
| Bolsa papel Kraft #16 40x20x12 | \$ 1.00         | 6038                            | \$ 6,037.86                                |
| Caja personalizada 6x6x4"      | \$ 1.50         | 1677                            | \$ 2,515.78                                |
| Total                          |                 |                                 | \$ 26,499.51                               |

*Anexo 4: Fotografías relacionadas con el equipo emprendedor.*





## Anexo 5: Cotizaciones del presupuesto



Inicio / Cajas y Empaques / Bolsa de papel # 4 impresa o lisa

< 田 >

### Bolsa de papel # 4 impresa o lisa

100 unidades sin impresión \$3.39

100 unidades con impresión \$25

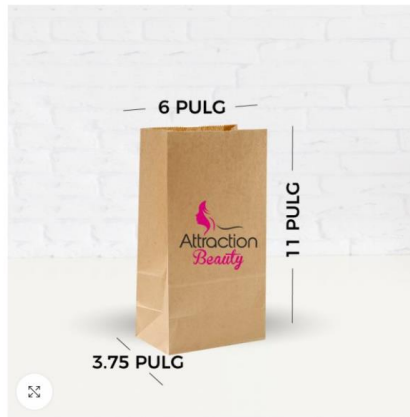
Precio incluye IVA

Bolsa de papel en material biodegradable con impresión digital personalizada. Medida de la bolsa 4,75x3,25x9 pulgadas

Pedido mínimo de 100 unidades, precio con iva incluido \$25

Si deseas más información de este producto o una cotización, puedes escribirnos a [servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv](mailto:servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv), llamarnos al PBX 2237-5800 o Whatsapp 7600-4668.

Categoría: Cajas y Empaques



Inicio / Cajas y Empaques / Bolsa de papel # 6 impresa o lisa

< 田 >

### Bolsa de papel # 6 impresa o lisa

100 unidades sin impresión \$4.52

100 unidades con impresión \$27

Precio incluye IVA

Bolsa de papel en material biodegradable con impresión digital personalizada. Medida de la bolsa 6x3,75x11 pulgadas

Pedido mínimo de 100 unidades, precio con iva incluido \$27

Si deseas más información de este producto o una cotización, puedes escribirnos a [servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv](mailto:servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv), llamarnos al PBX 2237-5800 o Whatsapp 7600-4668.

Categoría: Cajas y Empaques

Compartir: [f](#) [✉](#) [🗨](#)

Importante: La compra de este producto se realizará en nuestra tienda virtual. Los precios



Inicio / Cajas y Empaques / Bolsa de papel #16 impresa o lisa

< 田 >

### Bolsa de papel #16 impresa o lisa

100 unidades sin impresión \$11.30

100 unidades con impresión \$30

Precio incluye IVA

Bolsa de papel en material biodegradable con impresión digital personalizada. Medida de la bolsa 8,25x5x16 pulgadas

Si deseas más información de este producto o una cotización, puedes escribirnos a [servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv](mailto:servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv), llamarnos al PBX 2237-5800 o Whatsapp 7600-4668.

Categoría: Cajas y Empaques

Compartir: [f](#) [✉](#) [🗨](#)

Importante: La compra de este producto se realizará en nuestra tienda virtual. Los precios mostrados aplican únicamente en compras en línea.



Inicio / Cajas y Empaques / Caja blanca para repostería 6x6x4"

< >

## Caja blanca para repostería 6x6x4"

Caja para alimentos o postres medida 6x6x4 pulgadas, sin impresión, material foldcote y de fácil armado. De entrega inmediata.

- Precio unitario \$0.54
  - Pedidos de 25 cajas precio unitario \$0.41
  - Pedidos de 50 cajas precio unitario \$0.28
  - Pedidos de 100 cajas precio unitario \$0.23
- Precios incluyen IVA

Si deseas más información de este producto o una cotización, puedes escribirnos a [servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv](mailto:servicioalcliente@innovaciondigital.com.sv), llamarnos al PBX 2237-5800 o Whatsapp 7600-4668.

Categoría: Cajas y Empaques

Compartir: [f](#) [✉](#) [📞](#)

Inicio > Categoría > Todas > Cómputo > Computadoras de escritorio > Computadoras y all in one > COMPUTADORA HP 24-DD0020LA (R5,4GB,512GB)



COMPUTADORA HP 24-DD0020LA (R5,4GB,512GB)  
⭐⭐⭐⭐⭐ / Califica este producto  
Ver detalles del producto SKU: 34447 Modelo: 7V1S7LAA

**\$849.00**  
Precio exclusivo por Internet

- 1 + [♥](#)

**Entrega a domicilio**  
Envío gratis sin mínimo de compra\*

DETALLES DEL PRODUCTO

[Especificaciones](#)

Compartir en [f](#) [🐦](#)



## Escritorio

Referencia: 103298939

Marca: Movelbento

[WISHLIST](#)

Color: Rojo



Ahorra \$ 20.00

~~\$109.00~~

**\$89.00**

Cantidad - 1 +

[Agregar a tu carrito](#)

[Comprar](#)

Inicio / Muebles y hogar / Muebles de escritorio / Gaveteros / Gaveteros retro 2 puertas



## Gavetero retro 2 puertas

Referencia: 102817401

Marca: Home Furniture

WISHLIST

Color: Turquesa



Ahorra \$ 23.00

\$115.00

**\$92.00**

Cantidad - 1 +

Agregar a tu carrito

Comprar

Ver disponibilidad  
Entrega a domicilio y recoge en tienda

Tu compra 100% segura.  
Garantizamos la forma más segura de pagar



## Silla secretarial

Referencia: 103279652

Marca: Home Furniture

WISHLIST

Color: Negro



Ahorra \$ 14.00

\$79.00

**\$65.00**

Cantidad - 1 +

Agregar a tu carrito

Comprar

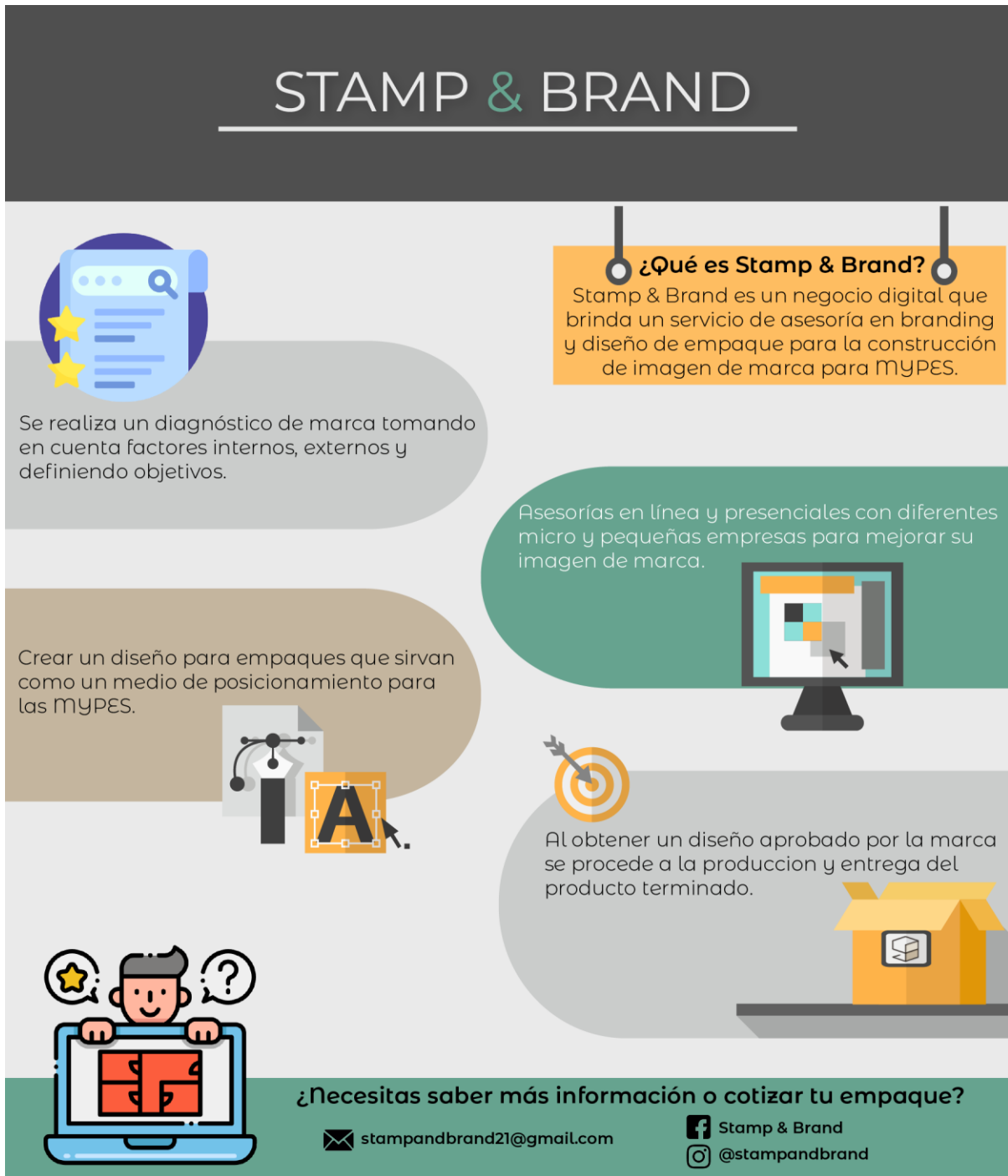
Ver disponibilidad  
Entrega a domicilio y recoge en tienda

Tu compra 100% segura.  
Garantizamos la forma más segura de pagar





## Anexo 6. Infografía proceso de Stamp & Brand.



## Anexo 7. Página web.



# ESTAMPANDO TU ESENCIA DE MARCA

Cotiza Tu Empaque

### Nuestros Servicios



## Nuestros Servicios



### Bolsa Kraft



### Bolsa Kraft



### Caja Pequeña



### Personaliza Tu Empaque.

Si buscas diferenciar tu empaque, nosotros te ayudamos.

Cotizar





### Especialmente para ti

Regístrate y sé la primera en enterarte de los descuentos, los consejos y todo lo que ofrece Stamp & Brand



## STAMP & BRAND

Servicios

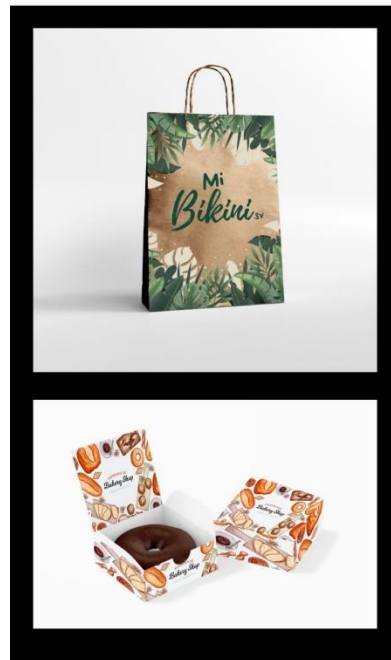
Clientes

Contactanos



## ESTAMPANDO TU ESCENCIA DE MARCA

Stamp & Brand es un emprendimiento enfocado al servicio de packaging e imagen de marca. Se busca como objetivo, crear un posicionamiento de las MYPES a través del empaque personalizado que incluya todas las características esenciales de la marca.





### ¡Cótizalo ahora!



Especialmente para ti

Regístrate y sé el primero en entrar en los descuentos, los consejos y todo lo que ofrece Stamp & Brand

¡Crea tu cuenta!

Stamp & Brand. Hecho con [quarespace](#)

stampandbrand21.squarespace.com



CAJAS | BOLSAS



Bolsa de papel #4  
\$0.70



Caja Personalizada  
\$1.50

7:32



Mi Bikini Sv



stampandbrand21.squarespace.com



