

QENKODESIGN SOLUCIONES GRÁFICAS CIA. LTDA.
QUITO – ECUADOR

Fecha de fundación.

22 de Abril de 2010

Tiempo previsto de funcionamiento

La empresa tiene un tiempo provisto indefinido de funcionamiento, con el objetivo claro de ir creciendo año a año y llegar a estabilizarnos económicamente de tal manera que la misma se asiente en cimientos firmes y se mantenga por sí sola, tomando en cuenta que en ese tiempo pueden haber declives debido a diferentes factores pero los cuales debemos manejarlos de la mejor manera sacando adelante la empresa.

Intención de los socios por mantener la empresa activa y cuál es su proyección

La intención de nosotros, los socios, es mantener la empresa activa cumpliendo metas y proponiendo nuevas para así no dejar caer el firme deseo de hacer de esta una institución fuerte y con ideologías firmes, pensando en el capital sin dejar de pensar en lo social, siempre poniendo por delante el bienestar de sus empleados y su calidad de vida, para esto nos proyectamos a tener un plan anual de crecimiento constante, basándonos en el servicio y producto de calidad que vamos a ofrecer aumentando así la demanda de los mismos, incorporando a la empresa los equipos y la maquinaria necesaria para cumplir las mismas, cumpliendo de esta manera el crecimiento constante no solo de la empresa sino de sus socios y empleados.

Actividades económicas

La principal actividad económica de la empresa es la rotulación exterior de gran formato. Se complementa con el diseño gráfico.

Líneas de negocios

Son 3 las líneas de negocio que manejamos, están detalladas individualmente.

1. Publicidad gráfica y digital

Rotulación Exterior: Backlights, Vallas publicitarias, Corpóreos (letras en bloque), Iluminación Led, Iluminación Neón, Pintura de murales, Toldos, Tótems

Rotulación Interior: Decoración en paredes, Directorios, Placas, Grabados

Señalética: Señalética de seguridad industrial, Señalética vial, Señalética de información

Soporte POP: Roll ups, Porta banners, Banners tipo araña, Vinilos microperforados, Stickers, Mini roll ups

Vehículos: Revestimiento en vehículos, Publicidad móvil en buses, Revestimiento de paradas, Stickers para vehículos

Impresiones a gran formato: Lonas, Vinilos, Lonas translúcidas, Telas, Papel fotográfico, Vinilo microperforado, Vinilos reflectivos, Floor Graphics (para piso).

Diseño gráfico: Industrial, Corporativo, Package, POP, Prensa, Revistas, Arte digital, Ilustraciones

1. Mobiliario (Diseño de stands, exhibidores)

Stands: Para ferias, showroom, mampería, mobiliario y accesorios, módulos para ferias, módulos para puntos de venta, counters y exhibidores.

2. Diseño de interiores

Vynilos decorativos: Ornamentos, diseño infantil, lettering, paisajistas, etc.

Hogar y cocina: Posavasos, porta platos, posa calientes, relojes de pared, adornos, etc.

Número de personal administrativo y operativo

NÚMERO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO			
Nombre	Cargo	Tiempo de labores	Administrativo / Operativo
Jorge Quinteros	Gerente General y Director de Producción	55 meses	Administrativo / Operativo
Rodrigo Sánchez	Presidente / Director Gráfico	55 meses	Administrativo / Operativo
Tania Quinteros	Directora de Proyectos	55 meses	Administrativo
Jessica Oña	Asistente Contable y Recepcionista	19 meses	Administrativo
Jofre Sanclemente	Jefe de taller	55 meses	Operativo
Jimmy Pitacuar	Asistente de taller	55 meses	Operativo
Milton Espinosa	Asistente de taller	46 meses	Operativo

Contadora Externa.

Alcívar Sanclemente Guissella Concepción.

Principales segmentos de clientes y sin son relacionados

Dentro de la segmentación de clientes, hemos dividido 4 tipos:

1. **Permanentes:** Consideramos clientes permanentes a aquellos clientes que han permanecido desde la apertura de la empresa y otros que han ido llegando con el tiempo, con quienes hemos afianzado buenas relaciones comerciales, han sido buenos pagadores. Y con quienes hemos mantenido económicamente a la empresa. Pero son

únicamente 4 clientes. Que reflejan el **49.31%** de nuestras ventas en desde el 2010 hasta la actualidad.

UNACEM Ecuador. (Lafarge Cementos S.A.)

22.57%

Schneider Electric S.A.	20.93%
Farmaenlace S.A.	17.26%
Signo Cia. Ltda.	13.92%

2. **Ocasionales:** Dentro de esta segmentación están los clientes ocasionales que realizan sus compras cada cierto tiempo, con un movimiento trimestral podría llamarse. Pero dentro de este grupo también se encuentran clientes con los cuales hemos dejado de trabajar, porque nuestros contactos internos dentro de la empresa han dejado sus puestos. Por lo que estos clientes han dejado de trabajar con nosotros y han buscado nuevos proveedores, no por la calidad de nuestros productos, si no porque entran nuevos empleados a esos puestos con proveedores propios. Y no hemos podido ingresar nuevamente a esas empresas. Representan **el 25.32%** de nuestras ventas totales.

Jorge Luis Quinteros 3.63% (relacionado)

3. **Una sola vez:** Cliente que han realizado compra por una sola vez en la empresa y no han realizado ningún otro intento por comprar nuestros productos. Esto representa el 2.88% del total de nuestras ventas. Pero si son clientes potenciales a los cuales no se les ha realizado ningún seguimiento.

Principales proveedores y si son relacionados

Dentro de nuestros proveedores más importantes contamos con 6 principales y 17 ocasionales.

Los proveedores principales son a quienes compramos la materia prima para nuestros productos. Estos se llevan **el 78.16%**

Dipac Manta S.A.	11.85%
Expomedios	38.82% (compra de maquinaria)
Grupo Mejía	3.51%
Jorge Luis Quinteros	10.88% (relacionado, compramos productos de su elaboración)
Comercial Fenix	5.53%
Adfol S.A.	7.56%

Los 17 proveedores ocasionales suman 21.84% entre todos.



Información relevante que deseen ser tomada en cuenta en las notas a los estados financieros.

- Aumentar el crédito con nuestros proveedores para evitar desfases en el flujo.
- Mejorar el tipo de negociación con nuestros clientes para poder detectar cuentas difíciles de cobrar y al mismo tiempo saber que clientes manejan un pago de facturas cumplido y mantenerlos fieles.
- Identificar plazos reales de pagos.
- Organizar tiempos de obra, poniendo objetivos con tiempos determinados y responsables de proyecto.
- Ponerle énfasis a la tercera línea de negocios (diseño de interiores) para convertirlo en un ingreso económico diario de la empresa