



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**MAYRA ALEJANDRA CONDOY ACARO**

**DIRECTOR:**

**ING. BERNARDO PATRICIO CUENCA RUÍZ, M.A.E.**

**LOJA-ECUADOR  
2018**

*No basta con alcanzar la sabiduría, es necesario saber utilizarla.*

## CERTIFICACIÓN

ING. MAE. BERNARDO PATRICIO CUENCA RUIZ.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, DE LA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

### CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señorita: MAYRA ALEJANDRA CONDOY ACARO, cuyo tema se titula: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO"**, el mismo que ha culminado de conformidad con el cronograma establecido, cumpliendo con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, 15 de marzo de 2018

Atentamente,



ING. MAE. BERNARDO PATRICIO CUENCA RUIZ.MAE  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

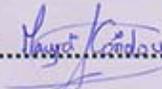
Yo, Mayra Alejandra Condoy Acaro, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO"**, su estudio, resultados e ideas es total responsabilidad personal, y el cual presento como requisito para poder obtener el grado de Ingeniera en Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja y eximo a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido del mismo.

Asimismo, doy fe de que este trabajo es uno, original e inédito.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**AUTORA:** Mayra Alejandra Condoy Acaro

**CÉDULA:** 070633399-4

**FIRMA:** .....

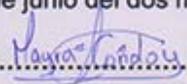
**FECHA:** Loja, marzo del 2018

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, MAYRA ALEJANDRA CONDOY ACARO con número de cédula 0706333994, declaro ser la autora de la tesis denominada titulada: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO", como requisito para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo el contenido del mismo a través del Repositorio Bibliotecario Virtual.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la TESIS que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los veintinueve días del mes de junio del dos mil dieciocho, firma la autora:

**FIRMA:**.....

**AUTORA:** Mayra Alejandra Condoy Acaro

**CÉDULA:** 0706333994

**DIRECCIÓN:** Ciudadela la Argelia, Av. Reinaldo Espinoza

**CORREO:** alejandra.\_13@hotmail.es

**CELULAR:** 0999314801

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTORA DE TESIS:** Ing. MAE. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz.

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL:**

**Presidente:** Ing. Manuel Enrique Pasaca

**Vocal:** Ing. Juan Encalada

**Vocal:** Ing. Thalia Quizhpe

## DEDICATORIA

Llena de felicidad y alegría dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento, por enseñarme el amor, el perdón y siempre guiarme en el camino, gracias por permitir que en mi corazón nazca una luz de esperanza que me permite luchar cada día por cumplir un anhelo más en mi vida profesional.

A mis amados padres, Plutarco y Elsa, por mostrarme el camino para mi plena realización. Por ser ejemplo vivo de esfuerzo, responsabilidad y amor, además de ser mi fortaleza en los vientos en contra y por ser mi sonrisa cuando he logrado alcanzar la cima, han sido mi fuente de inspiración y motivación para poder superarme cada día más y alcanzar nuevos triunfos, gracias por creer en mí.

A mis queridos hermanos Byron y Lady, por estar siempre presentes con su amor fraterno incondicional, quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante.

A mis sobrinos Matías y Sofía, por ser mi motivación, inspiración y felicidad, con su luz han iluminado mi vida y hacen mi camino más claro para seguir y lograr esta meta y de esta ser un ejemplo para ellos, los amo.

A mis docentes por su tiempo, apoyo y sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

*Mayra Alejandra Condoy Acaro*

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento sincero a Dios todopoderoso por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en todo momento, por brindarme una vida llena de aprendizajes y sobre todo de felicidad.

Así mismo a mis queridos padres y hermanos por brindarme su apoyo incondicional durante toda esta etapa académica, los llevo en el corazón.

Quiero también expresar mi agradecimiento a esta prestigiosa Universidad, quién me abrió sus puertas y permitió formarme íntegramente, a todos mis docentes, porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación transmitiendo sus amplios conocimientos y sabios consejos; y en especial al Ing. Com. Patricio Cuenca Ruiz M.A.E, quien supo guiar mis pasos para culminar con éxito el presente trabajo.

A mis amigos por su apoyo incondicional demostrándome cada vez que podemos contar en los momentos más difíciles e importantes de nuestra vida profesional y personal, gracias por compartir mi sueño.

A todas aquellas personas que han contribuido de manera indirecta al desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

A todos ellos mi agradecimiento.

**a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”.**

## **b. RESUMEN**

Hoy en día existe una tendencia mundial a favor del cuidado del medio ambiente, las personas consumen cada vez más productos ecológicos, vigilan cada vez más las actividades de las empresas que atentan contra el medio ambiente, dicho acontecimiento ha propiciado la comercialización de productos plásticos biodegradables y descartables para satisfacer dichas necesidades, con el fin de dar una alternativa fiable y sostenible a la sociedad, al comercio y al medio ambiente.

La presente investigación, tiene como objetivo general: **“REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”**, en base a los estudios de mercado, técnico y financiero.

Para el logro de los objetivos se utilizaron los métodos, técnicas e instrumentos que facilitaron la obtención y procesamiento de la información.

Se realizó un total de 293 encuesta a los comerciantes de los cantones de la parte alta, los cuales manifestaron los gustos y preferencias de los productos.

En los resultados se determinó que en el Estudio de Mercado se indica la demanda, la oferta y el plan de comercialización, revelando que del 100% de

los comerciantes utilizan fundas plásticas y descartables (demanda potencial), de esta cantidad el 100% utilizan fundas plásticas y descartables (demanda real) y el 68% moción que estarían dispuestos a adquirir el producto, considerándose esta como una demanda efectiva.

En cuanto al Estudio Técnico se efectuó la ingeniería del proyecto, el tamaño de la planta industrial y la localización; respecto al tamaño se presenta la capacidad instalada de 79.820 paquetes de fundas plásticas y descartables al igual que la capacidad utilizada, con una participación del mercado del 15% para el primer año.

Referente al Estudio Organizacional la empresa se constituirá como compañía de responsabilidad limitada conformada por dos socios, así como también se estableció el manual de funciones, el Organigrama Estructural, Funcional y Posicional, con la finalidad de lograr un eficiente desempeño productivo y administrativo.

En cuanto a la inversión y financiamiento estimado para ejecutar el proyecto requerido es de \$ 36.707,74, y la forma como se va a financiar es a través de la aportación de 2 socios, que cubrirán el 59,14% de la inversión total, es decir aportarán con \$ 21,707.74, y el otro 40,86% que equivale a \$ 15.000,00, será financiado a través de un crédito al BAN ECUADOR, con una tasa de interés activa del 11,83%.

Los costos para la comercialización del primer año ascienden a \$133.016,61 dólares frente a los ingresos por ventas que alcanzan la suma de \$154.349,00 dólares, generando una utilidad neta de \$12.729,04 dólares para el primer año.

En la Evaluación del proyecto donde se mide la rentabilidad del mismo, se utilizó parámetros como: Flujo de caja, que para el primer año es de \$19.045,17; Valor Actual Neto positivo, que es de \$38.105,91; Una Tasa Interna de Retorno, que es mayor a la tasa de interés del capital (46,95%), Periodo de Recuperación de Capital donde se describe que la inversión se recuperará en 2 año, 6 meses y 23 días; La Relación Beneficio – Costo es de 0,17centavos por cada dólar invertido; Dentro del Análisis de Sensibilidad, se tolera un incremento en los costos del 5,53% frente a una disminución de los ingresos de 5,20%, por lo cual el proyecto es factible.

Finalmente se concluyó que existe un gran volumen de demanda insatisfecha de 520.041 paquetes de fundas plásticas biodegradables y descartables, por tal razón se recomienda a los inversionistas y futuros emprendedores la implementación del proyecto en vista de que tiene una gran demanda insatisfecha, la misma que asegura la rentabilidad del mismo.

## **ABSTRACT**

Today there is a global trend in favor of environmental care, people increasingly consume organic products, increasingly monitor the activities of companies that threaten the environment, this event has led to the commercialization of biodegradable plastic products and Disposable to meet these needs, in order to provide a reliable and sustainable alternative to society, trade and the environment.

The present research has as a general objective: "To carry out a Feasibility Study for the creation of a Company destined to the commercialization of biodegradable and disposable plastic bags for the cantons of the upper part (Piñas, Portovelo and Zaruma), Province of El Oro " based on market, technical and financial studies.

For the achievement of the objectives, the methods, techniques and instruments that facilitated the obtaining and processing of the information were used.

A total of 293 surveys were carried out on the merchants of the cantons of the upper part, who expressed the tastes and preferences of the products.

In the results it was determined that the Market Study indicates the demand, supply and marketing plan, revealing that 100% of merchants use plastic and disposable bags (potential demand), of this amount 100% use covers plastic

and disposable (real demand) and 68% of the population that would be willing to acquire the product, considering this as an effective demand.

As for the Technical Study, the Project Engineering, the size of the industrial plant and the location were carried out; Regarding the size, the installed capacity of 79,820 packages of plastic and disposable bags is presented, as well as the capacity used, with a market share of 15% for the first year.

Regarding the Organizational Study, the company will be constituted as a limited company made up of two partners, as well as the function manuals, the Structural, Functional and Positional Organigram, with the purpose of achieving an efficient productive and administrative performance.

Regarding the investment and estimated financing to execute the required project is 36,707.74 US dollars, and the way it will be financed is through the contribution of 2 partners, which will cover 59.14% of the total investment, that is to say they will contribute with 21,707.74 dollars, and the other 40.86% that is equivalent to 15,000.00 dollars, will be financed through a credit to BAN ECUADOR, with an interest rate of 11.83%.

First-year marketing costs amount to US \$ 133,016.61 compared to sales revenues of US \$ 154,349.00, generating a net profit of US \$ 12,729.04 for the first year.

In the Project Evaluation where the profitability of the project is measured, parameters such as: Cash flow, which for the first year is \$ 19,045.17; Positive Net Present Value, which is \$ 38,105.91; An Internal Rate of Return, which is higher than the capital interest rate (46,95%), Period of Capital Recovery where it is described that the investment will recover in 2 years, 6 months and 23 days; The Benefit - Cost Ratio is 0.17 cents for every dollar invested; Within the Sensitivity Analysis, an increase in costs of 5.53% is tolerated compared to a decrease of 5,20% in revenues, which makes the project feasible.

Finally it was concluded that there is a large volume of unsatisfied demand of 520,041 packages of biodegradable and disposable plastic bags, for this reason it is recommended to investors and future entrepreneurs the implementation of the project in view of its great unsatisfied demand, which ensures the profitability of it.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Los continuos cambios sociales, económicos, ambientales que el Ecuador ha enfrentado han hecho necesario que las personas se constituyan en los nuevos emprendedores de pequeñas y medianas empresas, generadoras de recursos económicos, pero al mismo tiempo satisfaciendo las necesidades de una sociedad que día a día requiere más y variados servicios, lo importante está en saber cuáles son estos y en atender los requerimientos de los mismos.

Por tal motivo, se creyó conveniente ofrecer una de las alternativas de inversión en el campo de la comercialización de bienes, como es la Implementación de una empresa comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables, que ayudará a crear una nueva cultura ecológica y alternativa para reemplazar las fundas plásticas y descartables tradicionales, que tanto daño han genera al medio ambiente y paralelamente aportará al desarrollo socio-económico del Cantón, generando fuentes de trabajo, que es una gran necesidad especialmente de la población económicamente activa. A esto también se suma el beneficio de utilizar productos plásticos biodegradables que da seguridad y el bienestar a la sociedad como al planeta tierra, con tanta atención centrada en el reciclaje y la vida ecológica, muchas personas utilizan estos productos de embalaje biodegradables.

En los cantones de la parte alta (Piñas, Portovelo y Zaruma) tienen como una de sus principales actividades económicas el comercio, lo que significa que existe una gran demanda de fundas plásticas y descartables para esta actividad. Por otra parte, en la localidad no existe actualmente una empresa comercializadora que ofrezca este tipo de productos biodegradables.

El presente proyecto de tesis contiene el título que es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”**, seguidamente está el resumen donde se presenta todo el contenido del trabajo investigativo, también se muestra la revisión de literatura, que hace un referente general de la investigación, donde se describe en forma ordenada y sistematizada conceptos relacionados con el tema.

También se indican los métodos y las técnicas que permitieron recopilar información para desarrollar el proyecto y así mismo la exposición de los resultados de las encuestas aplicadas a los consumidores y oferentes.

Respecto a los resultados de los cuatro estudios correspondientes del presente proyecto. En el estudio de mercado se muestra el análisis de la demanda potencial, real y efectiva, también la demanda insatisfecha, la oferta y plan de comercialización.

En lo referente al Estudio técnico se presenta el tamaño de la planta comercial y la localización, en cuanto al tamaño se presenta la capacidad instalada y utilizada, y en la localización se muestra la Macro localización, así mismo la Micro localización.

Además, se presenta la ingeniería del proyecto, el proceso de comercialización, el flujograma de procesos, la Infraestructura física, y la distribución de la planta.

En cuanto al Estudio Organizacional, se muestra la organización legal, el manual de funciones, los organigramas tanto estructural, funcional y posicional.

En el Estudio Financiero se presenta los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, la inversión y financiamiento; A través del análisis de costos e ingresos y la evaluación del proyecto con los indicadores financieros como el Flujo de caja, el Valor actual neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio/ Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad, para determinar si el proyecto es factible o no.

Finalmente, se presenta las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía, anexos y un índice para facilitar la búsqueda de cualquier literal.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

Para el desarrollo de la presente investigación, se tomó como referencia trabajos investigativos relacionados con el tema a tratarse, esto con el fin de fundamentar y ampliar conocimientos dentro del ámbito de productos plásticos biodegradables y descartables.

Los trabajos referenciados son:

#### **Plan de marketing en la ciudad de Guayaquil de envases plásticos biodegradable**

Las fábricas como Plásticos Internacionales, en la vía a Daule, han aumentado el ritmo de trabajo ante la demanda de fundas biodegradables.

Entre el 30% y 40% ha crecido en los últimos dos años el mercado de producción y comercio de fundas biodegradables en el país, según estiman empresas consultadas dedicadas a la elaboración de estos productos.

Según Germán López, gerente de operaciones de Sunchodesa, compañía dedicada a la elaboración de plásticos desde el 2007, en el 2009 la demanda de bolsas biodegradables tuvo un repunte. Actualmente esta empresa surte de estas fundas a aproximadamente 5 compañías en el país. López cree que este

es un mercado que aún se puede explotar, por esto ve con expectativa la producción y ventas de este año. Sunchodesa registró un crecimiento anual aproximado del 20% en el 2009 y ahora el 30% de su producción total está constituido por la elaboración de esas bolsas.

A esta área de producción también se han ido sumando otras fábricas de plásticos desde el año pasado, entre ellas Plastisol y Plastigomez, con resultados favorables. Estas compañías registran un incremento del 40% y 10%, respectivamente, en su producción. Plastisol abastece a Esmeraldas, Manabí y la zona norte de la provincia de Pichincha. Introdujo la elaboración de biodegradables hace ocho meses. Mientras que Plastigomez comenzó a hacer esos envases en el 2009. (Murillo, 2010)

### **Producción y comercialización de productos biodegradables desechables a base de maíz.**

En la actualidad, en Ecuador existe una tendencia creciente del cuidado del medio ambiente, algunas personas se han inclinado por la utilización de productos biodegradables en lugar de los productos desechables tradicionales. Así lo afirma Patricio Díaz (2012) al explicar que en los últimos tres años ha habido un incremento anual promedio del 22% en la cantidad de productos biodegradables vendidos, versus los productos plásticos y de espuma. Adicionalmente, Díaz comenta que alrededor de un 10% de los clientes de productos desechables plásticos le preguntan acerca de alternativas ecológicas, y que desde alrededor de uno o dos años percibe que ha crecido

esta corriente de conciencia del cuidado ambiental.

Por otra parte, debido a la fluctuación constante y al crecimiento del precio del petróleo en los últimos años, el cual ha sido entre el 30% y el 80%, los precios de los productos plásticos sintéticos convencionales también se han visto influenciados por esta alza. Lo que ha provocado que algunos bioplásticos hayan alcanzado una mayor competitividad en costos haciéndolos más atractivos al mercado general. (Guerón, 2012)

### **Plan de negocio: diseño, fabricación y comercialización de bolsas biodegradables**

Introducidas en 1970, las bolsas de plástico rápidamente se hicieron muy populares, especialmente a través de su distribución gratuita en supermercados y otras tiendas. También son una de las formas más comunes de acondicionamiento de la basura doméstica y, a través de su decoración con los símbolos de las marcas, constituyen una forma barata de publicidad para las tiendas que las distribuyen. Las bolsas de plástico pueden estar hechas de polietileno de baja densidad, polietileno lineal, polietileno de alta densidad o de polipropileno, polímeros de plástico no biodegradable, con espesor variable entre 18 y 30 micrómetros. Anualmente, circulan en todo el mundo entre 500 mil millones y un billón de estos objetos.

Las bolsas plásticas son un problema ambiental debido principalmente a:

- El hecho de que son fabricadas a partir del petróleo, el cual es un recurso natural no renovable que se está agotando.
- Las cantidades tan grandes que son consumidas y desechadas: el consumo mundial de bolsas por minuto es de 1.000.000.

La falta de una verdadera solución para su eliminación, con las siguientes consecuencias:

- Contaminación de afluentes y depósitos naturales de aguas.
- Incremento de las posibilidades de riesgos a padecer enfermedades cancerígenas (debido a compuestos químicos tóxicos que contienen algunos plásticos).
- Emisiones de gases tóxicos y venenosos al incinerarlas.
- Taponamiento de alcantarillados que aumenta el riesgo de inundación.
- Muertes de miles de animales como aves, tortugas, leones marinos y muchos peces que las ingieren porque las confunden con alimento (Greenpeace estima que más de 18.000 piezas de bolsas plásticas flotan en cada kilómetro de nuestros océanos).

El tiempo que tarda una bolsa plástica en ser descompuesta. Se calcula que la basura de bolsas plásticas al llegar a los botaderos y ser tratada técnicamente, se tarda aproximadamente entre 100 a 400 años en descomponerse y en algunos casos nunca habrá descomposición. Entre tanto, la basura que se descompone (residuos orgánicos) tarda aproximadamente entre 10 y 15 años

en este proceso.

El uso indiscriminado de productos utilizados para el confort del ser humano produce un impacto negativo en el medio ambiente, las bolsas plásticas proporcionan comodidad y bienestar durante su corta vida útil, sin embargo, los humanos no son conscientes del costo ambiental de esta comodidad, es necesario un cambio y los gobiernos alrededor del mundo se han preocupado por solucionar esta problemática. El impacto ambiental de las bolsas plásticas desechables ha sido reconocido en varios países:

- China y Taiwán prohibieron completamente la entrega de bolsas plásticas desechables gratis en los comercios.
- Irlanda fijo un impuesto al consumo de bolsas plásticas y desarrollo campañas en torno al uso de bolsas reutilizables. De esta forma, ha reducido en 90% su consumo de bolsas plásticas desechables. Escocia implemento el mismo tipo de medidas.
- En Australia, la mayoría de los comercios minoristas firmo acuerdos voluntarios para reducir el consumo de bolsas plásticas.
- La ciudad de San Francisco, Estados Unidos, prohibió las bolsas plásticas y estableció la obligación de reemplazarlas por bolsas reutilizables.
- Este tipo de acciones no es exclusivo de los países de ingresos altos. Los gobiernos de Kenia, Tanzania, Ruanda y Uganda, prohibieron el uso de bolsas plásticas desechables.

Como una forma de mejorar la calidad del medio ambiente, en Latinoamérica se han adoptado medidas para terminar con la contaminación provocada por las bolsas.

En Buenos Aires se aprobó la ley N° 13868 en septiembre de 2008, la que prohíbe el “uso de bolsas de bolsas de polietileno y todo otro material plástico convencional, utilizadas y entregadas por supermercados, autoservicios, almacenes y comercios en general para transporte de productos o mercaderías.” (Ley 13868 de Buenos Aires). Esta ley que comenzó a operar en octubre de 2009, también aplica sanciones que van desde multas, horas semanales de labores, decomiso de bolsas y clausura temporaria o definitiva del establecimiento que expendan bolsas no biodegradables. Contempla además campañas de difusión y concientización sobre el uso de estos materiales con el fin de reemplazar los materiales nocivos para el medio ambiente por materiales degradables o biodegradables que minimicen el impacto ambiental.

Por otro lado, en México en 2008, se reformó la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal para frenar el uso descontrolado de bolsas plásticas. Con ello se prohíbe desde este año el suministro gratis de aquellas no biodegradables. Estas reformas intentan “evitar que, en la transportación, contención y envase de materiales, así como en el manejo de residuos sólidos se utilicen materiales no biodegradables”. La infracción a esta ley amerita una multa de hasta Un millón de pesos y 36 horas de cárcel. (Díaz & Hernández, 2012)

## **Producción y Comercialización de Plástico Biodegradable**

Realiza un estudio sobre la factibilidad de plástico biodegradable a partir de la cáscara de banano en la ciudad de Guayaquil, para poder realizarlo se contactó un proveedor en la ciudad de Los Ríos quien cuenta con el abastecimiento necesario de materia prima para poder realizar la producción de este producto.

Una de las razones primordiales que acreditan la creación de este proyecto es que tiene como objetivo primordial disminuir los niveles de contaminación, ayudando a conservar el medio ambiente, ya que los plásticos a base de petróleo no se deterioran con facilidad.

Cabe recalcar que este proyecto creará nuevas fuentes de trabajo para personas que viven en las aéreas suburbanas de la ciudad de Guayaquil, por lo tanto impulsará el desarrollo del país. (Calahorrano, 2015)

## **PLÁSTICO BIODEGRADABLE**

El plástico biodegradable está fabricado con materias primas orgánicas que proceden de fuentes renovables, como el plátano, la yuca, la celulosa, las legumbres que contienen grandes cantidades de ácido láctico, el aceite de soja, la fécula de patata que al final de su vida útil, al ser eliminado como residuo orgánico, este se descompone en un corto período de tiempo, en presencia de microorganismos; sirviendo de abono orgánico para las plantas. (Wikipedia, 2017)

## **¿Qué es la biodegradación?**

La biodegradación es el proceso químico en el que bacterias u otros medios biológicos, disuelven un material. El término se utiliza en ecología y en el manejo de desperdicios, para denotar productos que son beneficiosos para el medio ambiente. La materia biodegradable suele ser orgánica, es decir, proveniente de plantas, animales y otras sustancias que provienen de organismos vivientes; también se incluyen los materiales artificiales que son lo suficientemente similares a la materia orgánica y que los microorganismos pueden descomponerlos. En condiciones de bajo oxígeno, los plásticos biodegradables se descomponen más lentamente y producen metano, de la misma forma que otros materiales orgánicos. (Kerchak, 2014)

## **¿Qué son las bolsas biodegradables?**

Casi siempre, utilizamos las bolsas plásticas, pero no sabemos a dónde irán a parar luego de su uso. Desde hace mucho tiempo, principales centros comerciales del país reparten sus productos en bolsas más ecológicas, que duran algunos meses y que forman parte de la naturaleza: Las bolsas biodegradables.

Estas bolsas son iguales a las bolsas tradicionales, manteniendo las características de resistencia, claridad, permeabilidad y sellabilidad. Aunque, ésta tiene un compuesto oxobiodegradable, que al estar expuesto al oxígeno, luz, humedad y fricción comenzará un proceso de oxidación que dividirá sus partes al perder peso molecular.

Es aquí donde los microorganismos actúan para transformar el plástico en biomasa. Mientras la bolsa plástica tradicional demora unos 300 años en biodegradarse, la bolsa con el compuesto oxobiodegradable demora 2 años aproximadamente, dependiendo de los agentes a los que esté expuesto.

El uso de las bolsas biodegradables garantiza la calidad, resistencia a la tracción y la perforación. Además, satisface la necesidad de control de la duración de la vida útil de los plásticos. Las bolsas biodegradables, están fabricadas con materiales vírgenes y son tan fuertes como las bolsas de polietileno convencional.

Estas bolsas se pueden hallar en diferentes colores, tamaños y para diferentes usos, adaptables a algunas marcas o al nombre del establecimiento.

Las bolsas biodegradables pueden ser incineradas o recicladas y proporcionan valores energéticos a las bolsas de plástico clásicas de polietileno.

Este producto, es idéntico a las bolsas de plástico tradicionales y no contienen productos químicos controvertidos o que requieren de una aprobación reglamentaria. Mientras que las bolsas tradicionales han comenzado a ser cuestionadas desde hace ya mucho tiempo, las bolsas biodegradables constituyen una alternativa excelente en la actualidad y lo serán también en el futuro, para el cuidado del medio ambiente. (Espacio Ecológico, 2011)

### **¿En qué consisten?**

Las bolsas biodegradables, a diferencia de las convencionales cuentan con un aditivo especial de última generación denominado TDPA (Totally Degradable Plastic Additives), el cual les permite, una vez desechadas y después de aproximadamente un año, que comiencen su proceso de degradación, fragmentándose en pedazos cada vez más pequeños, haciendo posible que microorganismos como hongos o bacterias se alimenten del material de la bolsa convirtiéndolo en agua, biomasa (humus), sales minerales y dióxido de carbono, como el que exhalamos al respirar.

Así mismo las bolsas biodegradables mantienen las mismas características que una tradicional y se pueden reutilizar en casa para propósitos domésticos.

### **¿Por qué usarlas?**

- Reduce la contaminación de ríos, playas y calles.
- Evita que peces, aves y otros animales mueran al ingerirlas.
- Crea conciencia ambiental en la comunidad.
- Aporta un importante paso para reducir la contaminación ambiental.

(RPP NOTICIAS, 2009)

## **FABRICACIÓN Y VENTA DE BOLSAS BIODEGRADABLES COMO NEGOCIO.**

Hoy en día existe una tendencia mundial a favor del cuidado del medio ambiente, las personas consumen cada vez más productos ecológicos, vigilan cada vez más las actividades de las empresas que atentan contra el medio ambiente, reciclan cada vez más, etc.

Dentro de este creciente interés por el cuidado del medio ambiente, un problema que preocupa cada vez más son las bolsas de plásticos, las cuales contaminan el ambiente debido principalmente al elevado número que se producen, a la naturaleza no degradable del plástico con que son producidas, y a la emisión de gases contaminantes provenientes de combustibles fósiles de donde proviene el plástico.

Es tal la preocupación por la contaminación ambiental que generan las bolsas de plástico que en varios países ya se han empezado a tomar medidas que permitan controlar su fabricación y uso tales como la aplicación de impuestos.

Por tanto, si estás en búsqueda de una idea de negocio, una que te permitiría aprovechar la tendencia por el cuidado del medio ambiente, encontrar una alternativa al problema de las bolsas de plástico, y colaborar directamente con el cuidado del medio ambiente, es la fabricación y venta de bolsas biodegradables.

Las bolsas biodegradables son bolsas hechas de un material especial o que llevan un aditivo especial que les permite, una vez desechadas y después de algunos meses, degradarse (fragmentarse en pedazos cada vez más pequeños hasta desaparecer), a diferencia de las bolsas de plásticos que permanecen en la tierra algunos cientos de años antes de empezar a degradarse.

Para el diseño y la producción de estas bolsas necesitarías contar con maquinaria especial además de un taller en donde trabajar, aunque si no cuentas con la inversión necesaria para ello, podrías simplemente empezar mandándolas a hacer a un tercero que cuente con la maquinaria y el equipo necesario.

En cuanto a tu público objetivo, éste podría estar conformado por supermercados, establecimientos comerciales o cualquier otra empresa interesada en el cuidado del medio ambiente y en dar una imagen positiva a su público.

Podrías vender bolsas biodegradables estándar o diseñarlas de acuerdo a las necesidades del cliente, pudiendo imprimir sus logotipos si así lo desean, de modo que no sólo les permita cuidar del medio ambiente y dar una imagen positiva, sino también promocionar su marca.

En cuanto a la promoción de tu negocio, podrías acudir personalmente donde tus clientes potenciales y hablarles de los beneficios que tendrían al entregarle los productos a sus clientes en bolsas biodegradables. (Negocio, 2012)

## **ENVASES BIODEGRADABLES**

Los envases están en todas partes y ocupamos decenas a diario, en la comida, los remedios, accesorios etc. Todo lo que vemos a nuestro alrededor, tiene o venía en un envase. Ahora existe una opción para dejar a un lado los envases de plástico, los envases biodegradables.

Envases alimentos: En cuanto a los envases de los alimentos, la tendencia es a consumir productos frescos y con la menor cantidad de conservadores y aditivos posible. Por ser las frutas y verduras de tan corta duración, generan grandes pérdidas en el mercado alimenticio; por esto que el sector hortofrutícola se interesa en las tecnologías que conserven frescos los productos y la necesidad de utilizar elementos orgánicos o químicos. La solución viene en una película biodegradable que permite la conservación, el traslado y exhibición del producto.

Vasos y platos: Hoy existen en el mercado envases biodegradables desechables 100% naturales, en meses se biodegradan y reintegran a la tierra en forma natural. Son orgánicos y se pueden utilizar en el refrigerador, microondas y hornos convencionales. Por estar hechos de hojas de palmas secas, sin sustancias tóxicas, ceras ni plásticos, son considerados 100% naturales, no alterando el sabor a las comidas. Al degradarse no producen ningún efecto tóxico a la tierra, ya que no tienen químicos ni cloro. (Zañartu, 2014)

## **MARCO TEÓRICO**

### **PROYECTO DE INVERSIÓN**

(Córdova, 2012), manifiesta que, un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudio que permiten al inversionista saber si es viable su realización.

### **ETAPAS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Según el autor (Baca, 2010), se denomina estudio de mercado a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

#### **Segmentación del mercado**

(Andres, 2001), señala que constituye en la división del mercado en partes razonablemente homogéneas, donde cualquier parte puede ser seleccionada como un mercado específico, el cual podrá alcanzarse mediante la combinación adecuada de los factores del mercado.

## Tamaño de la muestra

(Pasaca, 2017), asevera que se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño pequeño, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores; por otro lado, el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá a utilización de mayor tiempo y recursos.

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes formulas:

- **Cuando se utiliza o considera la población o universo**

$$n = \frac{P \cdot Q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P \cdot Q}{N}} \quad n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N - 1)E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q} \quad n = \frac{N}{1 + E^2 \cdot N}$$

**En donde:**

- **n** = Tamaño de la muestra
- **N** = Población total
- **E** = Error experimental
- **P** = Probabilidad de éxito
- **Q** = Probabilidad de fracaso
- **Z** = Nivel de confianza

## **Estratificación de la muestra**

(Baca, 2013), considera que la estratificación representa las características que el investigador considera importantes, de acuerdo con el producto o servicio, que hacen a la muestra similar a la población general.

## **ANÁLISIS DEL PRODUCTO**

(Córdova, 2010), manifiesta que la etapa del análisis del producto es fundamental ya que permitirá conocer realmente lo que se tiene. Debe incluir el producto y su uso, características, estructura de precios, canales de distribución, posición y posicionamiento en el mercado, promociones y comunicación, y empaque.

### **Producto principal**

(Pasaca, 2017), señala que es la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características.

### **Productos sustitutos**

(Nassir & Sapag, 2008), afirman que son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar a la del bien del proyecto y, por tanto, el consumidor podrá

optar por el consumo de ellos en lugar de consumir el bien del proyecto, si éste subiera de precio.

## **EL CLIENTE**

(Córdova, 2011), expresa que el cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidor del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

(Baca, 2013), indica que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

### **Demanda Potencial**

( Arturo & Morales, 2009), afirma que la demanda potencial es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos, es decir, es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos para satisfacer las necesidades de la población.

## **Demanda Real**

( Arturo & Morales, 2009), alega que la demanda real es la cantidad de productos que la población puede adquirir, determinada principalmente por su nivel de ingresos, dado que es lo que le proporciona el poder de compra.

## **Demanda Efectiva**

(Pasaca, 2017), considera que la demanda efectiva consiste en la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado, debe considerarse que existen restricciones que pueden ser producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que el consumidor pueda acceder al producto, aunque quisiera hacerlo. Está constituida por quienes tienen intención y capacidad de compra, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

## **OFERTA**

(Pasaca, 2017), expresa que oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

## **Análisis de la oferta**

(Baca, 2013), expresa que el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una

economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.

### **Balanza entre oferta y demanda**

(Valencia, 2011), expresa que la demanda insatisfecha es uno de los aspectos más importantes que se desarrollan en la elaboración de los proyectos de inversión, su presentación y determinación adecuada ayuda a sustentar la intervención y los recursos necesarios para implementarlo.

### **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

(Pasaca,2017), expresa que la comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor final o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

( Arturo & Morales, 2009), expresa que los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su uso o consumo. Los intermediarios logran una mayor eficiencia en la tarea de colocar los bienes al alcance de los consumidores a través de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operación.

**Productor – Consumidor o Usuario:** cuando el productor vende directamente al consumidor o usuario final. Es el canal más rápido de comercialización.

**Productor – Intermediario –Consumido:** se utiliza para cubrir zonas geográficas alejadas de los lugares de producción, es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos. El productor vende a terceras personas que hacen llegar el producto al consumidor final.

### **Estrategia promocional**

( Arturo & Morales, 2009), dice que la promoción de ventas es una actividad, material o ambas cosas, que actúa como un estímulo directo brindando al producto un valor adicional o un incremento para los revendedores, vendedores o consumidores. Incluye todas las actividades promocionales y materiales, independientemente de la venta personal, la publicidad, la propaganda y el empaque.

### **Publicidad**

(Ramirez & Cajigas, 2004), puntualizan que la publicidad da a conocer un producto y su marca, el concepto que lo sustenta, la compañía que lo hace y su fin primario es fijar una marca en la mente de las personas, en términos de imagen, preferencia y aceptación.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

(Baca, 2010), señala que el estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.

## **TAMAÑO DEL PROYECTO**

(Córdova, 2010), enuncia que el tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

### **Capacidad instalada**

(Córdova, 2010), define que la capacidad instalada corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.

### **Capacidad utilizada**

(Pasaca, 2017), señala que constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el

nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

## **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

(Córdova, 2010), dice que la localización del proyecto es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

### **Factores de localización**

(Pasaca, 2017), manifiesta que constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimientos de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

## **Macro localización**

(Pasaca,2017), indica que tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

## **Micro localización**

( Arturo & Morales, 2009), considera que en este aspecto se requiere identificar de manera específica en qué terreno se ubicará la planta y/o las instalaciones que contempla el proyecto. Sin embargo, la microlocalización se realiza de manera simultánea con la determinación de las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

(Baca, 2013), dice que el estudio de ingeniería del proyecto consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definirla estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

## **Descripción del proceso productivo**

(Córdova, 2010), sostiene que la descripción del proceso de producción o de prestación del servicio define la forma como una serie de insumos se

transforman en productos o servicios, mediante la participación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación.

### **Flujograma del proceso productivo**

(Pasaca, 2017), afirma que el Flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido, para su elaboración es criterio del proyectista y puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.

### **Descripción de la maquinaria**

(Córdova, 2010), dice que sobre la base de la capacidad de la planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, se establecen los requerimientos de maquinaria y equipos productivos y auxiliares, sus características técnicas, vida útil, precio unitario y costos de instalación; además, se debe analizar la disponibilidad de servicios de mantenimiento y la facilidad de adquisición de repuestos.

## **Distribución física de la planta**

(Baca, 2013), expresa que la distribución de la planta proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

(Varela, 2008), señala que este análisis consiste en definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.

## **Organización legal**

(Pasaca, 2017), considera que en este aspecto busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproductos, patentes, etc. Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales; como puede apreciarse esto es fundamental ya que un proyecto altamente rentable, puede no ser factible por contraponerse una norma legal.

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos:

- Acta constitutiva
- La razón social o denominación
- Domicilio
- Objeto de la sociedad
- Capital Social
- Tiempo de duración de la sociedad
- Administradores

### **Patente**

( Arturo & Morales, 2009), establece que la patente es un derecho que adquiere el inventor o autor de algo, para disfrutar en exclusividad de los beneficios de su creación. Es decir, la patente es un documento que otorga el privilegio del uso y disfrute de una invención y/o propiedad industrial”.

### **Organización administrativa**

( Arturo & Morales, 2009), señalan que en los proyectos de inversión, la organización consiste en proporcionar una estructura formal encaminada al logro de metas específicas; en este caso, al logro de producir-vender los productos y/o servicios que serán fabricados o prestados como resultado del proyecto de inversión. La organización formal se concibe en el sentido de una

estructura de funciones. Es dentro de esta connotación que se piensa en la organización como el agrupamiento de las actividades necesarias para lograr los objetivos, la asignación de cada grupo a un administrador con autoridad para supervisarlos, y en el establecimiento de las medidas necesarias para entablar una coordinación horizontal y vertical en la estructura de la empresa.

## **NIVELES ADMINISTRATIVOS**

(Pasaca, 2017), indica que estos niveles se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva.

### **Nivel legislativo**

(Pasaca, 2017), expresa que es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos.

### **Nivel directivo**

(Pasaca, 2017), afirma que es el nivel que hace la vinculación directa entre los dueños de la empresa (socios o accionistas) y el personal que labora en ella,

está conformado por el directorio. Para su actuación está representado por la Presidencia.

### **Nivel ejecutivo**

(Pasaca, 2017), señala que este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, el cual será nombrado por nivel Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, e éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **Nivel asesor**

(Pasaca, 2017), dice que normalmente este nivel constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como por ejemplo las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

### **Nivel operativo**

(Pasaca, 2017), indica que este nivel se encuentra conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

## **Nivel de apoyo**

(Pasaca, 2017), manifiesta que este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

## **ORGANIGRAMAS**

(Córdova, 2012), señala que un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización. El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales.

### **Organigrama Estructural**

Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

### **Organigrama Funcional**

Incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

## **Organigrama Posicional**

Recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

## **MANUAL DE FUNCIONES**

( Arturo & Morales, 2009), afirman que en estos manuales se muestra en forma detallada la estructura organizacional formal, presentada como una descripción de las funciones de cada uno de los puestos, la autoridad, la responsabilidad, las actividades que deben realizarse y su interrelación con los demás puestos. Asimismo, se especifican las atribuciones personales, académicas y experiencia laboral que deben reunir los ocupantes de cada uno de los puestos.

## **ESTUDIO ECONÓMICO**

(Várela, 2010), expresa que es la determinación de los méritos económicos del proyecto, o sea, la comparación entre el valor económico de lo producido por el proyecto y el valor económico de lo consumido por el mismo.

## **INVERSIONES**

(Várela, 2010), dice que la asignación eficiente de recursos para el desarrollo de las distintas áreas de la organización, conocida como inversiones, es la

base del progreso y de los logros de esta y, por lo tanto, es necesario desarrollar conceptos, métodos y herramientas específicas para evaluarla y decidir sobre la mejor forma de ejecutarla.

## **INVERSIONES DEL PROYECTO**

(Córdova, 2011), indica que comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo.

### **Inversiones en activos fijos**

(Nassir & Sapag, 2008), aseveran que las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos, entre otros, los terrenos, las obras físicas (edificios industriales, sala de venta, oficinas administrativas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etcétera), el equipamiento de la planta, oficinas y salas de venta (en maquinarias, muebles, herramientas, vehículos y decoración en general) y la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, comunicaciones, energía, etcétera).

### **Inversiones en activos diferidos**

(Córdova, 2012), define a los activos intangibles están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

### **Inversiones en capital de trabajo**

(Nassir & Sapag, 2008), aseguran que la inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

### **INVERSIÓN TOTAL**

(Ramirez & Cajigas, 2004), señalan que la inversión total mide la cantidad de unidades monetarias aplicables para implementar un proyecto y está dada en función a su envergadura o tamaño, en términos de la dimensión de su planta física, de donde se deduce su capacidad instalada, la cual a su vez está determinada por el porcentaje de participación esperada dentro del mercado objetivo de la futura organización.

## **FINANCIAMIENTO**

( Arturo & Morales, 2009), establece que se usarán fondos de bancos y de las aportaciones de los socios. La selección de los créditos se basará en el nivel de las tasas de financiamiento, sobre todo, en las tasas de interés fijas, para evitar riesgos de un incremento desmesurado en caso de que se presente alguna crisis financiera. Al respecto, es importante considerar que cuando el costo de los fondos obtenidos en préstamo es bajo se reduce el costo de capital de la empresa.

### **Fuentes internas**

(Pasaca, 2017), señala que las fuentes internas están constituidas por el aporte de los socios. Cuando se cuenta con varios inversionistas, se divide el monto de la inversión para un número determinado de acciones, las mismas que son negociadas entre los socios de la nueva empresa.

### **Fuentes externas**

(Pasaca, 2017), considera que las fuentes externas están constituidas normalmente por las entidades financieras estatales y privadas. Cuando se debe recurrir al financiamiento externo, se hace necesario realizar un análisis del mercado financiero a efectos de conseguir un crédito en las mejores condiciones para la empresa. Se debe poner énfasis en lo que significa “periodos de gracia”, ya que ello si bien facilita la cobertura del crédito también

hace que éste tenga un costo mayor pues durante el periodo de gracia no disminuye la deuda del capital.

## **PRESUPUESTO**

(Córdova, 2012), indica que presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos y otros los gastos e inversiones.

## **COSTOS Y GASTOS**

(Baca, 2013), afirma que los costos son desembolsos en efectivo o en especie hechos en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad).

## **COSTOS DE PRODUCCIÓN**

( Arturo & Morales, 2009), consideran que los costos de producción representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en artículos finales para el consumo. También incluyen a los servicios que se venden a los consumidores, como es el caso de la energía eléctrica, servicio de televisión, servicio de telefonía, etc. Los costos de producción se dividen en gastos directos y gastos indirectos.

$$CF = CP' + CGF$$

**En donde:**

- **CF** = Costos de Fabricación
- **CP'** = Costo Primo
- **CGF** = Costos Generales de Fabricación

$$CP' = MOD + MPD$$

**En donde:**

- **CP'** = Costo Primo
- **MOD** = Mano de Obra Directa
- **MPD** = Materia Prima Directa

### **Gastos directos**

( Arturo & Morales, 2009), establece que los gastos indirectos incluyen la materia prima, los materiales y la mano de obra directa.

### **Gastos indirectos**

( Arturo & Morales, 2009), indican que corresponden a los demás gastos en que se incurre para realizar el proceso de producción, que deben efectuarse en periodos distintos al momento de la fabricación misma y no necesariamente están relacionados con el volumen producido.

## Costo total de producción

(Infante, 1994), manifiesta que son la suma de los costos fijos y los costos variables y resultan asociados con un volumen específico de producción o de utilización de los procesos o servicios.

$$CP = CF + G. Adm. + G. Fin. + G.V. + O.G$$

### En donde:

- **CP** = Costo de Producción
- **CF** = Costos de Fabricación
- **G. Adm.** = Gastos Administrativos
- **G. Fin.** = Gastos Financieros
- **G.V.** = Gastos de Ventas
- **O.G** = Otros Gastos

## COSTO UNITARIO

(Pasaca, 2017), manifiesta que en todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

### En donde:

- **CUP** = Costo Unitario Producción
- **CTP** = Costo Total de Producción

- **NUP** = Número de Unidades Producidas

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

( Arturo & Morales, 2009), dice que son los gastos causados por las actividades de planeación, organización, dirección y control de la empresa en general.

### **Gastos de venta**

( Arturo & Morales, 2009), expresa que corresponden a los gastos derivados de la distribución y comercialización que se realizan para generar las ventas; por ejemplo, sueldo del personal que las supervisa, sueldo de vendedores, viáticos, gastos de los vehículos utilizados por los vendedores y repartidores de los productos, gastos de publicidad y promoción, gastos de mantenimiento de los equipos utilizados para la actividad de venta de los productos, entre otros.

### **Gastos financieros**

(Pasaca, 2004), manifiesta que se incluyen bajo este rubro los valores correspondientes a vendedores, publicidad, promoción, comisiones a vendedores, transporte, carga, descarga, depreciación y matrícula de vehículo, arriendo, material de embalaje, etc.

### **Gastos operativos**

(Andres, 2001), manifiesta que son todas aquellas erogaciones indispensables para la operación que no están asociadas con la producción, sino con las

actividades propias de ventas y la administración del negocio. Algunos ejemplos son: Sueldos del administrador, comisiones a vendedores, publicidad.

### **COSTOS FIJOS**

( Arturo & Morales, 2009), señalan que son aquellos cuyo monto es el mismo, aunque, hasta cierto límite, cambie el volumen de producción, es decir, siempre se erogan, produzca o no la empresa.

### **COSTOS VARIABLES**

( Arturo & Morales, 2009), aseguran que estos costos están relacionados directamente con el volumen de producción, de ahí su nombre de variables. Además, están en función directa del volumen de producción de la empresa, papelería, teléfono, renta del local.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

(Varela, 2008), afirma que el punto de equilibrio se determina dividiendo los costos fijos por la diferencia entre el precio unitario de venta y el costo variable unitario (margen unitario). Este indicador permite establecer el nivel mínimo de producción y de ventas que, en cantidad, debe lograr la empresa para poder generar utilidad contable. Al comparar este resultado (punto de equilibrio) con el nivel previsto en el plan de ventas, se tiene una idea del margen de seguridad y de riesgo de la empresa.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

- **En función de las ventas:** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

**En donde:**

- **PE** = Punto de Equilibrio
  - **CFT** = Costo Fijo Total
  - **1** = Constante matemática
  - **CVT** = Costo Variable Total
  - **VT** = Ventas Totales
- **En función de la capacidad instalada:** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

**En donde:**

- **PE** = Punto de Equilibrio
- **CFT** = Costo Fijo Total
- **CVT** = Costo Variable Total
- **VT** = Ventas Totales

- **Representación Gráfica.** - Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

(Varela, 2008), considera que el objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes. Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propios del préstamo. El otro propósito es el análisis de la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras.

### **Estados financieros proformas**

( Arturo & Morales, 2009), enuncian que los estados financieros proforma presentan de manera total o parcial situaciones o hechos por acontecer. Se preparan con el objetivo de presentar la forma en que determinadas situaciones aún no consumadas pueden alterar la situación de la empresa. Por lo general se les denomina estados financieros proforma a los estados financieros proyectados de acuerdo con el horizonte de planeación o vida de duración del proyecto de inversión. En este caso se formula el pronóstico con la finalidad de conocer las utilidades que se esperarán en ese periodo, así como para estar en posibilidad de realizar los cálculos financieros de evaluación.

## **Estado de Resultados**

(Varela, 2008), expresa que el estado de resultados muestra, a nivel de causación, las utilidades producidas por la empresa en cada período de análisis. Básicamente, compara ingresos con costos y gastos en un período fiscal de la empresa. Adicionalmente, produce, como resultado, el valor de los impuestos de renta. El estado de resultados requiere una periodicidad diferente a la del flujo de caja. Se tiene que realizar sólo al final de cada ciclo tributario.

## **Flujo de caja**

(Varela, 2008), señala que el flujo de caja es, sin lugar a dudas, la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la empresa. Además, compara los ingresos efectivamente recibidos y los egresos efectivamente pagados, se pueden determinar los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o los préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición de caja final, al menos igual al colchón de efectivo, se debe hacer por mes durante toda la etapa de construcción, montaje y, al menos, durante un año de operación.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

(Varela, 2008), indica que la evaluación financiera tiene como objetivo central determinar los principales indicadores de factibilidad del proyecto; hacer un análisis sobre los efectos que, según esos indicadores, tienen los cambios en

las variables del proyecto; identificar variables y supuestos críticos para la factibilidad; y, en definitiva, dar una visión específica de la posibilidad del mismo.

### **Valor Actual Neto**

(Andres, 2001), dice que el Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto se define como el valor obtenido actualizado, separadamente para cada caso, la diferencia entre todas las entradas y salidas de efectivo que se suceden durante la vida de un proyecto a una tasa de interés fija predeterminada. Esta diferencia se actualiza hasta en el momento que se supone se ha de iniciar la ejecución del proyecto.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

$$VANP = \sum VAN \text{ de } 1 \text{ a } 5 - \text{Inversión}$$

## Tasa Interna de Retorno

(Ramirez & Cajigas, 2004), definen que la TIR es la tasa de interés que arrojan los dineros mantenidos como inversión en un proyecto. También se la define como la tasa de interés (tasa de descuento) que iguala el valor presente (VP) de los egresos e ingresos incurridos al calcular un proyecto. Esto último permite decir que la TIR es la tasa de descuento (tasa de interés) que hace el Valor Presente Neto (VPN) igual a cero. La TIR es una tasa de interés desconocida, la cual debe identificarse para saber cuál es el porcentaje de beneficio que se logra con los recursos mantenidos como inversión en un proyecto.

Los criterios de decisión basados en la TIR son:

- Si TIR es  $>$  que el costo oportunidad o de capital, se acepte el proyecto.
- Si TIR es  $=$  que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si TIR es  $<$  que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

$$TIR = T_m + DT (VAN T_m / VAN T_m - VAN T_M)$$

En donde:

- **TIR** = Tasa interna de retorno
- **T<sub>m</sub>** = Tasa menor de descuento para la actualización
- **DT** = Diferencia de tasas de descuento para la actualización
- **VAN T<sub>m</sub>** = Valor actual a la tasa menor
- **VAN T<sub>M</sub>** = Valor actual a la tasa mayor

## Relación Beneficio Costo

(Córdova, 2012), asevera que la relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto.

- Si la relación ingresos/egresos es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es > 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable.

**Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:**

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} - 1$$

## Periodo de Recuperación de Capital

(Nassir & Sapag, 2011), establece que el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

$$PRC = \text{Año que supera inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

## Análisis de Sensibilidad

(Varela, 2008), dice que el análisis de sensibilidad busca analizar los efectos que, en los criterios decisorios, tengan incidencia en las principales variables del proyecto. Así, se podrá ver el rango de variaciones unidimensionales y/o multidimensionales que el proyecto puede soportar. Usar escenarios o hacer simulaciones, es muy conveniente. Este análisis debe proveer información sobre las variables más sensibles del proyecto y proponer acciones específicas de seguimiento y control junto con estrategias de acción para los casos en que los problemas se presenten.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es  $> 1$  el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es  $< 1$  el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es  $= 1$  no hay efectos sobre el proyecto.

- **Nueva TIR**

$$NTIR = Tm + DT \frac{VANTm}{VANTm - VANTM}$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\%V = \left( \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR Original}} \right) \times 100$$

- **Diferencia TIR**

$$DIF.TIR= TIR DE PROYECTO - NUEVA TIR$$

- **Sensibilidad**

$$S = \left( \frac{\%V}{NTIR} \right)$$

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

De conformidad a la naturaleza y característica del proyecto en ejecución, fue necesaria la utilización de los siguientes materiales como sustento de aporte de campo y a la presentación del informe final de investigación:

Respecto a los materiales se menciona los suministros, equipos de cómputo y oficina que permitieron almacenar, preparar y presentar la información.

### **MÉTODOS**

Para el desarrollo del trabajo investigativo se aplicaron los métodos y técnicas de acuerdo a los objetivos planteados:

### **ESTUDIO DE MERCADO**

En el estudio de mercado se utilizó el método inductivo, para realizar las inferencias respecto de la población. Para la determinación de la demanda se determinó la población de 1.233 comerciantes, comprendidos en el Cantón Piñas 594 comerciantes, el Cantón Portovelo 196 y en el Cantón Zaruma 443, de los cuales se obtiene la muestra.

### **PROCESO DE MUESTREO**

Para el desarrollo de este proyecto se tomó como base los datos otorgados por el GAD de los cantones, los mismo que indican que en el Cantón Piñas cuenta

con N°594 negocios, Cantón Portovelo con N°196 mientras que el Cantón Zaruma N°443 dando un total de # 1.233 locales comerciales en la Parte Alta.

### Tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra en la presente investigación será necesario aplicar la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

En donde:

<b>POBLACIÓN</b>	<b>N=</b>	1.233 negocios comerciales
Nivel de confianza	<b>NC=</b>	95%
Subvalora Z	<b>Z=</b>	1,96
Margen de error	<b>e=</b>	5%
Probabilidad de éxito	<b>P=</b>	50%
Probabilidad de fracaso	<b>Q=</b>	50%

### FÓRMULAS DE APLICACIÓN

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 1233 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(1233) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 1233 * 0,25}{(0,0025)(1233) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{1\,184.1732}{3.0825 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1\,184.1732}{4.0429}$$

$$n = 293 \text{ Encuestas}$$

Según el dato resultante de la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra, para el estudio de mercado en relación al cálculo de la demanda se deberá aplicar 293 encuestas, correspondientes a los demandantes los Cantones Piñas, Portovelo y Zaruma, Provincia de el Oro.

### **Estratificación de la muestra**

Una vez determinada la muestra se procedió a realizar la distribución muestral, para lo cual se tomó en consideración el dato de 293 encuestas, que se distribuyen para cada cantón que conforman la parte alta.

Primeramente, de acuerdo a los negocios comerciales de cada cantón se realizó una regla de 3 con cada cantón multiplicada por 100 y dividida para el total de negocios comerciales, luego para distribuir la muestra se multiplica el número de encuestas obtenidas en cada cantón, por cada uno de los porcentajes de participación, lo cual permitió obtener el número de encuestas que se debe realizar en cada Cantón.

A continuación, se muestra en el cuadro N°1 la estratificación por Cantón.

<b>CUADRO N°01</b>			
<b>DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA</b>			
<b>CANTONES</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>NUMERO DE ENCUESTAS</b>
<b>PIÑAS</b>	594	48%	141
<b>PORTOVELO</b>	196	16%	47
<b>ZARUMA</b>	443	36%	105
<b>TOTAL</b>	<b>1.233</b>	<b>100%</b>	<b>293</b>
<b>Fuente:</b> GAD PIÑAS, GAD PORTOVELO, GAD ZARUMA <b>Elaborado por:</b> La Autora			

Se aplicó las técnicas e instrumentos como la encuesta y la entrevista que permitieron determinar la demanda potencial, real y efectiva. Además del canal de comercialización del producto con sus determinadas estrategias para el posicionamiento en el mercado.

Para determinar la oferta, se elaboró una guía de entrevista que se aplicó a los seis propietarios de los establecimientos comerciales de fundas plásticas y descartables al por mayor en los cantones Piñas, Portovelo y Zaruma, para obtener información en cuanto al volumen de ventas que existe actualmente en el mercado.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

En base al estudio de mercado se procedió a realizar el análisis del tamaño y localización óptima del proyecto, considerando los factores que influyen para el estudio; así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto. Para

determinar el proceso de comercialización, flujogramas de procesos, nos ayudamos de un técnico que conoce sobre la comercialización como lo es el Sr. Ramiro Tinoco propietario de Plastiguayas, con esta información y el estudio de mercado se procedió a determinar el tamaño de la planta; posteriormente se presenta una propuesta de la estructura Orgánica-Funcional con sus respectivos manuales de funciones de la empresa objeto de estudio.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

En el estudio financiero se determinó los costos y gastos, el monto de la inversión y la forma de cómo se va a financiar la empresa, realizando los presupuestos correspondientes, el estado de pérdidas y ganancias, y el punto de equilibrio.

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Por último en la evaluación financiera se cuantifico y determino la factibilidad del proyecto, mediante los indicadores como el VAN, TIR, Análisis de sensibilidad, PRC, RBC, para lo cual nos basamos en el respectivo flujo de caja.

Por último, se determinó las conclusiones y recomendaciones.

## f. RESULTADOS

Los resultados obtenidos en base a la encuesta aplicada a los comerciantes de los cantones de la parte alta de la Provincia de el Oro (Piñas, Portovelo y Zaruma), se detallan a continuación:

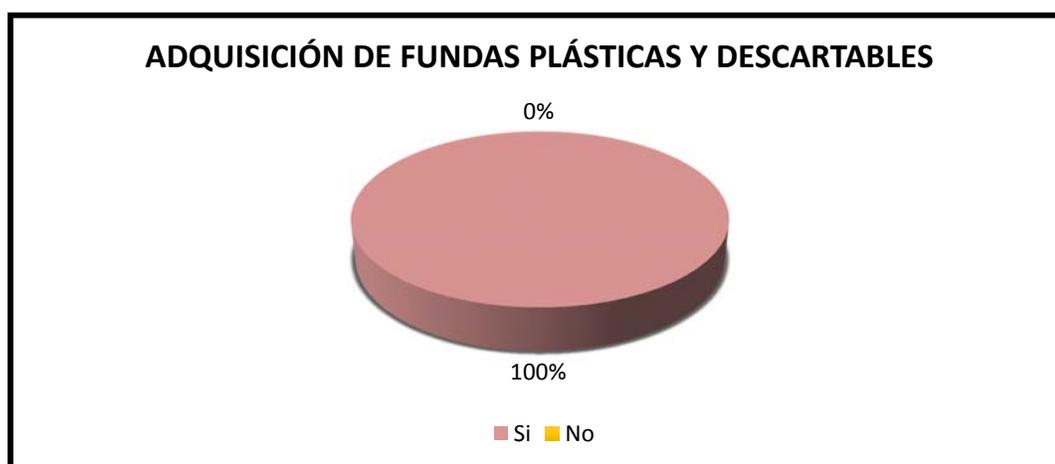
### PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS DEMANDANTES

#### 1. ¿Adquiere fundas plásticas y descartables en su negocio?

CUADRO N°2		
ADQUISICIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS Y DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	293	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°1



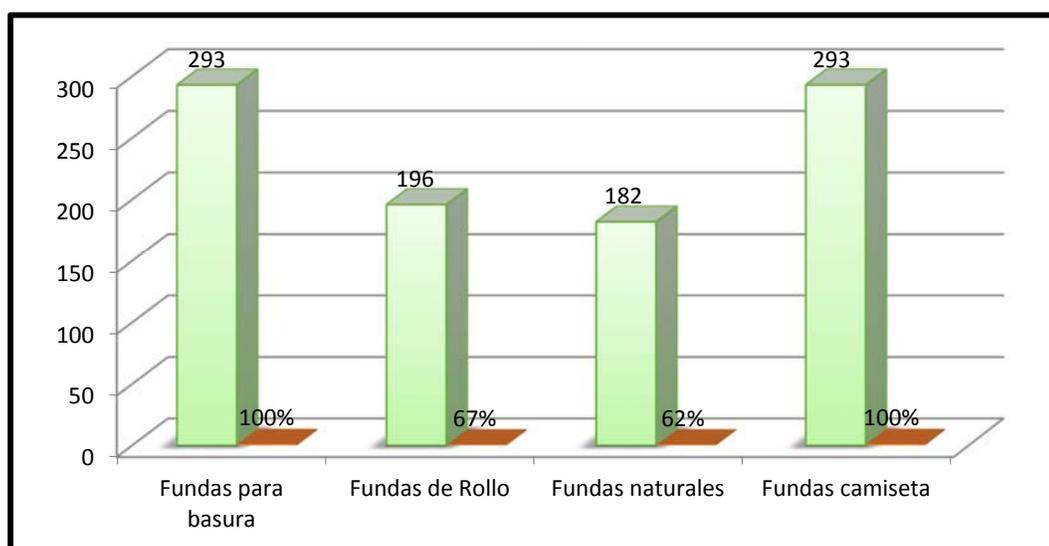
**INTERPRETACIÓN:** La adquisición de fundas plásticas y descartables en los negocios es necesario para diversos sectores del comercio, ya que sirven para resguardar los productos para que no sufran cambios por el ambiente, la población de investigación en un 100% manifestó que adquirirían dicho producto, este dato es fundamental para la propuesta planteada ya que demuestra la existencia de un gran mercado adquisidor.

## 2. ¿Cuál de las siguientes fundas plásticas adquiere?

CUADRO N°03		
CLASE DE FUNDAS PLÁSTICAS QUE ADQUIERE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas para basura	293	100%
Fundas de Rollo	196	67%
Fundas naturales	182	62%
Fundas camiseta	293	100%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### GRÁFICO N°02

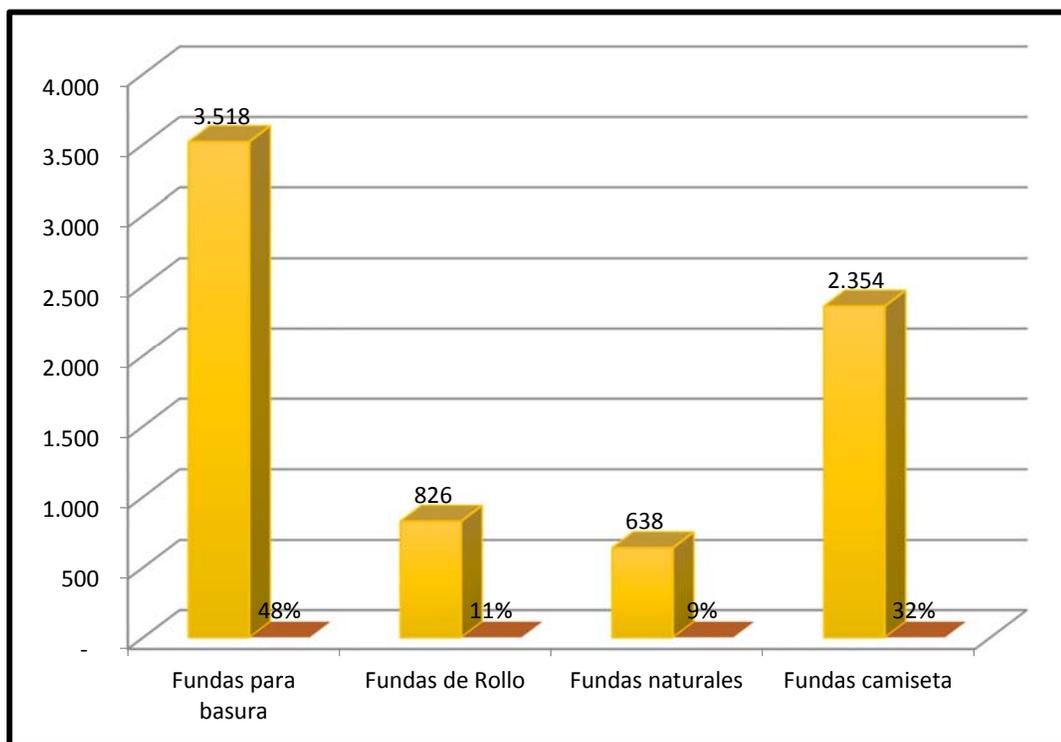


**INTERPRETACIÓN:** Se determina que el 100% adquiere fundas para basura; el 67% adquiere fundas de rollo; el 62% adquiere fundas naturales y el 100% adquieren fundas camiseta; este dato nos permite conocer qué tipo de funda plástica tiene mayor adquisición por parte de los comerciantes.

3. ¿Qué cantidad (Paquetes) adquiere de fundas plásticas semanalmente?

CUADRO N°4		
QUE CANTIDAD ADQUIERE DE FUNDAS PLÁSTICAS		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PROCENTAJE
Fundas para basura	3.518	48%
Fundas de Rollo	826	11%
Fundas naturales	638	9%
Fundas camiseta	2.354	32%
<b>TOTAL</b>	<b>7.336</b>	<b>100%</b>
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°3



**INTERPRETACIÓN:** se determina que la cantidad de compra semanalmente de fundas para basura es de un total de 3.518 paquetes equivalente al 48%

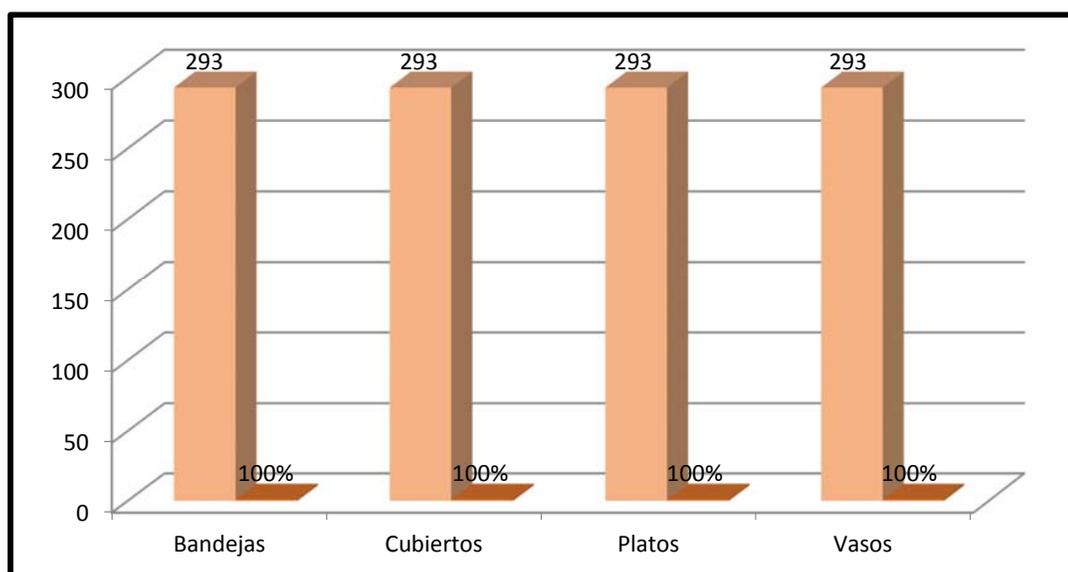
(correspondiente a los 293 comerciantes encuestados); fundas de rollo adquieren un total de 826 paquetes equivalente al 11% (correspondiente a los 196 comerciantes encuestados); fundas naturales adquieren un total de 638 paquetes equivalente al 9% (correspondiente a los 182 comerciantes encuestados); y fundas camiseta adquieren un total de 2.354 equivalente al 32% (correspondiente a los 293 comerciantes encuestados); este dato nos permite conocer la cantidad de adquisición de las fundas plásticas.

#### 4. ¿Cuál de los siguientes descartables adquiere?

CUADRO N°5		
TIPO DE DESCARTABLE QUE ADQUIERE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Bandejas</b>	293	100%
<b>Cubiertos</b>	293	100%
<b>Platos</b>	293	100%
<b>Vasos</b>	293	100%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

#### GRÁFICO N°4

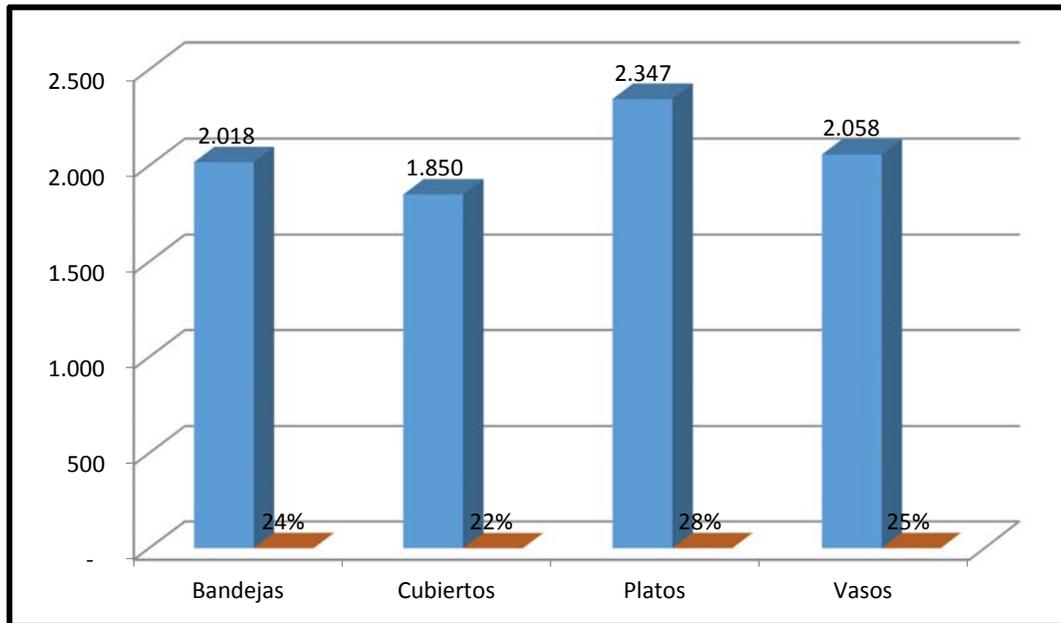


**INTERPRETACIÓN:** Del análisis se determina que 100% de los comerciantes adquieren bandejas, cubiertos, platos y vasos. Es decir, que los descartables son adquiridos por todos los comerciantes de la parte alta.

5. ¿Qué cantidad (paquetes) adquiere de descartables semanalmente?

CUADRO N°6		
CANTIDAD QUE COMPRARIA DE DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
<b>Bandejas</b>	2.018	24%
<b>Cubiertos</b>	1.850	22%
<b>Platos</b>	2.347	28%
<b>Vasos</b>	2.058	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8.273</b>	<b>100%</b>
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°5



**INTERPRETACIÓN:** se determina que la cantidad de compra semanalmente de bandejas es de 2.018 paquetes equivalente al 24% (correspondiente a los 293 comerciantes encuestados); cubiertos adquieren 1.850 paquetes equivalente al 22% (correspondiente a los 293 comerciantes encuestados); platos adquieren 2.347 paquetes equivalente al 28% (correspondiente a los 293

comerciantes encuestados) y vasos adquieren 2.058 paquetes equivalente al 25% (correspondiente a los 293 comerciantes encuestados); este dato nos permite conocer la cantidad de adquisición de descartables.

## 6. ¿Su empresa proveedora es?

CUADRO N°7		
EMPRESA PROVEEDORA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Local	119	41%
Nacional	174	59%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

### GRÁFICO N°6

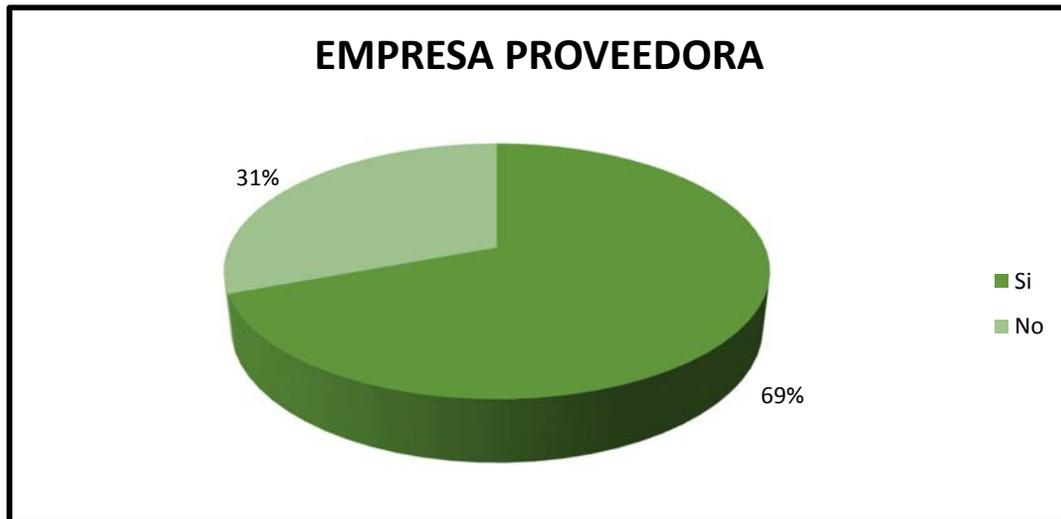


**INTERPRETACIÓN:** la población de investigación manifestó el 59% que su empresa proveedora es nacional, mientras que el 41% su empresa proveedora es local. Lo que significa que la mayoría de proveedores son de otras ciudades.

7. ¿Su empresa proveedora tienen todos los productos que requiere su negocio?

CUADRO N°8		
EMPRESA PROVEEDORA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Si	203	69%
No	90	31%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°7



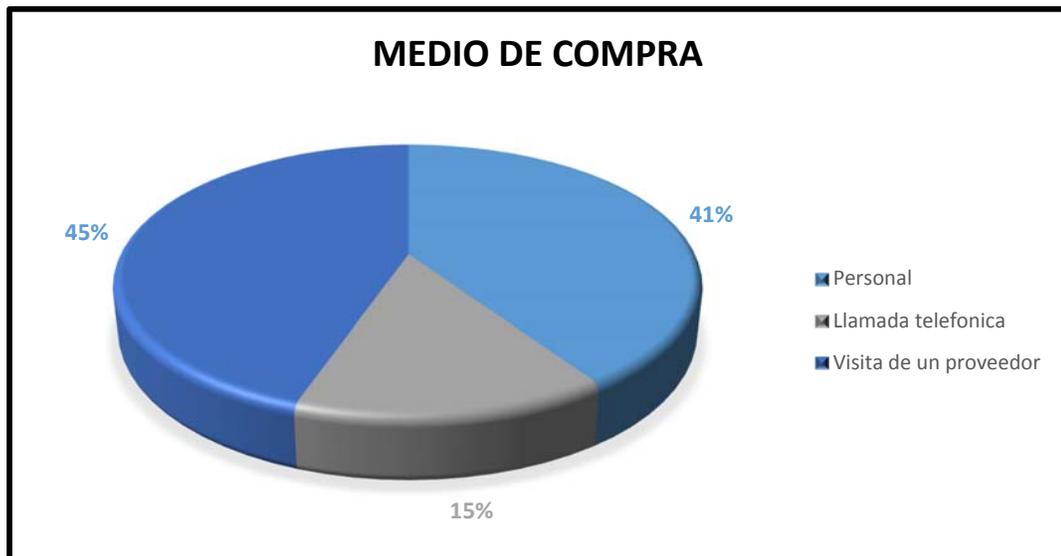
**INTERPRETACIÓN:** conocer si el cliente puede adquirir todos los requerimientos, le servirá al nuevo emprendimiento para definir los productos a comercializar, de acuerdo a la población investigada un 69% manifestaron que su empresa proveedora dispone de todos los productos necesarios en cuantos a fundas plásticas y descartables se refiere; mientras que el 31% manifestaron que no.

## 8. ¿Por qué medio realiza el pedido?

CUADRO N°9		
MEDIO DE COMPRA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personal	119	41%
Llamada telefónica	43	15%
Visita de un proveedor	131	45%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas  
**Elaborado por:** La Autora

GRÁFICO N° 8



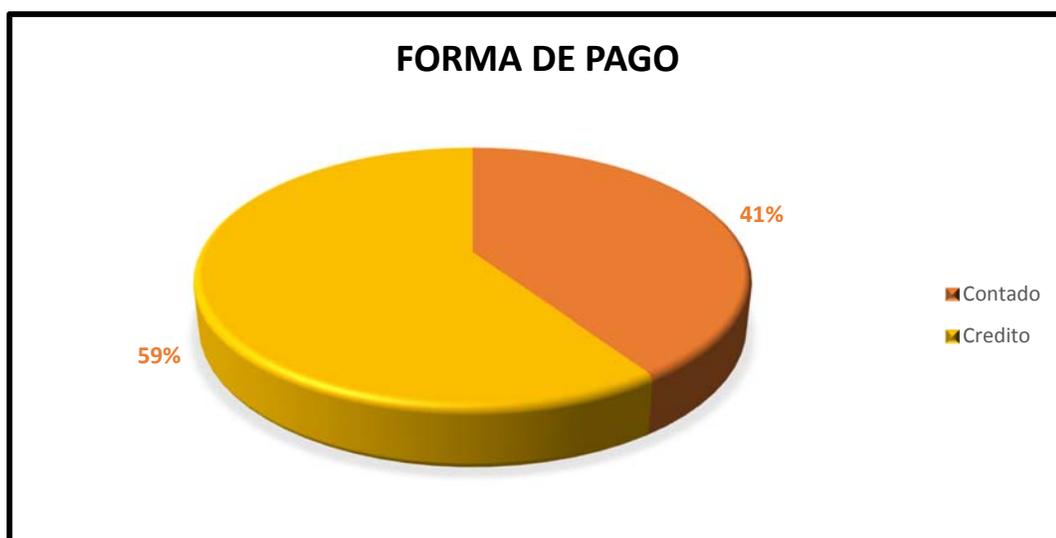
**INTERPRETACIÓN:** conocer como realizan los pedidos los clientes es importante ya que nos permitirá conocer cual el canal de comercialización más factible para llegar al él. De acuerdo a la población investigada un 41% realizan su pedido personalmente es decir van al local o negocio, el 15% realiza mediante llamada telefónica; mientras que el 45% realizan mediante la visita de un proveedor.

9. ¿Cuál es su forma de pago?

CUADRO N°10		
FORMA DE PAGO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Contado	119	41%
Crédito	174	59%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°9



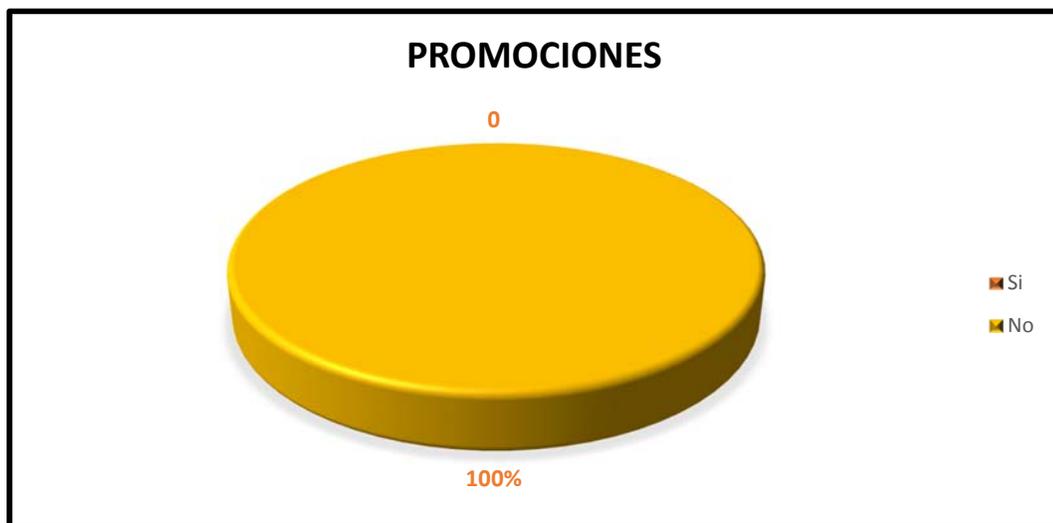
**INTERPRETACIÓN:** de acuerdo a las encuestas aplicadas, la población investigada manifestó el 41% cancela sus compras al contado; mientras que el 59% cancela al crédito.

10. ¿Le ofrecen promociones donde adquiere el producto?

CUADRO N°11		
PROMOCIONES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	293	100%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°10



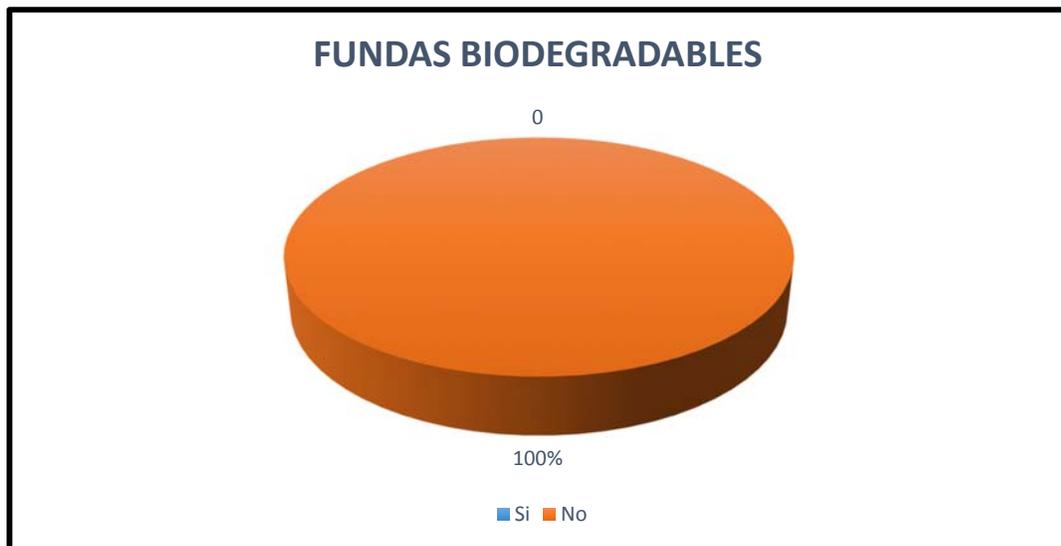
**INTERPRETACIÓN:** las promociones es una poderosa herramienta que se emplea para estimular e impulsar la venta de un producto por tal motivo es importante conocer si reciben promociones los clientes, los mismo que el 100% nos supieron manifestar que no reciben promociones por parte de su empresa proveedora.

11. ¿Ha adquirido fundas plásticas biodegradables y descartables?

CUADRO N°12		
HA ADQUIRIDO FUNDAS PLASTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	293	100%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°11

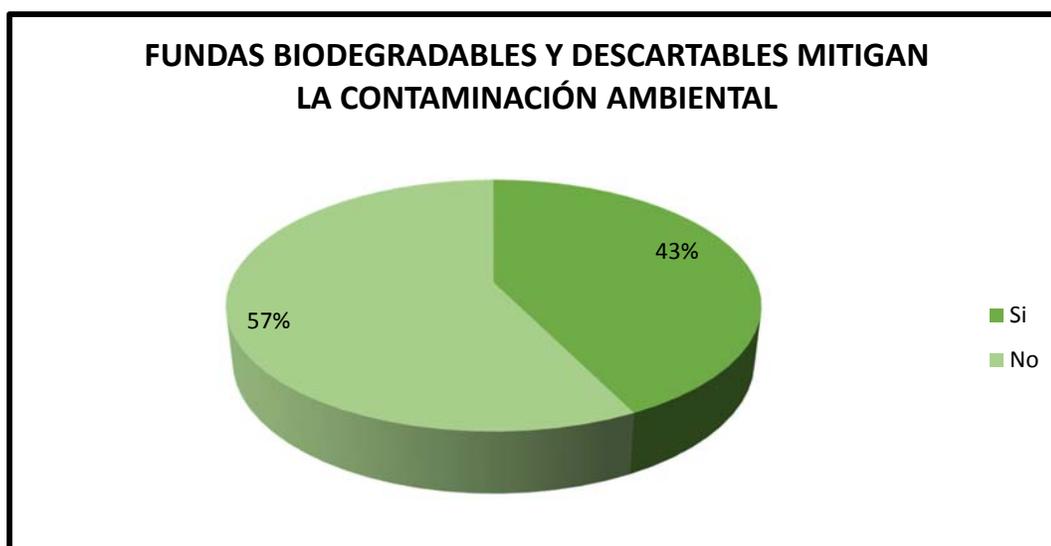


**INTERPRETACIÓN:** la población de investigación en un 100% manifestó que no ha adquirido fundas biodegradables y descartables, esto significa que en el mercado de los cantones de la parte alta no expenden estos productos.

**12.¿Sabía usted que las fundas plásticas biodegradables y descartables mitigan la contaminación ambiental?**

<b>CUADRO N°13</b>		
<b>FUNDAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES MITIGAN LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	125	43%
No	168	57%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Encuestas		
<b>Elaborado por:</b> La Autora		

**GRÁFICO N°12**



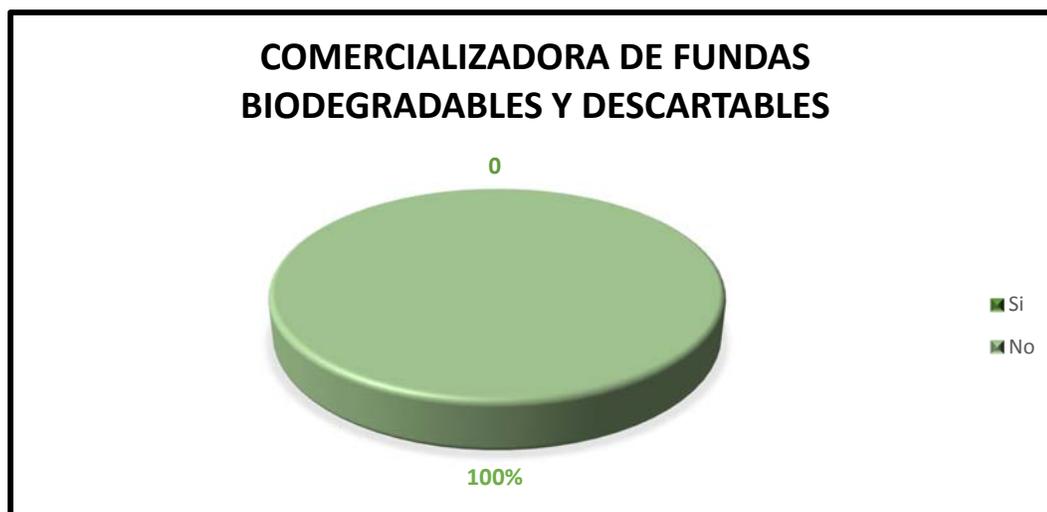
**INTERPRETACIÓN:** la población investigada en un 43% manifestó que si saben que la fundas biodegradables y descartables mitigan la contaminación ambiental, mientras que el 57% no tienen conocimiento sobre el tema. Lo que significa que existe un gran desconocimiento sobre los productos biodegradables en la sociedad debido a que no se comercializa este tipo de

fundas biodegradables y descartables en los cantones de la parte alta de la provincia de El Oro.

**13. ¿Conoce si existe en su Cantón alguna comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables?**

<b>CUADRO N°14</b>		
<b>EXISTE EN EL CANTÓN UNA COMERCIALIZADORA DE FUNDAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	0	0%
No	293	100%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Encuestas		
<b>Elaborado por:</b> La Autora		

**GRÁFICO N° 13**

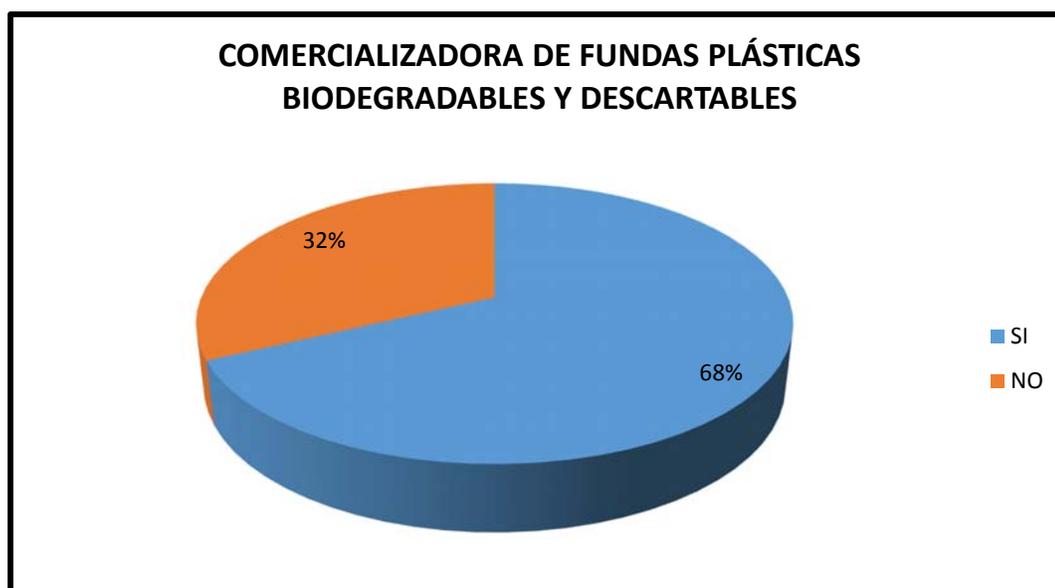


**INTERPRETACIÓN:** La población investigada el 100% manifestó que no existe una comercializadora de fundas biodegradables y descartables en los cantones de la parte alta de la provincia de El Oro, lo que significa que existe la oportunidad de un nicho de mercado aun por cubrir.

14. ¿En caso de existir una empresa comercializadora de fundas biodegradables y descartables adquirirá estos productos?

CUADRO N°15		
COMERCIALIZADORA DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	199	68%
No	94	32%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°14



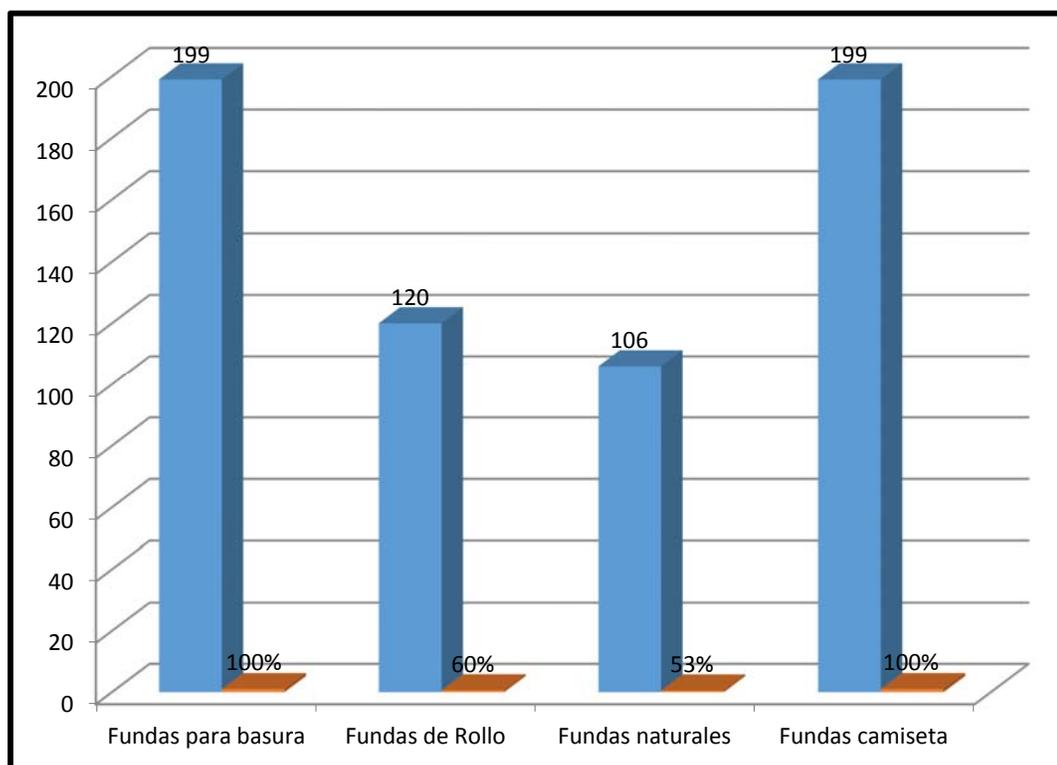
**INTERPRETACIÓN:** la existencia de una comercializadora local de fundas plásticas biodegradables y descartables en los cantones de la parte alta de la provincia de el Oro sería de gran acogida esto por ser un producto ecológico; la población investigada el 68% manifestaron que si les gustaría que se comercialice fundas plásticas biodegradables y descartables; mientras que el 32% no están de acuerdo.

15. ¿Cuál de las siguientes fundas plásticas biodegradables adquiriría?

CUADRO N°16		
FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas para basura	199	100%
Fundas de Rollo	120	60%
Fundas naturales	106	53%
Fundas camiseta	199	100%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°15

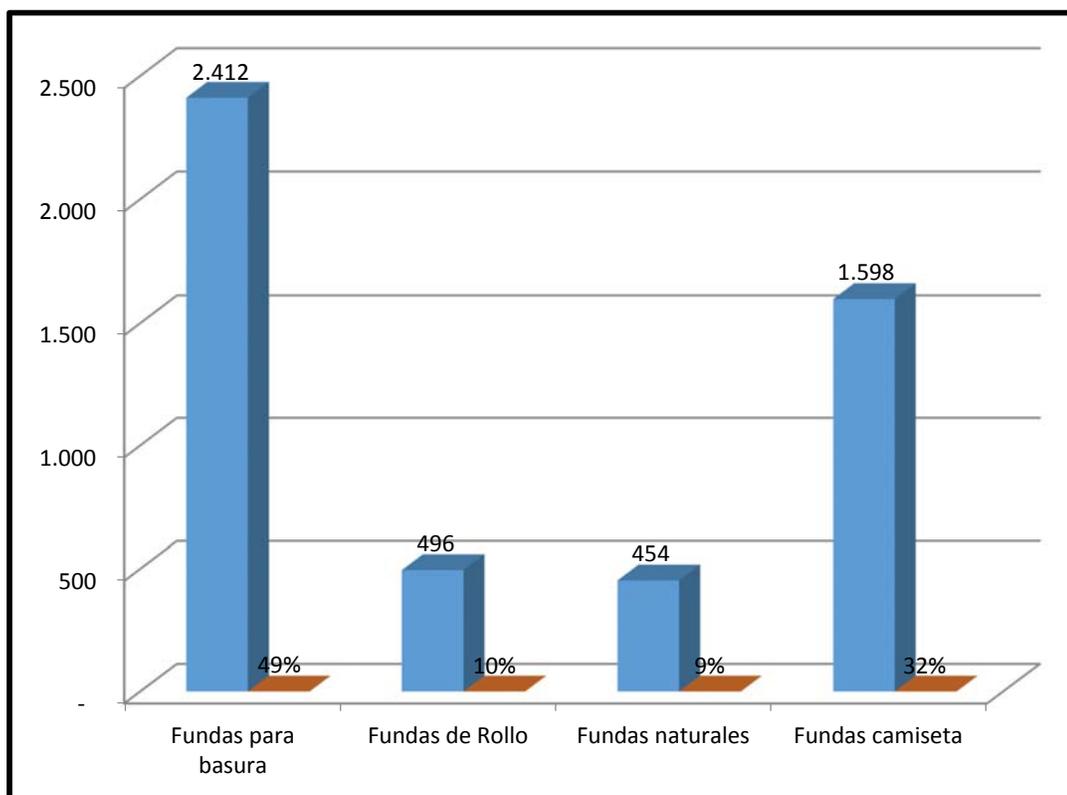


**INTERPRETACIÓN:** Del análisis se determina que el 100% de la población investigada compraría fundas para basuras; el 60% adquiriría fundas de rollo; el 53% adquiriría fundas naturales; y el 100% fundas camiseta; este dato nos sirve para conocer qué tipo de funda plástica biodegradables tendrá mayor adquisición por parte de los comerciantes.

**16. ¿Qué cantidad (paquetes) compraría de fundas biodegradables semanalmente?**

CUADRO N°17		
CANTIDAD QUE COMPRARIA DE FUNDAS BIODEGRADABLES		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCETAJE
Fundas para basura	2.412	49%
Fundas de Rollo	496	10%
Fundas naturales	454	9%
Fundas camiseta	1.598	32%
<b>TOTAL</b>	<b>4.960</b>	<b>100%</b>
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

**GRÁFICO N°16**



**INTERPRETACIÓN:** la población de investigación manifestó que compraría semanalmente un total de 2.412 paquetes fundas para basura equivalente al 49% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); fundas de rollo 496

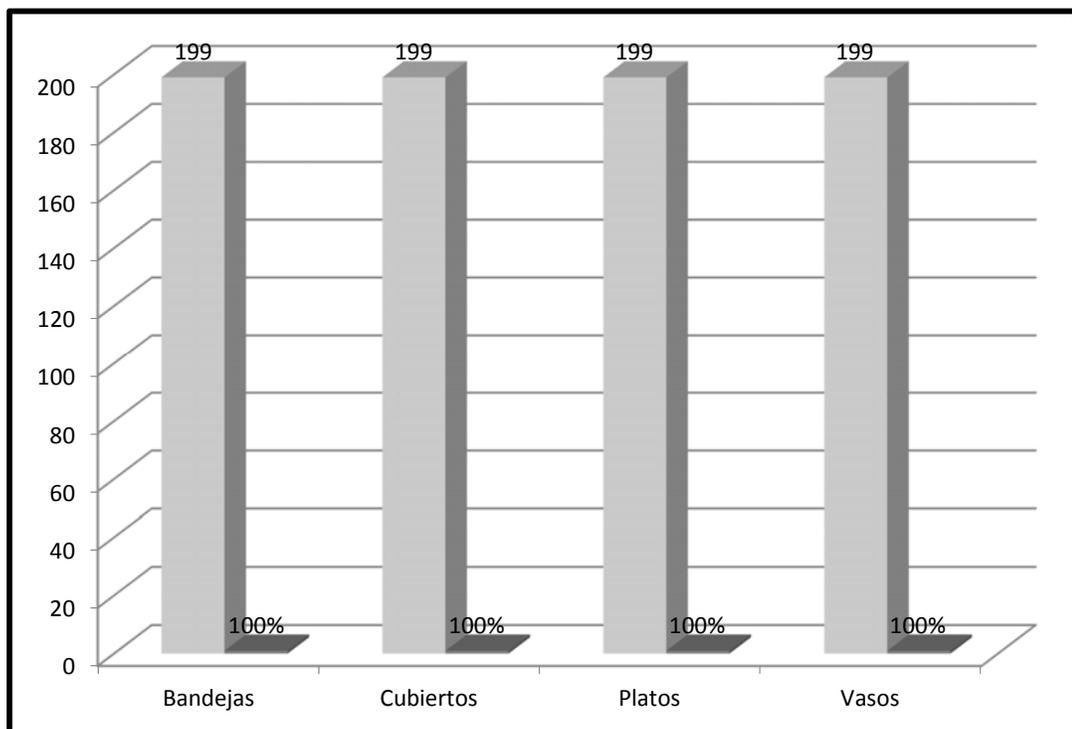
paquetes equivalente 10% (corresponde a los 120 comerciantes encuestados); fundas naturales 454 paquetes equivalente al 9% (corresponde a los 106 comerciantes encuestados); y fundas camiseta adquirirían 1.598 equivalente al 32% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); este dato nos permite conocer la cantidad de adquisición de las fundas plásticas biodegradables que están dispuestos a comprar los comerciantes.

17. ¿Cuál de los siguientes descartables adquiriría?

CUADRO N°18		
CANTIDAD QUE COMPRARIA DE DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas	199	100%
Cubiertos	199	100%
Platos	199	100%
Vasos	199	100%

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°17

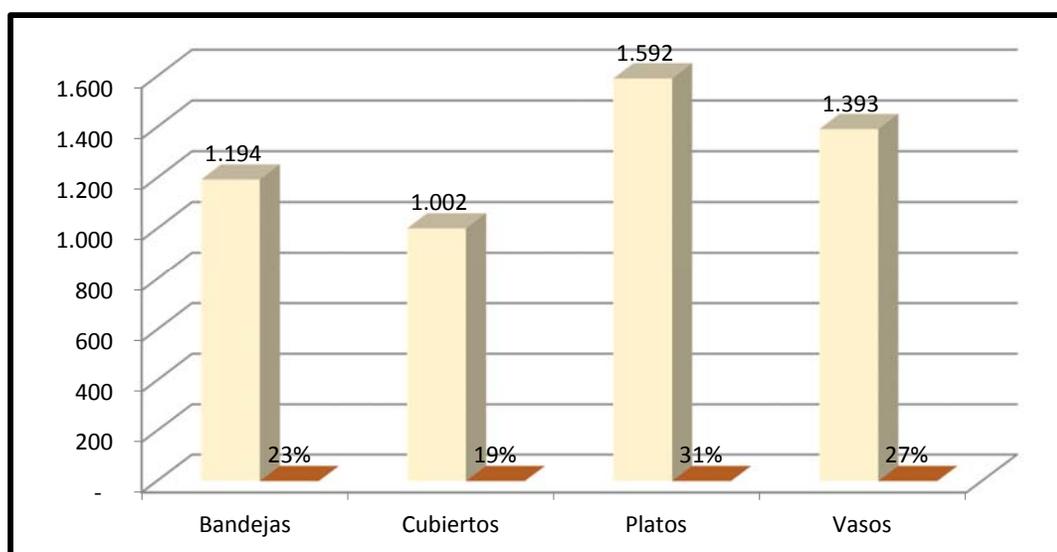


**INTERPRETACIÓN:** Del análisis se determina que 100% de los comerciantes están dispuestos adquirir bandejas, cubiertos, platos y vasos.

18. ¿Qué cantidad compraría de descartables semanalmente?

CUADRO N°19		
CANTIDAD QUE COMPRARIA DE DESCARTABLES		
ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bandejas	1.194	23%
Cubiertos	1.002	19%
Platos	1.592	31%
Vasos	1.393	27%
TOTAL	5.181	100%
Fuente: Encuestas		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°18



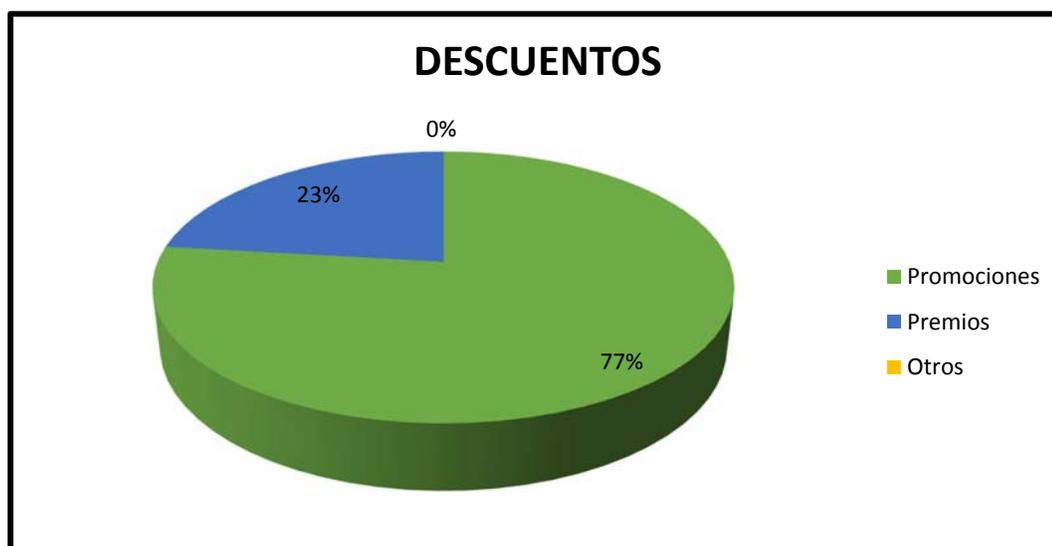
**INTERPRETACIÓN:** se determina la cantidad que estarían dispuestos a compra semanalmente de bandejas es de un total 1.194 paquetes equivalente al 23% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); cubiertos adquirirán 1.002 paquetes equivalente al 19% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); platos adquirirán 1.592 paquetes equivalente al 31% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); y vasos 1.393 equivalente

al 27% (corresponde a los 199 comerciantes encuestados); este dato nos permite conocer la futura cantidad de compra de descartables por parte de los comerciantes de la parte alta, provincia de el Oro.

**19. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que le brinden?**

<b>CUADRO N°20</b>		
<b>PROMOCIONES QUE LE GUSTARIA QUE LE BRINDEN</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Descuentos	153	77%
Premios	46	23%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente:</b> Encuestas		
<b>Elaborado por:</b> La Autora		

**GRÁFICO N°19**

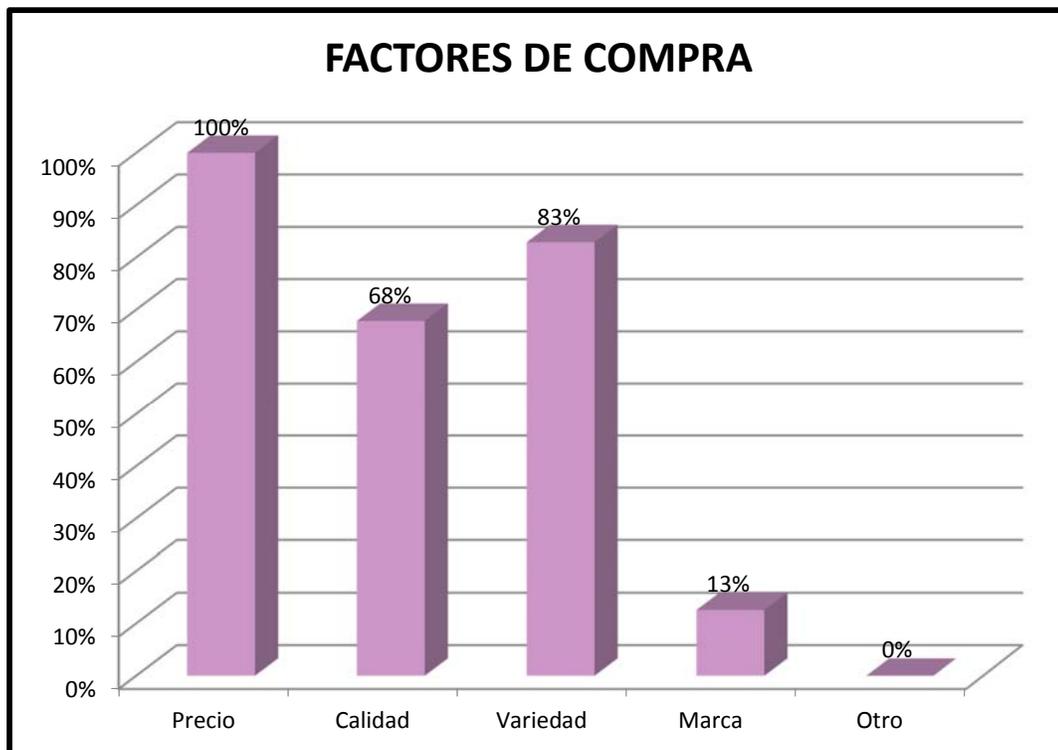


**INTERPRETACIÓN:** las promociones son un instrumento eficaz que sirven para aumentar la demanda de los consumidores, por tal motivo es importante conocer qué tipo de promociones prefiere el cliente, la población investigada supo manifestar el 77% que gustaría de descuentos, mientras que el 23% gustaría de premios. Esta información es importante para saber de qué manera se persuadiría al cliente para que adquiera el producto.

20. ¿Al momento de adquirir los productos que es lo primero que toma en cuenta?

CUADRO N°21		
FACTORES DE COMPRA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	199	100%
Calidad	135	68%
Variedad	165	83%
Marca	25	13%
Otro	0	0%
<b>Fuente:</b> Encuestas		
<b>Elaborado por:</b> La Autora		

GRÁFICO N°20



**INTERPRETACIÓN:** la población investigada manifestó en un 100% que al momento de realizar su compra se fijan en el precio, el 68% en la calidad, el

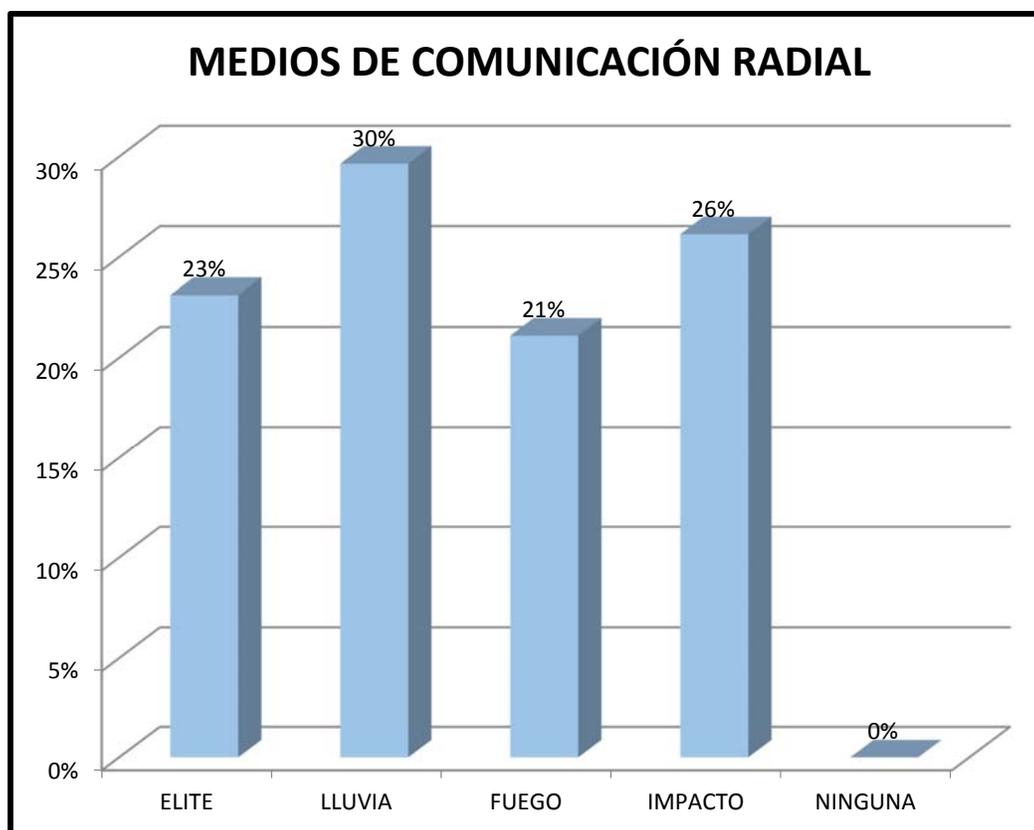
83% variedad, mientras que el 13% en la marca. Siendo el factor más influyente para la decisión de compra el precio.

21. ¿De las siguientes radios locales cual es la que usted sintoniza frecuentemente? Marque una opción.

CUADRO N°22		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIAL		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ELITE	46	23%
LLUVIA	59	30%
FUEGO	42	21%
IMPACTO	52	26%
NINGUNA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 21



**INTERPRETACIÓN:** la radio es un canal de comunicación muy efectivo y expandido, debido a que la mayoría de las personas sintonizan alguna emisora

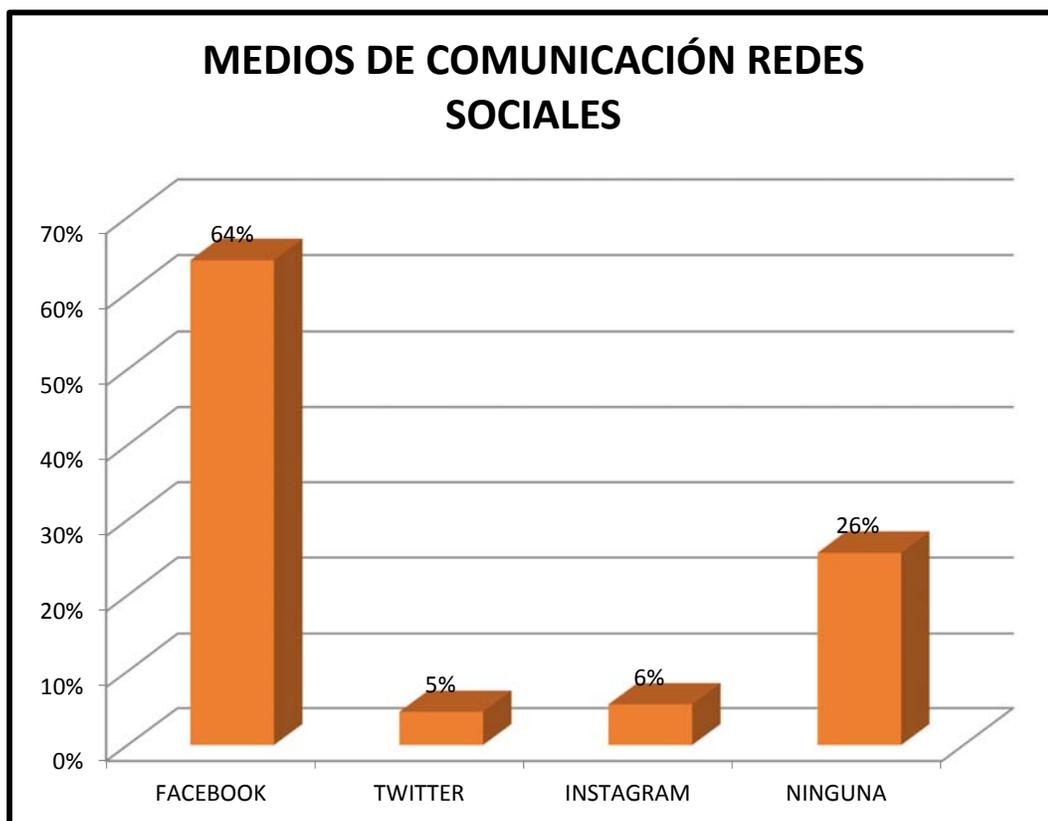
y el lugar de trabajo no es la excepción; de acuerdo a las encuestas aplicadas el 23% sintoniza la radio Elite, el 30% la radio Lluvia, el 21% la radio Fuego y el 26% la radio Impacto. Siendo la radio Lluvia la más sintonizada, este dato es fundamental para la propuesta planteada ya que se hará de este medio un aliado publicitario.

22. ¿De las siguientes redes sociales cual es al que usted accede frecuentemente? Marque una opción.

CUADRO N°23		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN REDES SOCIALES		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	128	64%
TWITTER	9	5%
INSTAGRAM	11	6%
NINGUNA	51	26%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 22



**INTERPRETACIÓN:** Hoy en día las redes sociales son una prominente forma de hacerse conocer de forma rápida y eficaz en el mundo, han modificado la

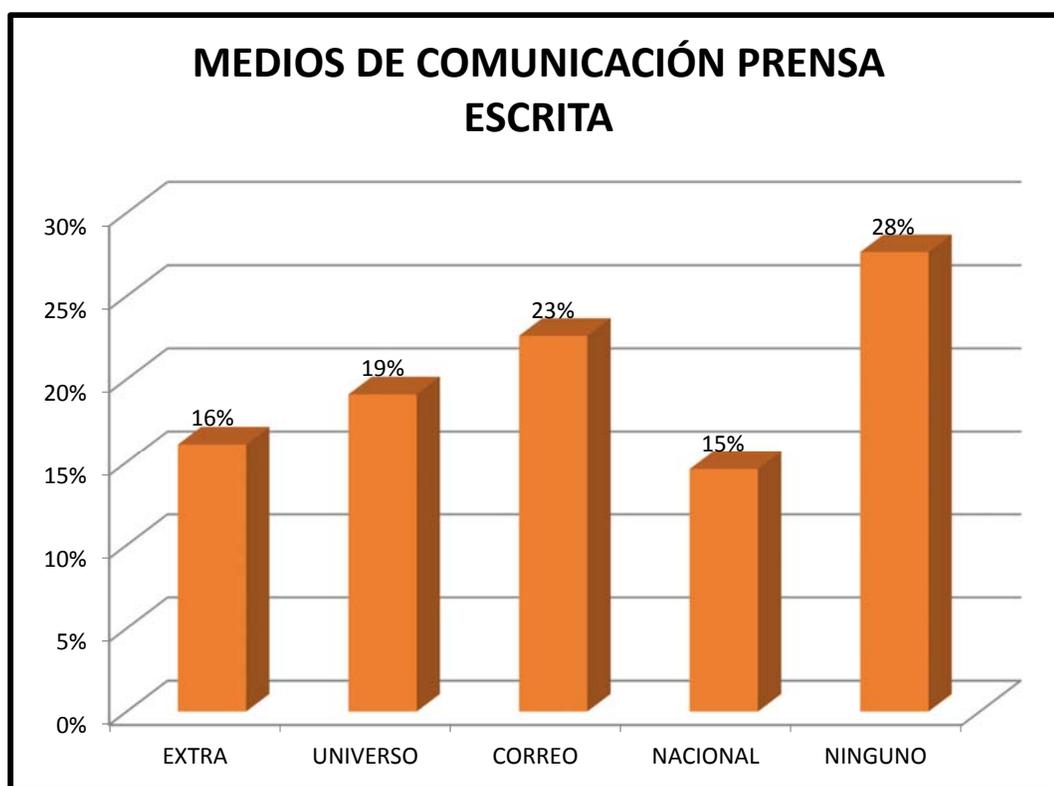
manera en que los negocios interactúan con los clientes; la población investigada en un 64% manifestó que accede a Facebook, el 5% Twitter, el 6% Instagram mientras que el 26% no accede a ninguna red social. Siendo el Facebook la red más utilizada, este dato es fundamental para la propuesta planteada ya que se hará de este medio un aliado publicitario.

23. ¿De los siguientes periódicos cual es al que usted accede frecuentemente? Marque una opción.

CUADRO N°24		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRENSA ESCRITA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXTRA	32	16%
UNIVERSO	38	19%
CORREO	45	23%
NACIONAL	29	15%
NINGUNO	55	28%
<b>TOTAL</b>	<b>199</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N° 23



**INTERPRETACIÓN:** la prensa escrita es el más antiguo y uno de los más importantes medios de comunicación de masas. La población investigada en

un 16% manifestó que accede al periódico Extra, el 19% Universo, el 23% Correo, el 15% al Nacional, y el 28% no accede a ningún medio de prensa escrita. Siendo el Correo el medio de prensa escrito más utilizada, este dato es fundamental para la propuesta planteada ya que se hará de este medio un aliado publicitario.

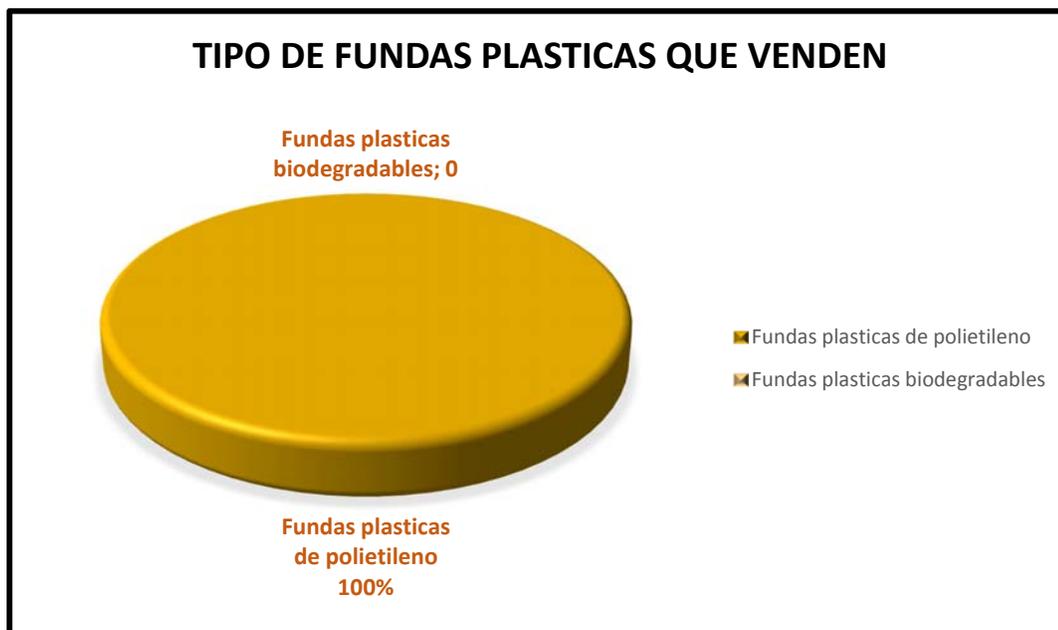
**PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS OFERENTES**

**1. ¿Qué tipo de fundas plásticas vende?**

<b>CUADRO N°25</b>		
<b>TIPO DE FUNDAS PLÁSTICAS QUE VENDEN</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PROCENTAJE</b>
Fundas plásticas de polietileno	6	100%
Fundas plásticas biodegradables	0	0%
<b>TOTAL</b>	6	100%

Fuente: Entrevista  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N°24**



**INTERPRETACIÓN:** el 100% de los oferentes manifestaron que ofrecen las fundas plásticas de polietileno. Lo que significa que no existe ninguna empresa que ofrezca fundas plásticas biodegradables.

## 2. ¿Qué tipo de descartables vende?

CUADRO N°26		
TIPO DE DESCARTABLES QUE VENDEN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Descartables unigel	6	100%
Descartables biodegradables	0	0%
<b>TOTAL</b>	6	100%

Fuente: Entrevista  
Elaborado por: La Autora

### GÁFICO N°25

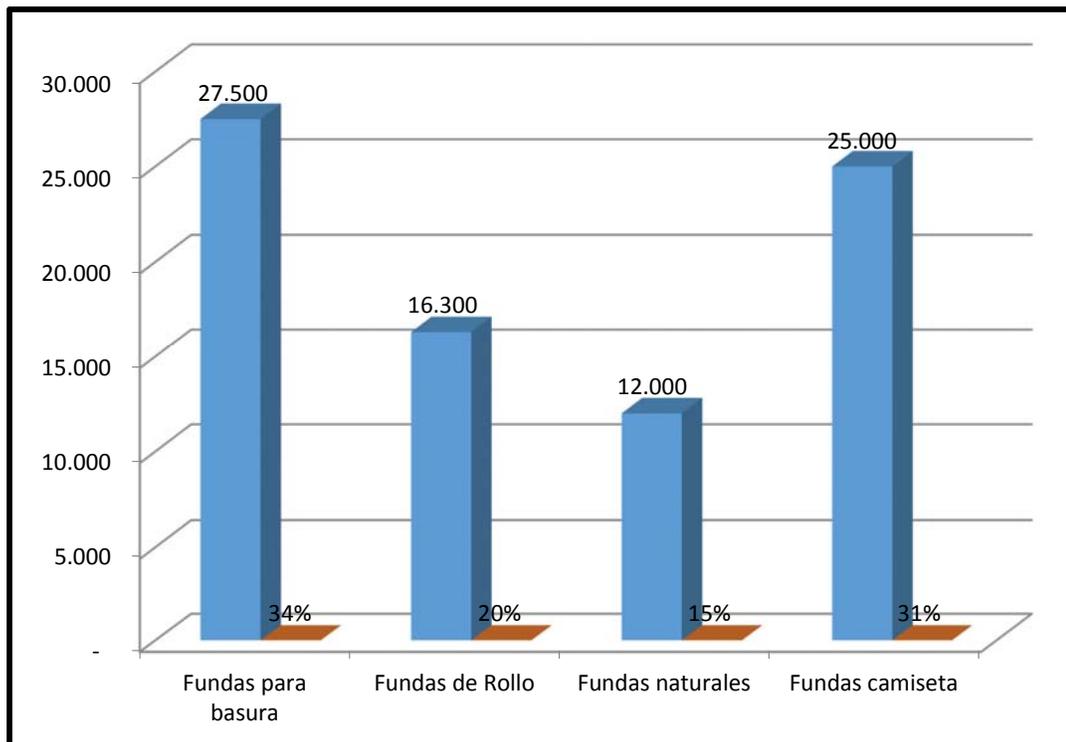


**INTERPRETACIÓN:** el 100% de los oferentes manifestaron que ofrecen los descartables tradicionales de unigel. Lo que significa que no existe ninguna empresa que ofrezca descartables biodegradables.

3. ¿Qué cantidad (paquetes) fundas plásticas vende mensualmente?

CUADRO N° 27		
CANTIDAD DE FUNDAS PLÁSTICAS		
DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PORCENTAJE
Fundas para basura	27.500	34%
Fundas de Rollo	16.300	20%
Fundas naturales	12.000	15%
Fundas camiseta	25.000	31%
<b>TOTAL</b>	<b>80.800</b>	<b>100%</b>
Fuente: Entrevista		
Elaborado por: La Autora		

GRÁFICO N°26



**INTERPRETACIÓN:** de acuerdo a las entrevistas aplicadas a los oferentes se puede evidenciar que el 34% de ventas corresponde a las fundas para basura equivalente a 27.500 paquetes mensual; el 31% corresponde a las fundas camiseta equivalente a 25.000; el 15% corresponde a las fundas naturales

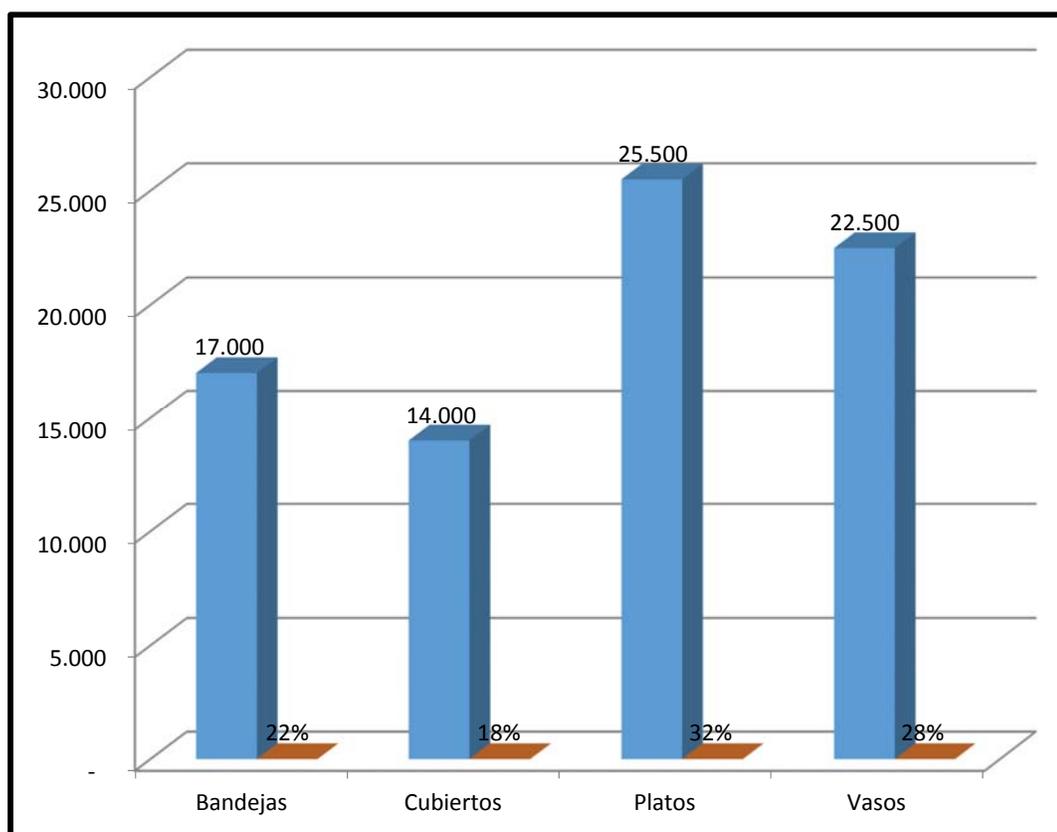
equivalente a 12.00 y finalmente el 20% corresponde a las fundas de rollo  
equivalente a 16.300 paquetes.

4. ¿Qué cantidad (paquetes) de descartables vende mensualmente?

CUADRO N° 28		
CANTIDAD DE DESCARTABLES		
DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PORCENTAJE
<b>Bandejas</b>	17.000	22%
<b>Cubiertos</b>	14.000	18%
<b>Platos</b>	25.500	32%
<b>Vasos</b>	22.500	28%
<b>TOTAL</b>	<b>79.000</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°27



**INTERPRETACIÓN:** de acuerdo a las entrevistas aplicadas a los oferentes, se puede evidenciar que el 32% de ventas corresponde platos descartables equivalente a 25.500; el 28% corresponde a vasos equivalente a 22.500; el

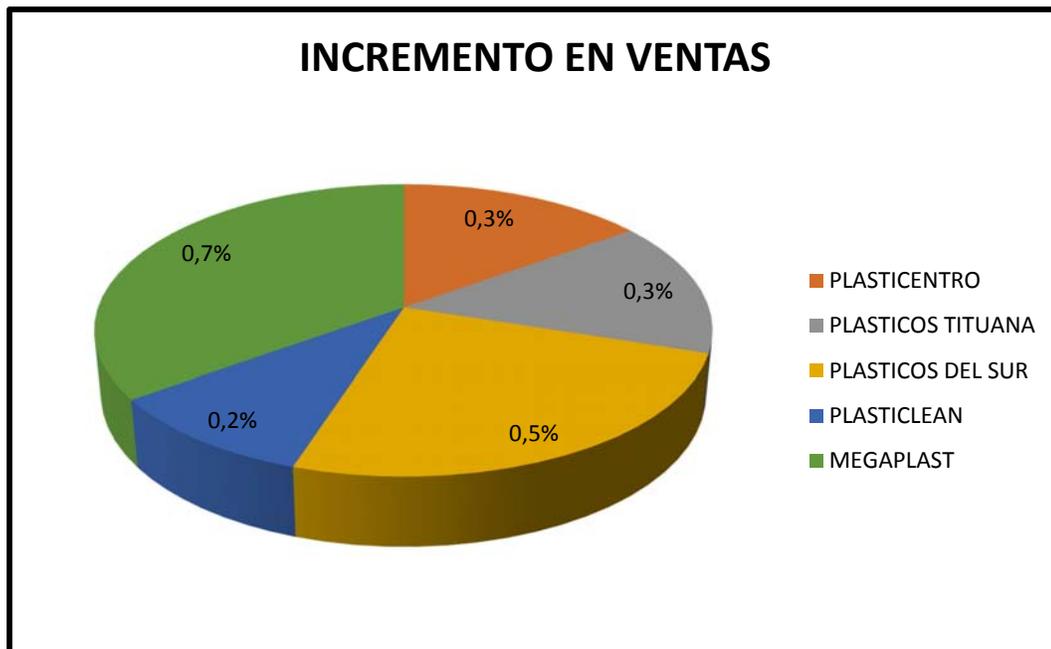
22% corresponde a bandejas equivalente a 17.00; finalmente el 18% corresponde a cubiertos equivalente a 14.000 paquetes. Lo cual nos permite conocer que el descartable más vendible son los vasos y platos.

5. ¿Cuál es el porcentaje de incremento en ventas de fundas plásticas y descartables, en su local comercial en este año?

CUADRO N°29		
INCREMENTO EN VENTAS		
OFERENTES	TASA DE CRECIMIENTO EN VENTAS	PORCENTAJE
PLASTICENTRO	0,3%	10%
PLASTICOS TITUANA	0,3%	10%
PLASTICOS DEL SUR	0,5%	17%
PLASTICLEAN	0,2%	6,7%
MEGAPLAST	0,7%	23%
PLASTIGUAYAS	1,0%	33,3%
<b>TOTAL</b>	<b>3,0%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista  
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N°28



**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a los resultados obtenidos el oferente que tiene mayor incremento de ventas es Plastiguayas con un 33,3% equivalente al 1,0% de incremento de ventas; el 23% corresponde a Megaplast

correspondiente al 0,7% de incremento en ventas; el 17% corresponde a Plásticos del sur equivalente a un incremento de 0,5%; Plasticentro y Plásticos Tituana un 10% equivalente a un incremento en sus ventas del 0,3% anual, finalmente Plásticlean corresponde un 6,7% equivalente al 0,2% de incrementos en ventas.

## **g. DISCUSIÓN**

### **g.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado representa el aspecto clave del proyecto que implica la recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Determina los bienes o servicios que serán demandados por los consumidores, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

#### **Producto principal**

Las fundas plásticas biodegradables y descartables son productos utilizados por los negocios comerciales que sirven básicamente para el comercio y transporte de mercancía. Son productos diseñados para un solo uso después de lo cual se recicla o se desecha como residuo sólido.

Las fundas plásticas biodegradables a comercializar son:

- Fundas para basura
- Fundas de rollo
- Fundas naturales
- Fundas camiseta

Descartables a comercializar

- Bandejas

- Cubiertos
- Platos
- Vasos

Características de los productos:

- ❖ 100 % biodegradables se degrada al entrar en contacto con microorganismos.
- ❖ Reciclables.
- ❖ Reutilizables.
- ❖ Basado en recursos renovables.
- ❖ Posibilidad de contacto alimentario.
- ❖ Renovable: de materiales que se obtienen con facilidad y no son perjudiciales.
- ❖ Compostable: se convierte en abono para la naturaleza en su degradación.
- ❖ Incinerable: se puede quemar sin contaminar.

### **Productos sustitutos**

Las fundas plásticas biodegradables son una de las opciones extraordinarias que tenemos para cuidar el medio ambiente, sin embargo, en el mercado se encuentran a su disposición productos sustitutos que cumplen con las mismas funciones como son: fundas plásticas de polietileno, bolsas de tela y bolsas de papel.

En cuanto a los descartables en el mercado se encuentran a su disposición vajilla de plástico, porcelana y descartables unicel.

### **Mercado demandante**

Las fundas biodegradables y descartables son productos muy utilizados por los negocios comerciales, por tal motivo el mercado demandante se considera a las tiendas, comisariatos y bodegas de los Cantones Piñas, Portovelo y Zaruma, Provincia de el Oro mismo que son 1.233 negocios comerciales, considerando una tasa de crecimiento del 0,5% anual.

### **Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda, permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, determinando la cantidad de bienes o servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

Para establecer el análisis de la demanda, se recurrirá a la investigación de información proveniente de fuentes primarias mediante la aplicación de encuestas, entrevistas, observación directa; y secundarias como la información proporcionada por instituciones gubernamentales como el GAD Municipal de Piñas, Portovelo y Zaruma.

- **Consumo per cápita**

Para determinar el consumo per cápita se tomó como referencia la pregunta N°16 ¿Qué cantidad compraría de fundas biodegradables semanalmente?; y pregunta N°18 ¿Qué cantidad compraría de descartables semanalmente?

<b>CUADRO N°30</b>				
<b>CANTIDAD QUE COMPRARIA DE FUNDAS BIODEGRADABLES</b>				
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>DEMANDA SEMANAL</b>	<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>DEMANDA PERCAPITA (PAQUETES)</b>
<b>Fundas para basura</b>	199	2.412	125.424	630
<b>Fundas de Rollo</b>	120	496	25.792	215
<b>Fundas naturales</b>	106	454	23.608	223
<b>Fundas camiseta</b>	199	1.598	83.096	418
<b>CANTIDAD QUE COMPRARIA DE DESCARTABLES (PAQUETES)</b>				
<b>Bandejas</b>	199	1.194	62.088	312
<b>Cubiertos</b>	199	1.002	52.104	262
<b>Platos</b>	199	1.592	82.784	416
<b>Vasos</b>	199	1.393	72.436	364
<b>TOTAL</b>				
<b>Fuente:</b> Encuesta: pregunta N°16 y N°18				
<b>Elaborado por:</b> La Autora				

$$\text{Consumo Per capita Anual} = \frac{\sum \text{Total}}{N}$$

$$\text{Consumo Per capita Anual} = \frac{125.424}{199} = 630 \text{ paquetes para basura}$$

El consumo promedio anual se obtuvo dividiendo **125.424**, que corresponde a la cantidad del producto paquetes de fundas para basura; para 199 comerciantes que adquieren este tipo de producto, dando un promedio de **630** paquetes de fundas para basura. De la misma forma se procede con el resto de productos.

### **Demanda potencial**

Está determinado por la totalidad de los negocios comerciales del Cantón Piñas, Portovelo y Zaruma, Provincia de el Oro, considerando para el año 2017 un total de 1.233 negocios.

A continuación, se calculó la proyección de la población anteriormente establecida, con una tasa de crecimiento anual del 0,50%, dándonos como resultado para el año 2018 un total de 1.239 negocios comerciales.

<b>CUADRO N°31</b>	
<b>DEMANDANTES POTENCIALES</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>NEGOCIOS</b>
<b>2017</b>	1.233
<b>2018</b>	1.239
<b>2019</b>	1.245
<b>2020</b>	1.252
<b>2021</b>	1.258
<b>2022</b>	1.264
<b>Fuente:</b> GAD PIÑAS, GAD PORTOVELO, GAD ZARUMA	
<b>Elaborado por:</b> La Autora	

## Demanda real

Para su determinación se utiliza las respuestas de la pregunta N°1, **¿Adquiere fundas plásticas y descartables?**, obteniendo el 100%, es decir todos los negocios actualmente compran fundas plásticas y descartables; el porcentaje se multiplica por la demanda potencial, obteniendo como resultados 1.233 demandantes reales. La información se presenta en el cuadro siguiente:

<b>CUADRO N°32</b>		
<b>DEMANDA REAL</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDANTES POTENCIALES</b>	<b>DEMANDANTES REALES 100%</b>
<b>2017</b>	1.233	1.233
<b>2018</b>	1.239	1.239
<b>2019</b>	1.245	1.245
<b>2020</b>	1.252	1.252
<b>2021</b>	1.258	1.258
<b>2022</b>	1.264	1.264

**Fuente:** Encuestas: pregunta N° 1  
**Elaborado por:** La Autora

## Demanda efectiva

Se toma en consideración los demandantes reales que son 1.233 y se multiplica por el 68% que son las personas que manifiestan su deseo por adquirir el producto originario del proyecto, según la pregunta N°14 de la encuesta, obteniendo como resultado 838 demandantes efectivos. La información se presenta en el cuadro siguiente:

<b>CUADRO N°33</b>		
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDANTES POTENCIALES</b>	<b>DEMANDANTES EFECTIVOS 68%</b>
<b>2017</b>	1.233	838
<b>2018</b>	1.239	843
<b>2019</b>	1.245	847
<b>2020</b>	1.252	851
<b>2021</b>	1.258	855
<b>2022</b>	1.264	860

**Fuente:** Encuestas: pregunta N° 14  
**Elaborado por:** La Autora

### **DEMANDA PROYECTADO FUNDAS PLÁSTICAS**

Mediante la aplicación de las encuestas se determinó que el consumo per cápita de cada tipo de las fundas plásticas y descartable (Cuadro N° 30), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en paquetes; multiplicando la demanda efectiva por el consumo per cápita.

Posteriormente se obtiene la demanda proyectada.

<b>CUADRO N°34</b>			
<b>FUNDAS PARA BASURA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDANTES EFECTIVOS 68%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
<b>2017</b>	838	630	528.445
<b>2018</b>	843	630	531.087
<b>2019</b>	847	630	533.742
<b>2020</b>	851	630	536.411
<b>2021</b>	855	630	539.093
<b>2022</b>	860	630	541.789

**Fuente:** Cuadro N°30 y N°33  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°35</b>			
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			
<b>FUNDAS DE ROLLO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 68%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
2017	838	215	234.665
2018	843	215	235.838
2019	847	215	237.017
2020	851	215	238.202
2021	855	215	239.393
2022	860	215	240.590

**Fuente:** Cuadro N°30 y N°33  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°36</b>			
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			
<b>FUNDAS NATURALES</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 68%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
2017	838	223	186.735
2018	843	223	187.668
2019	847	223	188.607
2020	851	223	189.550
2021	855	223	190.498
2022	860	223	191.450

**Fuente:** Cuadro N°30 y N°33  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°37</b>			
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			
<b>FUNDAS CAMISETA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 68%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
2017	838	418	350.106
2018	843	418	351.856
2019	847	418	353.615
2020	851	418	355.383
2021	855	418	357.160
2022	860	418	358.946

**Fuente:** Cuadro N°30 y N°33  
**Elaborado por:** La Autora

## DESCARTABLES

CUADRO N°38			
DEMANDA EFECTIVA			
DESCARTABLES BANDEJAS			
AÑOS	DEMANDANTES EFECTIVOS 68%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)	DEMANDA EFECTIVA
2017	838	312	261.593
2018	843	312	262.901
2019	847	312	264.216
2020	851	312	265.537
2021	855	312	266.865
2022	860	312	268.199

Fuente: Cuadro N°30 y N°33  
Elaborado por: La Autora

CUADRO N°39			
DEMANDA EFECTIVA			
DESCARTABLES CUBIERTOS			
AÑOS	DEMANDANTES EFECTIVOS 68%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)	DEMANDA EFECTIVA
2017	838	262	219.528
2018	843	262	220.626
2019	847	262	221.729
2020	851	262	222.837
2021	855	262	223.952
2022	860	262	225.071

Fuente: Cuadro N°30 y N°33  
Elaborado por: La Autora

CUADRO N°40			
DEMANDA EFECTIVA			
DESCARTABLES PLATOS			
AÑOS	DEMANDANTES EFECTIVOS 68%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)	DEMANDA EFECTIVA
2017	838	416	348.791
2018	843	416	350.535
2019	847	416	352.288
2020	851	416	354.049
2021	855	416	355.819
2022	860	416	357.598

Fuente: Cuadro N°30 y N°33  
Elaborado por: La Autora

<b>CUADRO N°41</b>			
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			
<b>DESCARTABLES VASOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDANTES EFECTIVA 68%</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL (PAQUETES)</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
<b>2017</b>	838	364	305.192
<b>2018</b>	843	364	306.718
<b>2019</b>	847	364	308.252
<b>2020</b>	851	364	309.793
<b>2021</b>	855	364	311.342
<b>2022</b>	860	364	312.899

**Fuente:** Cuadro N°30 y N°33  
**Elaborado por:** La Autora

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

- **Oferta actual**

Para determinar la oferta actual se tomó en consideración la interrogante N°03 (Cuadro N°27) **¿Qué cantidad (paquetes) fundas plásticas vende mensualmente?**; interrogante N°4 (Cuadro N°28) **¿Qué cantidad (paquetes) de descartables vende mensualmente?** y la interrogante N°05 (Cuadro N°29) **¿Cuál es el porcentaje de incremento en ventas de fundas plásticas y descartables, en su local comercial en este año?**.

La población a la cual va dirigida la entrevista la conforman 6 ofertantes entre locales y nacionales, que venden fundas plásticas y descartables, en los cantones: Piñas, Portovelo y Zaruma.

Para determinar la tasa de crecimiento de ventas se aplicó la siguiente fórmula:

$$TC = \frac{\sum TcT}{f}$$

**En donde:**

- **TCV=** Tasa de crecimiento de ventas
- **TcT=** Tasa de crecimiento Total
- $\Sigma$ = Sumatoria
- **F=** Frecuencia

$$TCV = \frac{3,00}{6}$$

$$TCV = 0,50\%$$

CUADRO N°42		
INCREMENTO EN VENTAS		
OFERENTES	FRECUENCIA	PROMEDIO DE LA TASA DE CRECIMIENTO
PLASTICENTRO	0,3%	0,50%
PLASTICOS TITUANA	0,3%	
PLASTICOS DEL SUR	0,5%	
PLASTICLEAN	0,2%	
MEGAPLAST	0,7%	
PLASTIGUAYAS	1,0%	
TOTAL	3,0%	
Fuente: Cuadro N°29		
Elaborado por: La Autora		

- **Oferta proyectada**

Para proyectar la oferta se establece el siguiente modelo matemático que comprende:

$$OF = Oo(1 + i)^n$$

En donde:

- **Oo**= Oferta Inicial
- **i**= Tasa de crecimiento de la oferta
- **Of**= Oferta Futura
- **n**= Número de Años

$$OF = Oo(1 + i)^n$$

$$OF = 330.000(1 + 0,50)^1$$

$$OF = 331.650$$

<b>CUADRO N°43</b>						
<b>OFERTA DE FUNDAS PLÁSTICAS (paquetes)</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>PROYECCION ANUAL</b>					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Fundas para basura</b>	330.000	331.650	333.308	334.975	336.650	338.333
<b>Fundas de Rollo</b>	195.600	196.578	197.561	198.549	199.541	200.539
<b>Fundas naturales</b>	144.000	144.720	145.444	146.171	146.902	147.636
<b>Fundas camiseta</b>	300.000	301.500	303.008	304.523	306.045	307.575
<b>OFERTA DESCARTABLES (paquetes)</b>						
<b>Bandejas</b>	204.000	205.020	206.045	207.075	208.111	209.151
<b>Cubiertos</b>	168.000	168.840	169.684	170.533	171.385	172.242
<b>Platos</b>	306.000	307.530	309.068	310.613	312.166	313.727
<b>Vasos</b>	270.000	271.350	272.707	274.070	275.441	276.818
<b>Fuente:</b> Entrevistas: pregunta N° 3, N°4						
<b>Elaborado por:</b> La Autora						

Una vez efectuada la proyección se obtiene que para el año 2018 la oferta ascienda a 331.650 paquetes de funda para basura, de la misma forma se procede para el resto de productos con su respectivo año.

### **BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

Una vez terminado el estudio de la demanda y la oferta, se debe calcular la cantidad que se requiere cubrir en el mercado, conocida como demanda insatisfecha. Para determinarla se resta la demanda total y la oferta en cuanto fundas plásticas y descartables se refiere. A continuación, se detalla el balance por producto.

## FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES

<b>CUADRO N°44</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>FUNDAS PARA BASURA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	528.445	330.000	198.445
<b>2018</b>	531.087	331.650	199.437
<b>2019</b>	533.742	333.308	200.434
<b>2020</b>	536.411	334.975	201.436
<b>2021</b>	539.093	336.650	202.443
<b>2022</b>	541.789	338.333	203.456

**Fuente:** Cuadro N° 34 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°45</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>FUNDAS DE ROLLO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	234.665	195.600	39.065
<b>2018</b>	235.838	196.578	39.260
<b>2019</b>	237.017	197.561	39.456
<b>2020</b>	238.202	198.549	39.653
<b>2021</b>	239.393	199.541	39.852
<b>2022</b>	240.590	200.539	40.051

**Fuente:** Cuadro N° 35 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°46</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>FUNDAS NATURALES</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	186.735	144.000	42.735
<b>2018</b>	187.668	144.720	42.948
<b>2019</b>	188.607	145.444	43.163
<b>2020</b>	189.550	146.171	43.379
<b>2021</b>	190.498	146.902	43.596
<b>2022</b>	191.450	147.636	43.814

**Fuente:** Cuadro N° 36 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°47</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>FUNDAS CAMISETA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	350.106	300.000	50.106
<b>2018</b>	351.856	301.500	50.356
<b>2019</b>	353.615	303.008	50.608
<b>2020</b>	355.383	304.523	50.861
<b>2021</b>	357.160	306.045	51.115
<b>2022</b>	358.946	307.575	51.371

**Fuente:** Cuadro N° 37 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

### DESCARTABLES

<b>CUADRO N°48</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>BANDEJAS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	261.593	204.000	57.593
<b>2018</b>	262.901	205.020	57.881
<b>2019</b>	264.216	206.045	58.171
<b>2020</b>	265.537	207.075	58.462
<b>2021</b>	266.865	208.111	58.754
<b>2022</b>	268.199	209.151	59.048

**Fuente:** Cuadro N° 38 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°49</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>CUBIERTOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	219.528	168.000	51.528
<b>2018</b>	220.626	168.840	51.786
<b>2019</b>	221.729	169.684	52.045
<b>2020</b>	222.837	170.533	52.305
<b>2021</b>	223.952	171.385	52.566
<b>2022</b>	225.071	172.242	52.829

**Fuente:** Cuadro N° 39 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°50</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFERTA</b>			
<b>PLATOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	348.791	306.000	42.791
<b>2018</b>	350.535	307.530	43.005
<b>2019</b>	352.288	309.068	43.220
<b>2020</b>	354.049	310.613	43.436
<b>2021</b>	355.819	312.166	43.653
<b>2022</b>	357.598	313.727	43.872

**Fuente:** Cuadro N° 40 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°51</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFERTA</b>			
<b>VASOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	305.192	270.000	35.192
<b>2018</b>	306.718	271.350	35.368
<b>2019</b>	308.252	272.707	35.545
<b>2020</b>	309.793	274.070	35.723
<b>2021</b>	311.342	275.441	35.901
<b>2022</b>	312.899	276.818	36.081

**Fuente:** Cuadro N° 41 y N°43  
**Elaborado por:** La Autora

### RESUMEN DE FUNDAS PLÁSTICAS

<b>CUADRO N°52</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFERTA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	1.299.950	969.600	330.350
<b>2018</b>	1.306.449	974.448	332.001
<b>2019</b>	1.312.982	979.320	333.661
<b>2020</b>	1.319.547	984.217	335.330
<b>2021</b>	1.326.144	989.138	337.006
<b>2022</b>	1.332.775	994.084	338.691

**Fuente:** Cuadro N°44 y N°47  
**Elaborado por:** La Autora

## RESUMEN DE DESCARTABLES

<b>CUADRO N°53</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	1.135.105	948.000	187.105
<b>2018</b>	1.140.780	952.740	188.040
<b>2019</b>	1.146.484	957.504	188.980
<b>2020</b>	1.152.216	962.291	189.925
<b>2021</b>	1.157.977	967.103	190.875
<b>2022</b>	1.163.767	971.938	191.829
Fuente: Cuadro N°48 y N°51 Elaborado por: La Autora			

<b>CUADRO N°54</b>			
<b>BALANCE DEMANDA-OFFERTA</b>			
<b>RESUMEN GENERAL DE FUNDAS PLÁSTICAS Y DESCARTABLES</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2017</b>	2.435.054	1.917.600	517.454
<b>2018</b>	2.447.229	1.927.188	520.041
<b>2019</b>	2.459.466	1.936.824	522.642
<b>2020</b>	2.471.763	1.946.508	525.255
<b>2021</b>	2.484.122	1.956.241	527.881
<b>2022</b>	2.496.542	1.966.022	530.521
Fuente: Cuadro N°52 , N°53 Elaborado por: La Autora			

## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### NOMBRE DE LA EMPRESA

La nueva comercializadora desarrollará sus actividades en la ciudad de Piñas Provincia de el Oro. Se llamará “**PLASTICONDOY**”, nombre que tiene relación con los productos a comercializar. Estará dado por un letrero luminoso con luces LED aplicadas en alto relieve que dará un efecto súper llamativo y moderno:

### GRÁFICO # 29

#### NOMBRE DE LA EMPRESA



Elaborado por: La Autora

Resalta el color verde propio de la identidad corporativa, representa naturalidad y crecimiento.

### SLOGAN

Se optó por elegir como slogan: “**Sustentabilidad que genera valor**”, está enfocada directamente con la capacidad y responsabilidad que tiene la empresa para comercializar productos naturales biodegradables sin perjudicar el medio ambiente y la sociedad.

## GRAFICO N°30

### SLOGAN DE LA EMPRESA “PLASTICONDOY”

Sustentabilidad que genera valor

Elaborado por: La Autora

## PRODUCTO

El producto a comercializarse consiste en fundas plásticas biodegradables y descartables, los productos serán ofertados dentro del mercado de la parte alta de la provincia de El Oro (Piñas, Portovelo y Zaruma), a continuación, se presenta el portafolio de productos a ofrecer.

### FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES

FUNDAS PARA BASURA	
	<b>Presentación</b> Funda para basura con amarre
FUNDAS DE ROLLO	
	<b>Presentaciones</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rollo 5x12</li><li>• Rollo 6x12</li><li>• Rollo 8x12</li><li>• Rollo 9x14</li><li>• Rollo 10x16</li><li>• Rollo 12x14</li></ul>

	<p><b>Presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Natural 4x8</li> <li>• Natural 5x9</li> <li>• Natural 6x10</li> <li>• Natural 6x12</li> <li>• Natural 7x11</li> <li>• Natural 8x12</li> <li>• Natural 8x15</li> </ul>
<b>FUNDAS CAMISETA</b>	
	<p><b>Presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• F. Camiseta 16x19</li> <li>• F. Camiseta pequeña</li> </ul>

## DESCARTABLES

<b>BANDEJAS</b>	
	<p><b>Presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Viandas</li> <li>• Soperas</li> <li>• Tarrinas 1 Libra</li> <li>• Tarrinas de /2 libra</li> </ul>
<b>PLATOS</b>	
	<p><b>Presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plato N°6</li> <li>• Plato N°7</li> <li>• Plato N°8</li> <li>• Plato N°9</li> </ul>
<b>VASOS</b>	
	<p><b>Presentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vaso colero</li> <li>• Vaso 10 onzas</li> <li>• Vaso térmico N°6</li> <li>• Vaso térmico N°8</li> <li>• Vaso térmico N°10</li> </ul>
<b>CUBIERTOS</b>	



### **Presentación**

- Cuchara grandes
- Cuchara pequeña
- Tenedores
- Cuchillos

## **PRECIO**

El análisis del precio es prioritario en la comercialización, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y definirá el último término el nivel de los ingresos.

La fijación del precio de los productos, se determinará en base al costo de compra más el margen de utilidad nos dará el precio de venta al público.

### **Estrategias de precio**

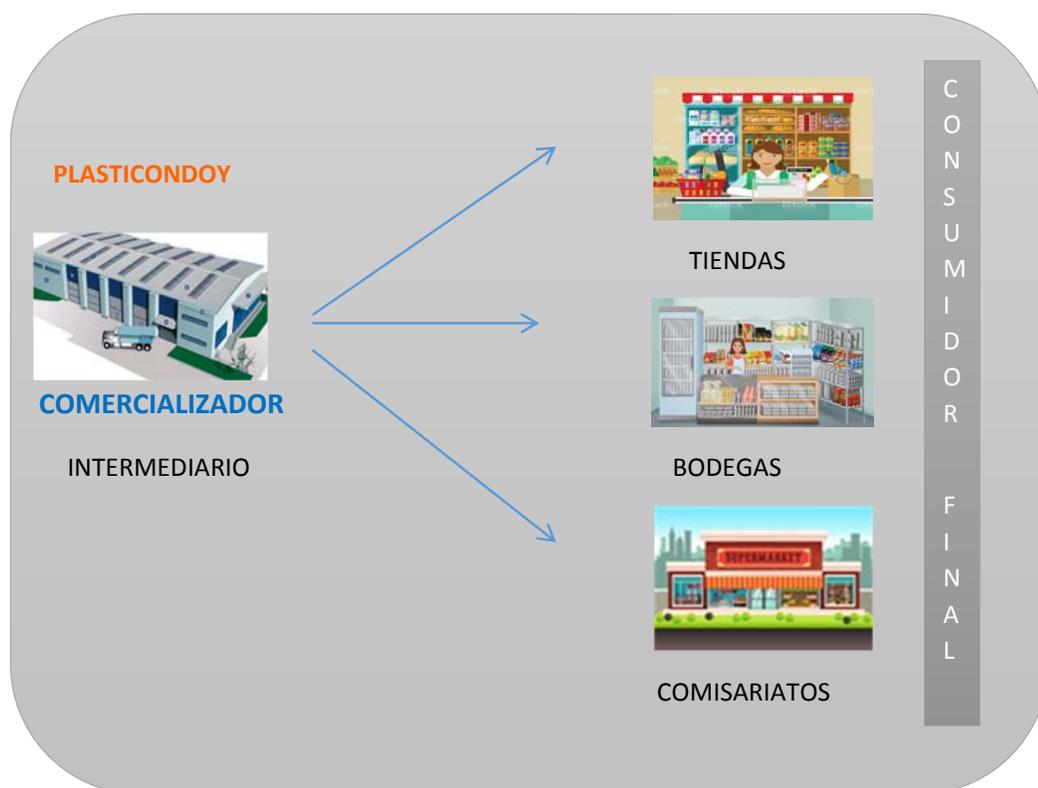
**Al por mayor:** se consideran precios al por mayor a la compra de cantidades por bultos de cualquier producto, cuyo precio será un porcentaje menor que el precio de venta por paquetes.

## **PLAZA**

La empresa al ser una comercializadora se constituye como un intermediario el cual se encargará de comprar y vender para satisfacer las necesidades de los negocios comerciales tanto mayoristas y minoristas.

## **GRAFICO N°31**

## Canal de comercialización (INTERMEDIARIO)



Elaborado por: La Autora

### Estrategias de plaza

El lugar de ubicación de la comercializadora será en el sector centro de la ciudad de Piñas, este sector es fácil acceso para los proveedores y clientes. Además, es el lugar donde más porcentaje de comercio existe, por ende, a su alrededor existe mayor número de tiendas, bodegas, comisariatos, entre otros.

### PROMOCIÓN

La promoción servirá como un elemento importante para incentivar, persuadir y recordar al mercado sobre la existencia del producto, permitiendo de esta manera llegar a los consumidores.

De acuerdo al estudio de mercado realizado, se puede priorizar cuales son los medios y recursos óptimos para difundir esta las fundas biodegradables y descartables, de esta forma se realizarán las siguientes estrategias de promoción:

- Se realizarán descuentos especiales del 1,5% a los clientes: tiendas, comisariatos, bodegas. Por la compra de al por mayor en cualquier tipo de producto.
  
- Otro tipo de promoción que se realizara es muestra de fundas plásticas biodegradables en las ferias libres de los cantones: Piñas, Portovelo y Zaruma, esto se realizara con la finalidad de dar a conocer los productos biodegradables para su mayor aceptación en el mercado. Esta promoción se efectuará por apertura de la empresa.



- Se entregará a los clientes un exhibidor de los productos plásticos biodegradables



## **PUBLICIDAD**

La publicidad empezará desde el interior de la empresa, brindando un servicio ágil y oportuno, puesto que no hay mejor publicidad que un cliente satisfecho, quien es un trasmisor confiable y directo de información de la empresa al resto de las personas.

Adicional a esto se considera factible realizar publicidad por los medios de comunicación con la finalidad de dar a conocer el producto en el mercado, para ello se utilizará los medios de comunicación sugeridos por las personas encuestadas como es la radio, y mediante las redes sociales.

- **Emisora radial**

La empresa con el objetivo de dar a conocer los productos realizara cuñas publicitarias en la radio local (LLuvia), el contenido de los anuncios tendrá un mensaje que permita captar la atención de los comerciantes e impulsar la adquisición de nuestros productos.

## GRAFICO N°32

### CUÑA RADIAL

#### EMPRESA “PLASTICONDOY” CIA. LTDA

En PLASTICONDOY comercializamos la gama más amplia de fundas plásticas biodegradables y descartables en general, todo al por mayor y menor.

Encuétranos en la Avenida Abdón Calderón frente al mercado central de la ciudad de Piñas.

Contáctanos a los teléfonos 0999314801 - 0993450091

PLASTICONDOY sustentabilidad que genera valor.

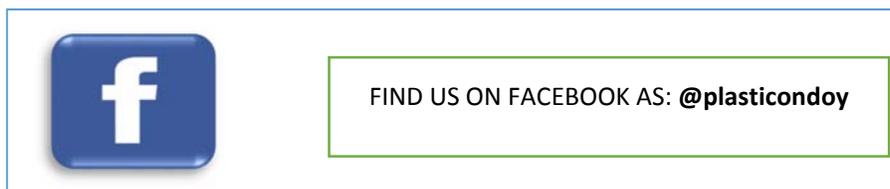
**Elaborado por:** La Autora

- **Redes sociales**

Será indispensable el uso del Marketing digital mediante la utilización de fanpage a través de la red social (Facebook) servirá para difundir más los productos, así como también los beneficios que generamos al planeta al utilizar productos biodegradables.

## GRÁFICO N°33

### FAN PAGE DE FACEBOOK E INSTAGRAM



**Elaborado por:** La Autora

## g.2 ESTUDIO TÉCNICO

Se realiza el estudio técnico para analizar las maquinarias, equipos, mano de obra, que serán utilizados para la comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables, de igual manera conocer el proceso de venta.

### TAMAÑO

#### Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada se considerará el espacio físico del área de ventas el cual constará de 30 m<sup>2</sup>, con capacidad de 12 perchas metálicas.

CUADRO N°55				
CAPACIDAD INSTALADA				
DESCRIPCIÓN	ALMACENAJE	CAPACIDAD SEMANA	POR	CAPACIDAD ANUAL
8 PERCHAS	1.435	1.535		79.820
4 PERCHAS	100			
Fuente: Inventario Cuadro N°56 y N°57 Elaborado por: La Autora				

CUADRO N°56				
INVENTARIO FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES				
UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	STOCK SEMANAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL SEMANAL
Paquetes	Funda camiseta 16x19	125	\$ 0,80	\$ 100,00
Paquetes	Funda camiseta pequeña	125	\$ 0,60	\$ 75,00

<b>Paquetes</b>	Funda natural 4x8	20	\$ 0,23	\$ 4,60
<b>Paquetes</b>	Funda natural 5x9	20	\$ 0,30	\$ 6,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 6x10	20	\$ 0,40	\$ 8,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 8x12	20	\$ 0,70	\$ 14,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 7x11	20	\$ 0,60	\$ 12,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 6x12	20	\$ 0,42	\$ 8,40
<b>Paquetes</b>	Funda natural 8x15	20	\$ 0,70	\$ 14,00
<b>Paquetes</b>	Rollo 5x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 6x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 8x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 9x14	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 10x16	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 12x14	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Fundas para basura	600	\$ 1,40	\$ 840,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1.110</b>		<b>\$ 1.259,60</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

<b>CUADRO N°57</b>				
<b>INVENTARIO FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES</b>				
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>STOCK SEMANAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL SEMANAL</b>
<b>Paquetes</b>	Viandas amarillas	20	\$ 0,88	\$ 17,60
<b>Paquetes</b>	Soperas	20	\$ 0,66	\$ 13,20
<b>Paquetes</b>	Tarinas plomas 1 libra	20	\$ 2,20	\$ 44,00
<b>Paquetes</b>	Tarrinas 1 libra	20	\$ 3,20	\$ 64,00
<b>Paquetes</b>	Tarrina 1/2	20	\$ 2,90	\$ 58,00
<b>Paquetes</b>	Cucharas grandes	25	\$ 0,50	\$ 12,50
<b>Paquetes</b>	Cucharas pequeñas	25	\$ 0,45	\$ 11,25
<b>Paquetes</b>	Tenedores	25	\$ 0,50	\$ 12,50
<b>Paquetes</b>	Cuchillos	25	\$ 0,50	\$ 12,50
<b>Paquetes</b>	Plato N°6	25	\$ 0,56	\$ 14,00
<b>Paquetes</b>	Pato N°7	25	\$ 0,75	\$ 18,75
<b>Paquetes</b>	Plato N°8	25	\$ 0,82	\$ 20,50
<b>Paquetes</b>	Plato N°9	25	\$ 0,90	\$ 22,50

<b>Paquetes</b>	Vaso Colero	25	\$ 0,42	\$ 10,50
<b>Paquetes</b>	Vaso 10 onzas	25	\$ 0,75	\$ 18,75
<b>Paquetes</b>	Vaso Térmico N°6	25	\$ 0,60	\$ 15,00
<b>Paquetes</b>	Vaso Térmico N°8	25	\$ 0,70	\$ 17,50
<b>Paquetes</b>	Vaso Térmico N°10	25	\$ 0,80	\$ 20,00
	<b>TOTAL</b>	<b>425</b>		<b>\$ 403,05</b>

<b>CUADRO N°58</b>			
<b>PROYECCION DE LA CAPACIDAD INSTALADA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (Paquetes)</b>	<b>%</b>
<b>2017</b>	517.454	79.820	15,4%
<b>2018</b>	520.041	79.820	15,3%
<b>2019</b>	522.642	79.820	15,3%
<b>2020</b>	525.255	79.820	15,2%
<b>2021</b>	527.881	79.820	15,1%
<b>2022</b>	530.521	79.820	15,0%

**Fuente:** Inventario Cuadro N°54 y N° 55  
**Elaborado por:** La Autora

### **Capacidad utilizada**

Para determinar la capacidad utilizada se considera la misma que la capacidad instalada, es decir durante la semana se deberá comercializar 1.535 paquetes de fundas plásticas y descartables, teniendo en consideración que se laborará 8 horas, 7 días a la semana.

### **Participación del mercado**

La participación en el mercado se mantendrá constante para la duración del proyecto en este caso 5 años de vida útil. El porcentaje se lo obtiene de acuerdo a la demanda insatisfecha y a la capacidad instalada.

<b>CUADRO N°59</b>			
<b>PARTICIPACIÓN DEL MERCADO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA(paquetes)</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (Paquetes)</b>	<b>% de participación</b>
<b>2017</b>	517.454	79.820	15%
<b>2018</b>	520.041	79.820	15%
<b>2019</b>	522.642	79.820	15%
<b>2020</b>	525.255	79.820	15%
<b>2021</b>	527.881	79.820	15%
<b>2022</b>	530.521	79.820	15%

Fuente: Cuadro N°58  
Elaborado por: La Autora

## **LOCALIZACIÓN**

Significa ubicar geográficamente el lugar en que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación, estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

### **Factores de localización**

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: mercado, proveedores, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.) y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

A continuación, se detallan los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa,

- ✓ **Mercado:** Puesto que el mercado son los Cantones Piñas, Portovelo y Zaruma la ubicación estratégica entre estos tres cantones estará en la ciudad de Piñas donde existe mayor afluencia de comerciantes, en esta parroquia urbana facilita la comercialización de los productos.
  
- ✓ **Proveedores-** las fuentes de abastecimiento de la mercadería para la comercialización de fundas plásticas y descartables será adquirida directamente de la ciudad de Guayaquil, contamos con cuatro proveedores FLEXIPLAST, BHUMI, EMPORIO COMERCIAL, BOGA, EMPAQUE VERDE ECUADOR ya que son proveedores directos de productos biodegradables, mismos que facilitará y permitirá un abastecimiento oportuno a los requerimientos empresariales.
  
- ✓ **Mano de Obra:** Respecto al talento humano se hará una selección del personal para contratar los talentos de acuerdo al perfil que necesita la empresa.
  
- ✓ **Servicios básicos:** el lugar al que hace referencia el micro localización cuenta con todos los servicios básicos indispensables: agua, luz eléctrica, teléfono y alcantarillado.

- ✓ **Agua:** Es uno de los elementos básicos para el funcionamiento de la empresa, la misma que será necesaria para realizar la limpieza de las instalaciones, equipos, servicios higiénicos, etc.
- ✓ **Energía eléctrica:** Este servicio permite el funcionamiento de los equipos e iluminarias.
- ✓ **Línea telefónica:** Este medio de comunicación es muy importante porque facilita a la empresa para a la adquisición de insumos y suministros que requiera, así mismo permite comunicarse con los clientes y personas que requieran el producto.
- ✓ **Alcantarillado:** El sector donde estará ubicada la empresa si cuenta con el servicio de alcantarillado, factor de localización que permitirá el transporte de las aguas residuales.
- ✓ **Infraestructura vial:** al estar dentro del área urbana se encuentra con vías de primer orden lo cual facilita el abastecimiento de la empresa y el mercado.
- ✓ **Transporte:** La empresa contará con su propio vehículo, destinado para la comercialización de los productos y cualquier otra necesidad que se diera.

### **Macro localización**

Tiene relación con la ubicación de la empresa tanto de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. La empresa “PLASTICONDOY” estará ubicada en la región 7 del Ecuador en el Cantón Piñas, Provincia de el Oro.

**GRAFICO N° 34**

**MAPA DEL ECUADOR**

**MAPA POLÍTICO DE LA  
PROVINCIA DE EL ORO**

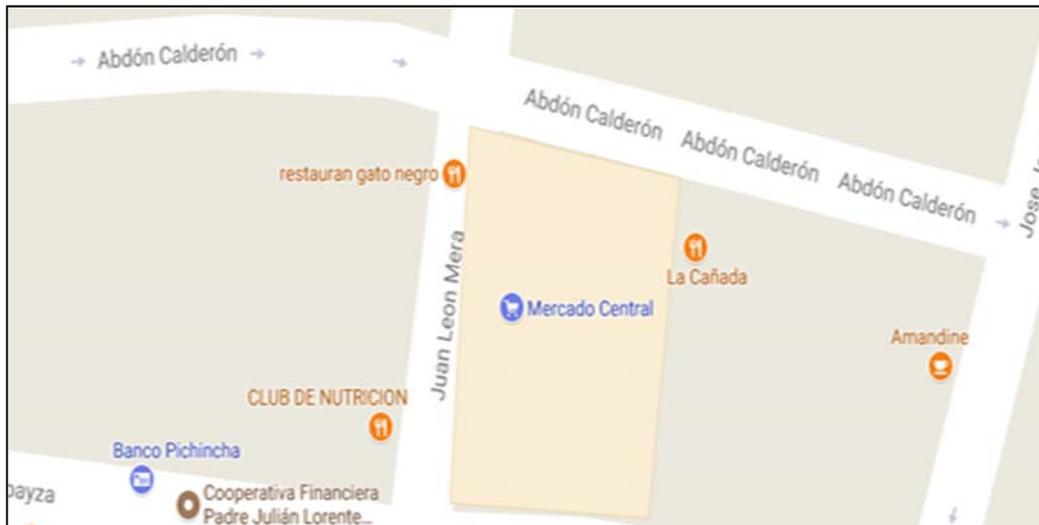


**Micro localización**

Para que la empresa a implementarse obtenga un buen posicionamiento en el mercado es de vital importancia buscar un lugar exacto, es decir un sitio estratégico en el cual se implementara la empresa dentro de un mercado local.

La comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables se ubicará en la calle Abdón Calderón, Centro de la Parroquia Piñas, en el Cantón Piñas.

## GRAFICO N°35



### INGENIERÍA DE PROYECTOS

La ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad de poder determinar aspectos relacionados con el componente tecnológico necesario que se utilizara para la comercialización, infraestructura física, distribución de la planta y el proceso de comercialización.

### INFRAESTRUCTURA FISICA

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

Para el funcionamiento de la empresa no se incurrirá a la construcción de un edificio propio, se busca alquilar un espacio de al menos 110 metros cuadrados

(10 metros de frente por 11 de fondo), en los cuales se adecuarán las oficinas y la planta de comercialización.

## **DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA**

Para la comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables se requiere de un local de 110 metros cuadrados, mismo que se distribuirá de la siguiente manera:

**Área administrativa.** - Dentro de esta área constará Gerencia. Se requiere de 30m<sup>2</sup>.

**Área de venta.** - Esta área se exhibirá la mercadería para la venta, 30m<sup>2</sup>.

**Área de bodega:** en esta área se almacenará la mercadería. Se requiere de 30m<sup>2</sup>.

**Baño:** este tiene 15m<sup>2</sup>

**Área de circulación.** Es la entrada principal de la empresa por donde habrá acceso para los empleados y clientes que consta de una dimensión de 5 m<sup>2</sup>.

## GRAFICO N°36

### DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA



### PROCESO DEL SERVICIO

En esta parte se describe el proceso mediante el cual se comercializará los productos.

En el proceso de comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables se realizará las siguientes fases:

Los clientes tendrán la oportunidad de realizar compras tanto en la tienda física, o mediante un proveedor quien será el encargado de hacer las visitas directas a los negocios comerciales. Además, podrán ponerse en contacto con la empresa a través de Internet y teléfono.

## PROCESO DE VENTA EN LA MATRIZ

- ✓ **Recepción del pedido:** aquí se procede a tomar nota del pedido del cliente en cuanto al tipo de producto, cantidad, características, este proceso se desarrolla en 5 min.



- ✓ **Facturación:** una vez registrado el pedido se procede a la elaboración del documento mercantil como es la factura en el cual se detallará la cantidad de mercancía y la cantidad a pagar que deberá cancelar el cliente por el pedido realizado. Esta actividad se desarrollará en 5 min.



- ✓ **Despacho:** una vez realizado el documento mercantil se procede a la preparación y empaquetado del pedido. Esta actividad durara 3 min



- ✓ **Entrega del producto:** finalmente empaquetado el pedido se procede a la entrega de la mercadería al cliente con su respectiva factura. Esta actividad dura 2 min.



## PROCESO DE VENTAS FORANEAS

- ✓ **Vista al cliente:** aquí se dirige el agente vendedor a los locales comerciales a ofrecer los productos, este proceso se desarrolla en 10 min.



- ✓ **Asesorar al cliente:** en este proceso el vendedor indica o da a conocer el portafolio de los productos, esta fase dura 5 min.



- ✓ **Elección de los productos:** una vez expuesto el portafolio el cliente procede a la elección del o los productos que requiera, esta fase dura 2 min. Con el cierre de la venta el proveedor se retira.



- ✓ **Registro de la venta:** una vez realizado todos los pedidos los clientes el vendedor registrara todas las ventas generadas en el día. Este proceso durara 5 min.
  
- ✓ **Facturación:** Preparar las facturas para su emisión. Este proceso durara 10 min.
  
- ✓ **Empaque de los pedidos:** Selección y empaquetado de los pedidos. Este proceso durara 15 min.



- ✓ **Entrega de la mercadería:** esta se realizará un día después del pedido realizado por los clientes. Este proceso durara 4 horas.

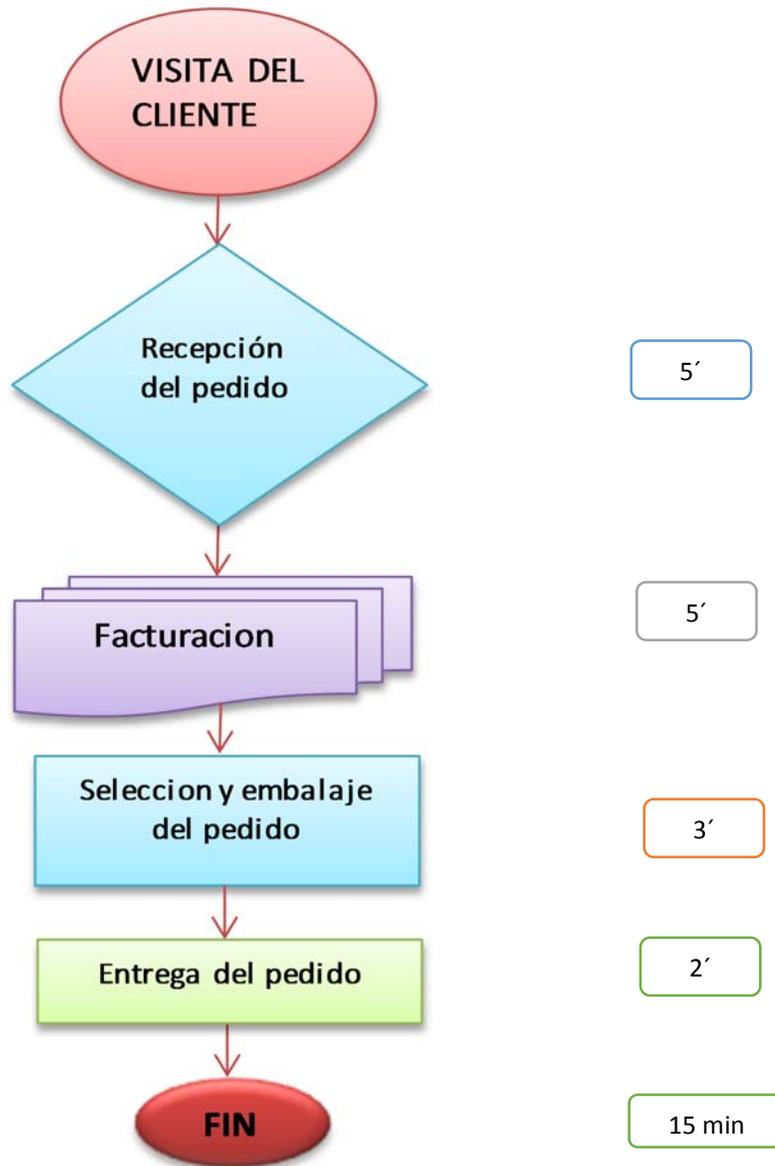


## FLUJOGRAMA DE PROCESO

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de las cuales consta el proceso de venta.

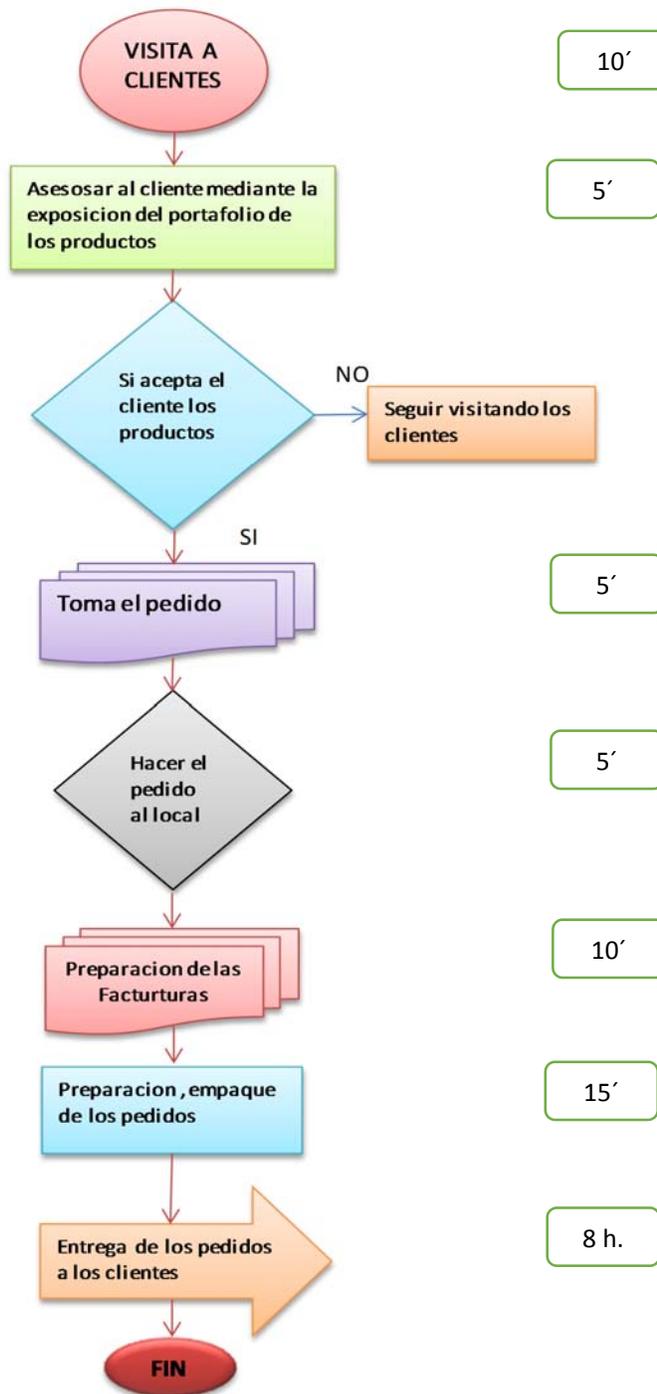
### GRAFICO N°37

### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE VENTAS LOCALES (MATRIZ)



**Fuente:** Proceso de venta locales  
**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N°38**  
**FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE VENTAS FORANEAS**



**Fuente:** Proceso de venta Foráneas  
**Elaborado por:** La Autora

## **DISEÑO ORGANIZACIONAL**

**BASE LEGAL.** - Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

### **ACTA CONSTITUTIVA:**

Para la constitución de la empresa se ha tomado en cuenta el tipo de compañía que mejor se adapte a las actividades; es así que consideró aplicar la Compañía de Responsabilidad Limitada y que una vez constituida legalmente podrá funcionar como comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables.

### **ORGANIZACIÓN LEGAL:**

Según la ley de Compañías, art. 92 y art.95 establece que la Compañía de Responsabilidad Limitada está conformada por no menos de dos personas y un máximo de quince personas que hacen el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva, en caso de excederse tendrán que transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

### **Razón Social**

El nombre bajo el cual operara la empresa se denomina "PLASTICONDOY Cia Ltda".

**Domicilio**

La Empresa estará ubicada en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, ciudad de Piñas, calle Abdón Calderón, por lo tanto, se somete a las leyes vigentes.

**Capital Social**

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, art.102 el capital social estará conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

**Objetivo social**

Al constituirse la empresa “PLASTICONDOY” Cía. Ltda. Tendrá como objetivo la comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables.

**Plazo de Duración**

El plazo de duración es de 5 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo si así lo resuelve la junta general de socios considerando la forma prevista por la ley.

## **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Es la estructura organizativa con que la empresa cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

### **Niveles Jerárquicos de Autoridad**

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley de compañías en cuanto a la administración, más lo que son propios de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

#### **Nivel Legislativo – Directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de empresa los cuales toman el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituido. Para su actuación está representado por la Presidencia.

#### **Nivel Ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, el cual será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **Nivel Asesor**

Este nivel está constituido por el Asesor Jurídico ocasional, el cual orienta las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa.

### **Nivel de Apoyo**

Lo conforma la Secretaria-Contadora, este nivel apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

### **Nivel Operativo**

Este nivel lo conforman los Jefes Departamentales y sus respectivos dependientes, quien es responsable directo de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar fundamental de la comercialización, finanzas y Bodega.

## **ORGANIGRAMAS**

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de cómo está constituida la empresa, la misma que permite determinar las interrelaciones y los niveles de autoridad de la empresa.

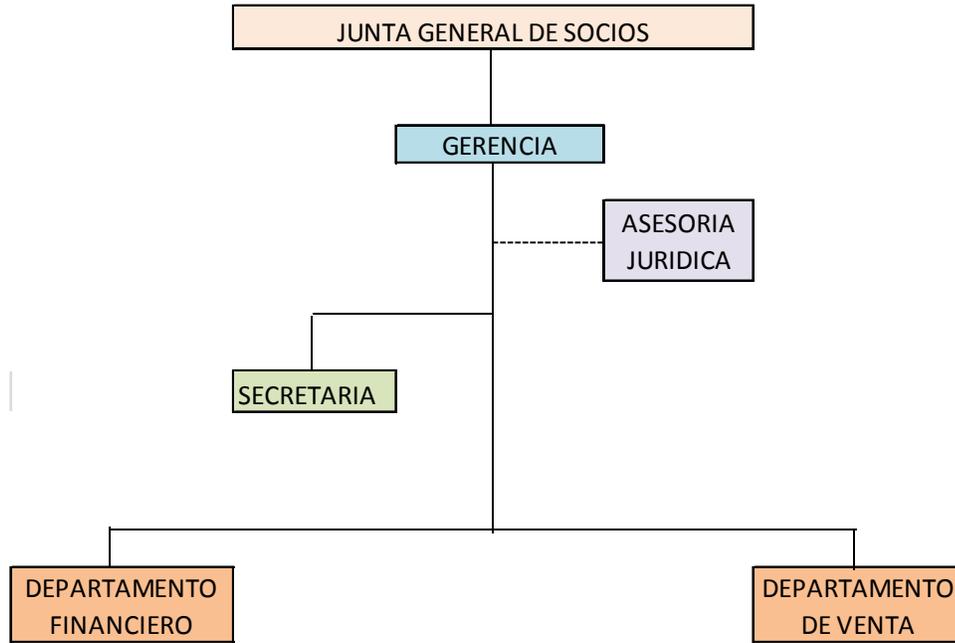
- ✓ **Organigrama Estructural.** - Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

- ✓ **Organigrama Funcional.** - Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.
  
- ✓ **Organigrama de Posición.** - Resaltan dentro de cada unidad los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.

# ORGANIGRAMAS ESTRUCTURAL

## GRAFICO N°39

### COMERCIALIZADORA “PLASTICONDOY” Cia. Ltda



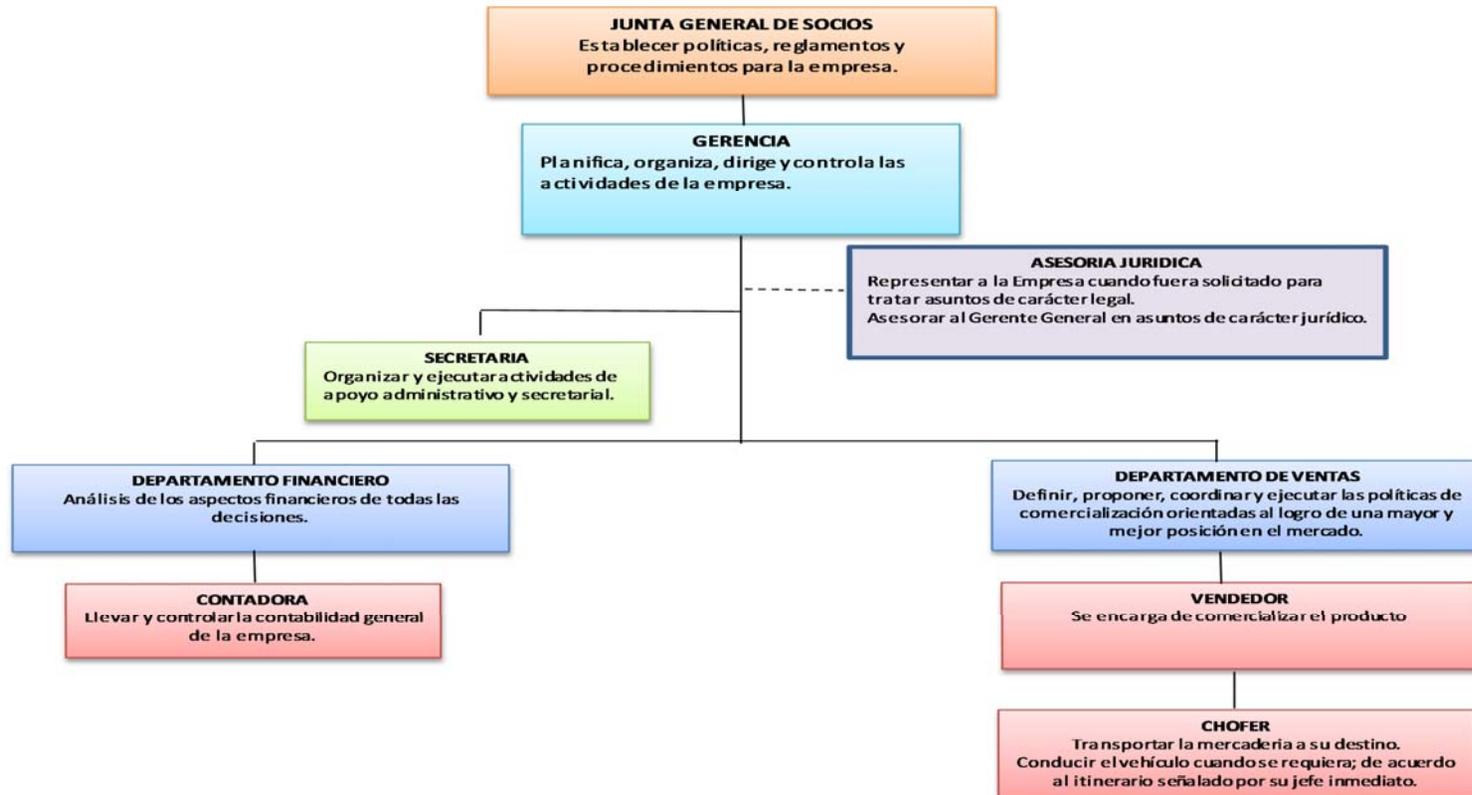
Leyenda		Nivel Legislativo	*
Autoridad	—————	Nivel Ejecutivo	**
Temporal	- - - - -	Nivel Asesor	***
Dependencia		Nivel de Apoyo	****
		Nivel Operativo	*****

**Fuente:** Manuales Administrativos

**Elaborado por:** La Autora

## ORGANIGRAMAS FUNCIONAL

GRAFICO N°40

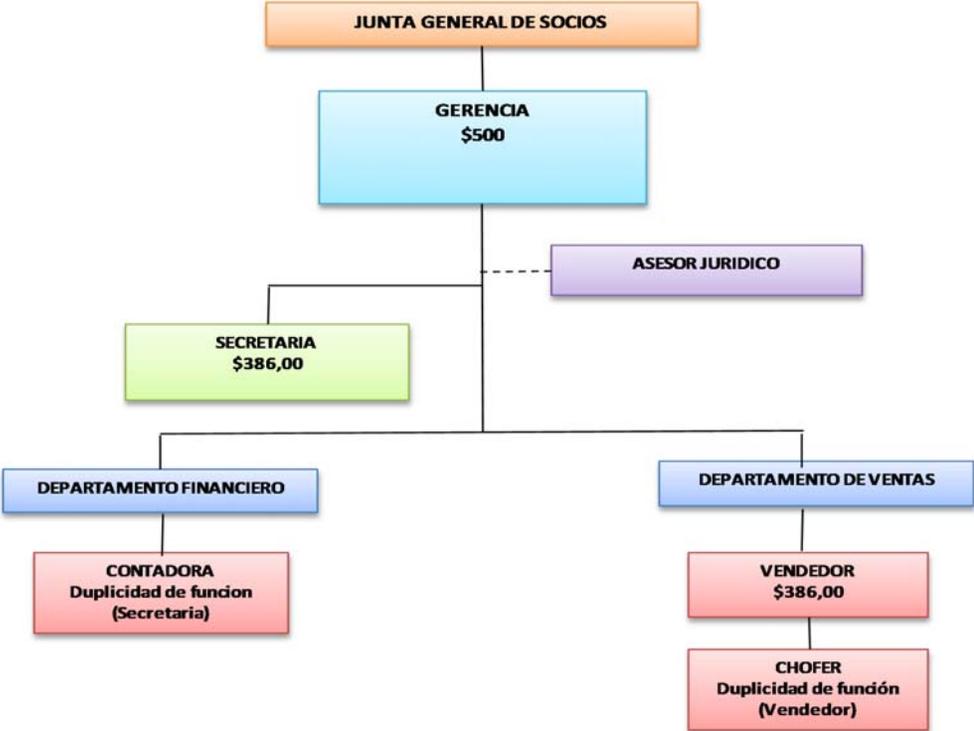


Fuente: Manuales Administrativos  
Elaborado por: La Autora

**ORGANIGRAMA POSICIONAL**

**CUADRO N°41**

**“PLASTICONDOY” Cia. Ltda**



**Fuente:** Manuales Administrativos  
**Elaborado por:** La Autora

## MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones consiste en una fuente de información, de todos los cargos que contará la Empresa, el mismo contiene la descripción precisa de las diferentes actividades y obligaciones que deben desempeñar cada persona que laborará en la Empresa.

### CUADRO N°60

#### MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

<b>CODIGO: 001</b>	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Administración General
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Gerente
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Junta General de Socios
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Ejecutivo
<b>SUBALTERNOS</b>	Todo el personal
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Capacidad para dirigir, llevando a la organización a la obtención de los objetivos planteados, por medio de un equipo de personas y con los medios materiales de que se dispone, lo cual significa “gestionar” los recursos para alcanzar los fines.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa.</li> <li>• Representar legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>• Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal.</li> <li>• Designar actividades a los empleados.</li> <li>• Supervisar todos los departamentos.</li> <li>• Tramitar documentos que el reglamento lo autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento.</li> <li>• Conducir a la empresa al logro de sus objetivos y metas aprovechando los recursos disponibles.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar el personal a su cargo.</li> <li>• Dinero.</li> <li>• Equipo y materiales</li> <li>• Resultados</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACION:</b> Título profesional de Ingeniero en Administración de Empresas.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> mínima 1 año en funciones similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado Por:</b> La autora	

## CUADRO N°61

### MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

<b>CODIGO N°002</b>	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Administración General
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Secretaria
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Apoyo
<b>SUBALTERNOS</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Realizar labores de secretaria y asistencia directa al gerente de la empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar y ejecutar las actividades de apoyo administrativo y secretarial.</li> <li>• Tomar mensajes y transmitirlos a sus superiores.</li> <li>• Llevar la agenda de la gerencia.</li> <li>• Elaborar actas, oficios, memorándum y otros documentos que requiere la gerencia.</li> <li>• Revisar y controlar periódicamente los archivos y documentarse para su respectiva actualización.</li> <li>• Acatar las disposiciones de trabajo y disciplinarias emanadas por el gerente.</li> <li>• Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa y público en general.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACION:</b> Título profesional Secretaria ejecutiva</li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> mínima 1 año en funciones similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado Por: La autora</b>	

**CUADRO N°62**

**MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO**

<b>CODIGO N° 003</b>	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Administración General
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Asesor Jurídico
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Gerente
<b>SUBALTERNOS</b>	Ninguno
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Asesor
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Asesorar en aspectos legales a la empresa para su lícito funcionamiento.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar trámites de carácter legal que la empresa requiera para su funcionamiento.</li> <li>• Asesorar a la empresa sobre asuntos de carácter legal.</li> <li>• Representar conjuntamente con el gerente judicialmente a la empresa.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documentos de Carácter Legal y Confidencial.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACION:</b> Título Abogado, Doctor en Jurisprudencia</li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> mínima 1 año en funciones similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado Por: La autora</b>	

### CUADRO N°63

#### MANUAL DE FUNCIONES DE LA CONTADORA

CODIGO N°004	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Administración General
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Contadora
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Operativo
<b>SUBALTERNOS</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Diseñar, implementar y mantener el sistema integrado de contabilidad de la empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.</li> <li>• Presentar informes y análisis de tipo contable y financiero de las labores que de la empresa.</li> <li>• Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.</li> <li>• Estar al día en las disposiciones tributarias.</li> <li>• Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA,IMPUESTOS,etc.</li> <li>• Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa.</li> <li>• Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACION:</b> Título profesional Contador Público Autorizado.</li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> mínima 1 año en funciones similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado Por: La autora</b>	

## CUADRO N°64

### MANUAL DE FUNCIONES DEL VENDEDOR

<b>CODIGO N° 005</b>	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Ventas
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Vendedor
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Operativo
<b>SUBALTERNOS</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
Su labor principal es la de comercializar el producto a los clientes que lo requieran, ofreciéndoles una buena atención.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercializar el producto.</li> <li>• Llevar el registro ordenado de las ventas.</li> <li>• Promoción y comercialización del producto.</li> <li>• Brindar una buena atención al cliente.</li> <li>• Y demás funciones que se le asigne.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer buenas relaciones interpersonales con los clientes y responsable por la ejecución de las labores de ofertar los productos.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>EDUCACION:</b> Título Ing. Comercial, o a carreras a fines</li> <li>• <b>EXPERIENCIA:</b> mínima 1 año en funciones similares.</li> </ul>	
<b>Elaborado Por: La autora</b>	

## CUADRO N°65

### MANUAL DE FUNCIONES DEL CHOFER

<b>CODIGO N° 006</b>	
<b>DESCRIPCION DEL CARGO</b>	
<b>DEPARTAMENTO</b>	Bodega
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	Chofer
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	Gerente
<b>NIVEL JERARQUICO</b>	Operativo
<b>SUBALTERNOS</b>	Ninguno
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<p>Conducir el vehículo que se le indique en actividades al servicio del departamento y guiarlo en la realización de trabajos asignados, así como mantenerlo limpio y en perfectas condiciones de funcionamiento.</p>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar la mercadería a su destino.</li> <li>• Conducir el vehículo cuando se requiera; de acuerdo al itinerario señalado por su jefe inmediato.</li> <li>• Verificar el funcionamiento del vehículo a su cargo y responsabilizarse del uso adecuado del mismo.</li> <li>• Mantener el vehículo limpio y en condiciones de uso.</li> <li>• Revisar y preparar el vehículo, anticipadamente a su uso.</li> <li>• Reportar a su jefe inmediato cualquier desperfecto del vehículo y conducirlo al taller mecánico para su reparación.</li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traslado de la mercadería.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con licencia de chofer profesional, Conocimientos básico de mecánica automotriz</li> </ul>	
<b>Elaborado Por: La autora</b>	

### **g.3 ESTUDIO FINANCIERO**

Para realizar el estudio de factibilidad para la creación de la empresa comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables se requiere determinar los presupuestos de ingresos y egresos, así como también el análisis de ingresos por ventas, los costos, gastos de inversión fijos, diferidos y capital de trabajo y las fuentes de financiamiento que se utilizarán para la ejecución del proyecto.

#### **INVERSIONES**

Son todas las erogaciones que ocurren o que se presentan en las fases: pre – operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios maquinas, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo.

Para la implementación de la empresa se necesita invertir en tres tipos de activos: activos fijos, activo diferido y activo circulante o capital de trabajo.

- **INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS**

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre estos activos se tiene:

**Muebles y Enseres.** - Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias, tanto de ventas como administrativas.

El monto total del rubro para la nueva unidad productiva asciende a \$ 1.965,00.

<b>CUADRO N°66</b>				
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>ESCRITORIO</b>	Unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>VITRINA CON CAJA</b>	Unidad	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>ESTANTES METALICOS</b>	Unidad	12	\$ 130,00	\$ 1.560,00
<b>SILLAS</b>	Unidad	3	\$ 35,00	\$ 105,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.965,00</b>
<b>Fuente:</b> Mueblería Madeca <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**Equipo de Cómputo.** - Comprende el equipo informático que utilizará la empresa. El monto total del rubro asciende a \$1.200,00.

<b>CUADRO N°67</b>				
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>COMPUTADOR A (Lector de barra, Caja registradora y Impresora)</b>	UNIDAD	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.200,00</b>
<b>Fuente:</b> Innovacompu <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**Equipo de Oficina.** - Se trata del conjunto de máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina. El monto total del rubro asciende a \$205,00.

<b>CUADRO N°68</b>				
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>TELÉFONO</b>	Unidad	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>MOVIL</b>	Unidad	1	\$ 85,00	\$ 85,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 205,00</b>
<b>Fuente:</b> Innovacompu <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**Vehículo:** Tomando en consideración que la empresa debe transportar mercadería y realizar la distribución de los productos a los diferentes lugares donde se expenderá el mismo, para ello se adquirirá un vehículo usado.

CUADRO N°69				
VEHICULO				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAMION JAC (2011)	Unidad	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 18.000,00</b>
Fuente: Concesionario de vehículos Elaborado por: La Autora				

### RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos

CUADRO N°70	
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS	COSTO
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.965,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.200,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 205,00
VEHICULO	\$ 18.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.370.00</b>
Fuente: Cuadro N°66 hasta el N°69 Elaborado por: La Autora	

- **INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS**

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

**Adecuaciones.** - Se hace constar el valor de las adecuaciones del local como por ejemplo las divisiones y lo que se va a necesitar dentro de la empresa.

El monto total de las Adecuaciones de la planta asciende a \$2.152,00.

<b>CUADRO N°71</b>				
<b>ADECUACIONES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>División funcional de madera y vidrio</b>	metros 2	100	\$ 20,00	\$ 2.000,00
<b>Focos</b>	Unidad	3	\$ 6,00	\$ 18,00
<b>Puntos de energía</b>	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
<b>Pintura para el local</b>	metros 2	100	\$ 1,25	\$ 125,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.152,00</b>
<b>Fuente:</b> Ingenieros. Civiles <b>Elaborado por:</b> La Autora				

<b>CUADRO N°72</b>	
<b>RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>ESTUDIOS PRELIMINARES</b>	
Estudio de Mercado	\$ 200,00
Estudio Técnico	\$ 150,00
Estudio Administrativo	\$ 150,00
Estudio Financiero	\$ 150,00
Evaluación Financiera	\$ 150,00
<b>TOTAL ESTUDIOS PRELIMINARES</b>	<b>\$ 800,00</b>
<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN</b>	
Gastos de organización	\$ 150,00
Constitución legal	\$ 250,00
<b>TOTAL GASTOS DE ORGANIZACIÓN</b>	<b>\$ 400,00</b>
<b>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	
Patentes	\$ 22,00
Cuerpo de bomberos	\$ 50,00
<b>TOTAL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO</b>	<b>\$ 72,00</b>
<b>ADECUACIONES</b>	<b>\$ 2.152,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.424,00</b>
<b>Fuente:</b> Cuadro N°71 <b>Elaborado por:</b> La Autora	

- **INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO**

Con esta denominación se designa los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir

todas las obligaciones económicas. Para este Proyecto se establece el capital de operación para un mes.

## COSTO DE COMERCIALIZACIÓN

**Mercaderías:** constituyen los productos indispensables para la comercialización de fundas plásticas y descartables; su cantidad está relacionada de acuerdo a la capacidad de la planta. En este caso mercadería está en función de la cantidad de comercialización que se realizara semanalmente.

A continuación, se detalla la mercadería:

<b>CUADRO N°73</b>				
<b>INVENTARIO FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES</b>				
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>STOCK SEMANAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL SEMANAL</b>
<b>Paquetes</b>	Funda camiseta 16x19	125	\$ 0,80	\$ 100,00
<b>Paquetes</b>	Funda camiseta pequeña	125	\$ 0,60	\$ 75,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 4x8	20	\$ 0,23	\$ 4,60
<b>Paquetes</b>	Funda natural 5x9	20	\$ 0,30	\$ 6,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 6x10	20	\$ 0,40	\$ 8,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 8x12	20	\$ 0,70	\$ 14,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 7x11	20	\$ 0,60	\$ 12,00
<b>Paquetes</b>	Funda natural 6x12	20	\$ 0,42	\$ 8,40
<b>Paquetes</b>	Funda natural 8x15	20	\$ 0,70	\$ 14,00
<b>Paquetes</b>	Rollo 5x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 6x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 8x12	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 9x14	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 10x16	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Rollo 12x14	20	\$ 1,48	\$ 29,60
<b>Paquetes</b>	Fundas para basura	600	\$ 1,40	\$ 840,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1.110</b>		<b>\$ 1.259,60</b>
<b>Fuente:</b> Cuadro N°56 <b>Elaborado por:</b> La Autora				

<b>CUADRO N°74</b>				
<b>INVENTARIO FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES</b>				
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>STOCK SEMANAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL SEMANAL</b>
Paquetes	Viandas amarillas	20	\$ 0,88	\$ 17,60
Paquetes	Soperas	20	\$ 0,66	\$ 13,20
Paquetes	Tarinas plomas 1 libra	20	\$ 2,20	\$ 44,00
Paquetes	Tarrinas 1 libra	20	\$ 3,20	\$ 64,00
Paquetes	Tarrina 1/2	20	\$ 2,90	\$ 58,00
Paquetes	Cucharas grandes	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Paquetes	Cucharas pequeñas	25	\$ 0,45	\$ 11,25
Paquetes	Tenedores	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Paquetes	Cuchillos	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Paquetes	Plato N°6	25	\$ 0,56	\$ 14,00
Paquetes	Pato N°7	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Paquetes	Plato N°8	25	\$ 0,82	\$ 20,50
Paquetes	Plato N°9	25	\$ 0,90	\$ 22,50
Paquetes	Vaso Colero	25	\$ 0,42	\$ 10,50
Paquetes	Vaso 10 onzas	25	\$ 0,75	\$ 18,75
Paquetes	Vaso Térmico N°6	25	\$ 0,60	\$ 15,00
Paquetes	Vaso Térmico N°8	25	\$ 0,70	\$ 17,50
Paquetes	Vaso Térmico N°10	25	\$ 0,80	\$ 20,00
	<b>TOTAL</b>	<b>425</b>		<b>\$ 403,05</b>

**Fuente:** Cuadro N°57  
**Elaborado por:** La Autora

<b>CUADRO N°75</b>					
<b>RESUMEN DE MERCADERIA</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD SEMANAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>COSTO SEMANAL</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Fundas plásticas biodegradables	1.110	57.720	\$ 1.259,60	\$ 5.458,27	\$65.499,20
Descartables	425	22.100	\$ 403,05	\$ 1.746,55	\$20.958,60
<b>TOTAL</b>	<b>1.535</b>	<b>79.820</b>	<b>\$ 1.662,65</b>	<b>\$ 7.204,82</b>	<b>\$86.457,80</b>

**Fuente:** Cuadro N°73;N°74  
**Elaborado por:** La Autora

El capital de trabajo requerido para la comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables es de \$ 7.204,82 mensual.

**Mano de obra directa:** La mano de obra directa es el costo atribuible a las unidades de los productos comercializados por la organización. Por lo tanto, la empresa tiene un vendedor el que se encarga de comercializar las fundas

plásticas biodegradables y descartables atribuyéndole un sueldo mensual de \$400,00.

<b>CUADRO N°76</b>	
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>RUBROS</b>	<b>VENDEDOR</b>
Remuneración básica	\$ 400,00
Décimo tercero	\$ 33,33
Décimo Cuarto	\$ 32,17
Vacaciones	\$ 16,67
Aporte personal 11,15%	\$ 44,60
Fondo de Reserva	\$ -
Aporte al less (0,5%)	\$ 2,00
Aporte al Secap (0,5%)	\$ 2,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 530,77</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 6.369,20</b>
Fuente: Investigación directa Elaborado por: La Autora	

## **COSTO DE OPERACIÓN**

**GASTOS ADMINISTRATIVOS:** comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: remuneraciones, teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo y arriendo de local y otros imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos.

**Remuneraciones:** Constituyen los valores a pagar al personal de apoyo logístico de la empresa, sus valores se detallan en el cuadro siguiente.

<b>CUADRO N°77</b>				
<b>REMUNERACIONES</b>				
<b>RUBROS/ PUESTO</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA- CONTADORA</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Remuneración básica	\$ 600,00	\$386,00		
Décimo tercero	\$ 50,00	\$ 32,17		
Décimo Cuarto	\$ 32,17	\$ 32,17		
Vacaciones	\$ 25,00	\$ 16,08		
Aporte personal 11,15%	66,90	43,04		
Fondo de Reserva	-	-		
Aporte al less (0,5%)	\$ 3,00	\$ 1,93		
Aporte al Secap (0,5%)	\$ 3,00	\$ 1,93		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 780,07</b>	<b>\$ 513,32</b>	<b>\$ 1.293,38</b>	<b>\$15.520,59</b>
Fuente: Investigación directa Elaborado por: La Autora				

**Suministros de oficina:** Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo de la nueva empresa. El monto total mensual asciende a \$75,50

<b>CUADRO N°78</b>				
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Esferos gráficos</b>	Docena	1	\$ 4,00	\$ 4,00
<b>Papel Boom</b>	Resma	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Perforadora</b>	Unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
<b>Carpetas</b>	Unidad	5	\$ 1,00	\$ 5,00
<b>Grapadora</b>	Unidad	2	\$ 5,00	\$ 10,00
<b>Sobres de manila</b>	Decena	1	\$ 1,00	\$ 1,00
<b>Facturas</b>	Ciento	4	\$ 5,00	\$ 20,00
<b>Grapas</b>	Unidad	2	\$ 1,25	\$ 2,50
<b>Tintas</b>	Litro	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 75,50</b>
Fuente: <b>Librería” Don Pancho”</b> Elaborado por: <b>La Autora</b>				

La compra de suministros de oficina se realizará trimestralmente dando un valor anual de \$ 302,00.

**Útiles de aseo.** - Son los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la nueva empresa. El monto total mensual asciende a \$53,00

<b>CUADRO N°79</b>				
<b>ÚTILES DE ASEO</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Desinfectantes</b>	Galón	1	\$ 4,50	\$ 4,50
<b>Escobas</b>	Unidad	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Trapeadores</b>	Unidad	1	\$ 7,00	\$ 7,00
<b>Recogedor para basura</b>	Unidad	1	\$ 2,00	\$ 2,00
<b>Franelas</b>	Unidad	3	\$ 1,00	\$ 3,00
<b>Fundas para basura</b>	Paquetes	3	\$ 1,50	\$ 4,50
<b>Papel Higiénico</b>	Paquetes	1	\$ 8,00	\$ 8,00
<b>Toallas</b>	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00
<b>Botes para basura</b>	Unidad	1	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>Ambientador</b>	Unidad	1	\$ 2,00	\$ 2,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 53,00</b>
Fuente: Comercial Loayza Elaborado por: <b>La Autora</b>				

**Servicios básicos:** Son todos los servicios que se utilizara en el área administrativa entre los cuales podemos mencionar: Agua Potable, Energía Eléctrica, entre otros, etc.

El monto total mensual asciende a \$73,55

<b>CUADRO N°80</b>				
<b>AGUA POTABLE</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua potable	M3	20	\$ 0,40	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$8,00</b>
Fuente: GADM Piñas Elaborado por: La Autora				

<b>CUADRO N°81</b>				
<b>ENERGIA ELÉCTRICA</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Energía eléctrica	kw/h	200	\$ 0,092	\$ 18,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 18,40</b>
Fuente: Empresa eléctrica (EERSA) Elaborado por: La Autora				

<b>CUADRO N°82</b>				
<b>SERVICIO TELEFÓNICO</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Servicio telefónico	Minutos	350	\$ 0,07	\$ 24,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 24,50</b>
Fuente: CNT Elaborado por: La Autora				

<b>CUADRO N°83</b>				
<b>INTERNET</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Internet	Plan	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 30,00</b>
Fuente: CNT Elaborado por: La Autora				

<b>CUADRO N°84</b>				
<b>RESUMEN DE SERVICIOS BÁSICOS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agua potable	M3	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Energía eléctrica	kw/h	200	\$ 0,092	\$ 18,40
Teléfono	minutos	350	\$ 0,07	\$ 24,50
Internet	Plan	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 73,55</b>
<b>Fuente:</b> Cuadro N°80 hasta N°83 <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**ARRIENDO:** Son aquellos gastos que se tiene que destinar al pago de las instalaciones donde funcionara la empresa. El monto total mensual asciende a \$300.00

<b>CUADRO N°85</b>				
<b>ARRIENDO DEL LOCAL</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Arriendo	unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 300,00</b>
<b>Fuente:</b> Investigación directa <b>Elaborado por:</b> La Autora				

<b>CUADRO N°86</b>			
<b>RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>RUBRO</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	
Remuneraciones	\$ 1.293,38	\$ 15.520,59	
suministro de oficina	\$ 75,50	\$ 302,00	
Suministros de limpieza	\$ 53,00	\$ 636,00	
Servicios básicos	\$ 73,55	\$ 882,60	
Arriendo	\$ 300,00	\$ 3.600	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.795,43</b>	<b>\$ 20.941,19</b>	
<b>Fuente:</b> Cuadro N°77;N°78;N°79;N°84;N°85 <b>Elaborado por:</b> La Autora			

- **GASTOS DE VENTA**

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con las operaciones de venta.

**Combustible y lubricantes:** Representan los gastos que implica la movilización y el normal funcionamiento del vehículo de la empresa, esto son: gastos de combustible y aceite. El monto total asciende a \$ 170,00 dólares.

<b>CUADRO N°87</b>				
<b>COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Gasolina</b>	Galón	100	\$ 1,48	\$ 148,00
<b>Aceite</b>	Galón	1	\$ 22,00	\$ 22,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 170,00</b>
<b>Fuente:</b> Gasolinera Piñas <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**Matricula de vehículo:** valor a cancelar para que el vehículo se movilice sin impedimento alguno, los valores se detallan a continuación.

El valor a considerar para el pago de matrícula es de \$250,00 que a su vez es el valor anual.

<b>CUADRO N°88</b>				
<b>MATRICULA DE VEHICULO</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Matricula de Vehículo</b>	Unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 250,00</b>
<b>Fuente:</b> Policía Nacional <b>Elaborado por:</b> La Autora				

**Mantenimiento de vehículo.** - Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el transporte del producto, es necesario dar el respectivo mantenimiento al vehículo para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente al rubro.

<b>CUADRO N°89</b>				
<b>MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO</b>	<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>
Mantenimiento de vehículo	\$ 18.000	7%	\$ 1260,00	\$ 105,00
Fuente: Investigación directa Elaborado por: La autora				

**Material de embalaje:**

<b>CUADRO N°90</b>				
<b>MATERIAL DE EMBALAJE</b>				
<b>RUBRO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Fundas camiseta	Cientos	5	\$ 0,55	\$ 27,50
Fundas quintaleras	Cientos	5	\$ 30,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 177,50</b>
Fuente: Plastiguayas Elaborado por: La Autora				

El valor de capital de trabajo en material de embalaje es de \$ 177,50 mensual que a su vez se constituye un valor anual de \$ 2.130,00

**PUBLICIDAD:** Es la forma de comunicación comercial que busca la empresa para incrementar el consumo del producto a través de la radio que es de mayor preferencia de los consumidores.

El monto total anual asciende a \$720.00

<b>CUADRO N°91</b>				
<b>PUBLICIDAD</b>				
<b>RUBRO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cuñas radiales	Espacio	2	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 60,00</b>
Fuente: Radio Lluvia Elaborado por: La Autora				

## PROMOCIÓN:

CUADRO N°92				
PROMOCIONES				
DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muestras de fundas plásticas biodegradables	cientos	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Exhibidores	unidad	300	\$ 5,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.530,00</b>

**Fuente:** Plastiguayas  
**Elaborado por:** La Autora

CUADRO N°93		
RESUMEN DE GASTO DE VENTAS		
RUBROS	CAPITAL DE TRABAJO	
	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>Combustible y lubricante</b>	\$ 170,00	\$ 2.040,00
<b>Matricula de vehículo</b>	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>Mantenimiento de vehículo</b>	\$ 105,00	\$ 1.260,00
<b>Material de embalaje</b>	\$ 160,00	\$ 1.920,00
<b>Publicidad</b>	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>Promociones</b>	\$ 1.530,00	\$ 1.530,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.275,00</b>	<b>\$ 7.720,00</b>

**Fuente:** Cuadro N°87 hasta N°92  
**Elaborado por:** La Autora

## RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO N°94	
RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO	
COSTO DE COMERCIALIZACION	VALOR
Mercadería	\$ 7.204,82
Mano de obra directa	\$ 530,77
<b>TOTAL COSTO DE COMERCIALIZACION</b>	<b>\$ 7.735,58</b>
COSTO DE OPERACIÓN	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Remuneraciones	\$ 1.293,38
Suministros de oficina	\$ 75,50
Suministros de limpieza	\$ 53,00
Servicios básicos	\$ 73,55
Arriendo	\$ 300,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.795,43</b>
Imprevistos 6%	\$ 107,73
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 1.903,16</b>

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Combustible y lubricantes	\$ 170,00
Matricula de vehículo	\$ 250,00
Material de Embalaje	\$ 160,00
Mantenimiento del vehículo	\$ 105,00
Publicidad	\$ 60,00
Promociones	\$ 1.530,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2.275,00</b>
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 4.178,16</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 11.913,74</b>
Fuente: Cuadro N° 75;N°76;N°86;N°93 Elaborado por: La Autora	

<b>CUADRO N°95</b>	
<b>RESUMEN TOTAL DE LA INVERSION</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 21.370,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 3.424,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 11.913,74
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>\$ 36.707,74</b>
Fuente: Cuadro N° 70;N°72;;N°94 Elaborado por: La Autora	

## **FINANCIAMIENTO**

El proyecto hará uso de fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

### **a) Fuentes internas**

El 59,14% del total de la inversión que corresponde a \$ 21.707,74 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

### **b) Fuentes externas**

Se buscará la alternativa más conveniente, solicitar un préstamo al BAN ECUADOR, al interés más bajo a través de sus líneas de crédito, el cual corresponde al 11,83%.

El crédito que mantendrá la empresa "PLASTICONDOY Cía. Ltda." con el BAN ECUADOR constituirá el 40,86% que corresponde a \$15.000 dólares.

En consecuencia, los rubros de financiamiento se presentan así:

<b>CUADRO N°96</b>		
<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>FUENTES</b>	<b>MONTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Capital propio</b>	\$ 21.707,74	59,14%
<b>Crédito BAN Ecuador</b>	\$ 15.000.00	40,86%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 35.195,24</b>	<b>100%</b>
<b>Fuente: BAN ECUADOR</b> <b>Elaborado por: La Autora</b>		

## **ANALISIS DE COSTO**

### **Determinación del costo total de comercialización**

En esta parte del estudio se realiza un análisis pormenorizado de lo que implica la etapa operativa durante el ejercicio económico (un año); esto implica calcular en detalle el costo de Comercialización y el costo de operación.

### **COSTO DE COMERCIALIZACION**

Se influyen los valores de las cuentas consideradas en el capital de trabajo más las correspondientes depreciaciones.

- **Mercadería:** el valor anual para comercializar de fundas plásticas biodegradables y descartables es de 79.820 paquetes dando un total de \$ 86,457,80
- **Mano de obra:** el valor anual por el pago de este concepto al empleado asciende \$ 6 369.20 dólares.

<b>CUADRO N°97</b>		
<b>RESUMEN COSTO DE COMERCIALIZACION</b>		
<b>MERCADERIA</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Fundas plásticas biodegradables</b>	57.720	\$ 65.499,20
<b>Descartables</b>	22.100	\$ 20.958,60
<b>Mano de obra directa</b>		\$ 6.369,20
<b>TOTAL COSTO DE COMERCIALIZACION</b>		<b>\$ 92.827,00</b>
<b>Fuente: Cuadro N°75 y N°76</b> <b>Elaborado por: La Autora</b>		

## DEPRECIACIONES

Las depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles; los bienes a depreciarse están bajo las normas que determina el S.R.I fórmula de ecuación línea recta.

CUADRO N°98					
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA					
ACTIVO	% DEPR.	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
Equipo de oficina	10%	10	\$ 205,00	\$ 20,50	\$ 102,50
Fuente: Cuadro N°68 Elaborado por: La Autora					

CUADRO N°99					
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES					
ACTIVO	% DEPR.	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
Muebles y enseres	10%	10	\$ 1.965,00	\$ 196,50	\$ 982,50
Fuente: Cuadro N°66 Elaborado por: La Autora					

CUADRO N°100					
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO					
ACTIVO	% DEPR.	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
Equipo de computo	33%	3	\$ 1.200,00	\$ 400,00	-
Fuente: Cuadro N°67 Elaborado por: La Autora					

El valor por depreciación es de \$ 400,00. Puesto que este activo tiene una vida útil inferior al horizonte del proyecto para los años posteriores se debe realizar las reinversiones correspondientes.

### Reinversión

Se las realiza cuando la vida útil del bien es menor a la vida del proyecto. Para efectos de cálculos se utilizará la tasa de inflación de 2,49% en el costo actual del bien.

<b>CUADRO N°101</b>			
<b>REINVERSION EQUIPO DE COMPUTO</b>			
<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>2,49%</b>
Computadora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.229,88
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.200,00</b>	<b>\$ 1.229,88</b>
Fuente: Cuadro N°67 Elaborado por: La Autora			

### Depreciación de la Reinversión

<b>CUADRO N°102</b>					
<b>DEPRECIACION DE LA REINVERSION</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>% DEPR.</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>COSTO</b>	<b>DEPR. ANUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>
Equipo de computo	33%	3	\$ 1.229,88	\$ 409,96	\$ 409,96
Fuente: Cuadro N°67 Elaborado por: La Autora					

### COSTO DE OPERACIÓN

Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros gastos como son los intereses.

#### Gastos de administración

Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, entre estos tenemos: remuneraciones, suministros de oficina, servicios básicos, etc.

<b>CUADRO N°103</b>	
<b>RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Remuneraciones	\$ 15.520,59
Suministros de oficina	\$ 302,00
Suministros de limpieza	\$ 636,00
Servicios básicos	\$ 882,60
Arriendo	\$ 3.600,00
Depr. Equipo oficina	\$ 20,50
Depr. Equipo computo	\$ 400,00
Depr. Muebles y encerres	\$ 196,50
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 21.558,19</b>
Fuente: Cuadro N°86;N°98;N°99;N°100 Elaborado por: La Autora	

## Gastos de ventas

Bajo de este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto. Se incluye las depreciaciones correspondientes.

CUADRO N°104					
DEPRECIACION VEHICULO					
ACTIVO	% DEPR.	VIDA UTIL	COSTO	DEPR. ANUAL	VALOR RESIDUAL
Vehículo	20%	5	\$ 18.000,00	\$ 3 600,00	-
Fuente: Cuadro N°69 Elaborado por: La Autora					

CUADRO N°105	
RESUMEN GASTOS DE VENTAS	
RUBRO	VALOR ANUAL
Combustible y lubricante	\$ 2.040,00
Matricula de vehículo	\$ 250,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 1.260,00
Material de embalaje	\$ 1.920,00
Publicidad	\$ 720,00
Promociones	\$ 1.530,00
Depr. Vehículo	\$ 3.600,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 11.320,00</b>
Fuente: Cuadro N°93 y N°104 Elaborado por: La Autora	

## Gastos financieros

Se incluye bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamos.

- **AMORTIZACIÓN**

Gasto financiero que lo constituyen los intereses del crédito para llevar a efecto la operatividad de la empresa.

- **MONTO:** \$ 15 000,00
- **INTERÉS:** 11,83%
- **PLAZO:** 3 AÑOS (6 SEMESTRES)
- **PAGOS ANUALES:** 2

CUADRO N°106						
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO						
AÑOS	BIMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
						\$ 15.000,00
1	1	\$ 15.000,00	\$ 2.500,00	\$ 887,25	\$ 3.387,25	\$ 12.500,00
	2	\$ 12.500,00	\$ 2.500,00	\$ 739,38	\$ 3.239,38	\$ 10.000,00
2	3	\$ 10.000,00	\$ 2.500,00	\$ 591,50	\$ 1.908,50	\$ 7.500,00
	4	\$ 7.500,00	\$ 2.500,00	\$ 443,63	\$ 2.943,63	\$ 5.000,00
3	5	\$ 5.000,00	\$ 2.500,00	\$ 295,75	\$ 2.795,75	\$ 2.500,00
	6	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 147,88	\$ 2.647,88	\$ -
Fuente: BAN ECUADOR Elaborado por: La Autora						

CUADRO N°107				
INTERÉS				
DESCRIPCIÓN	AÑOS			TOTAL
	1	2	3	
Interés	\$ 1.626,63	\$ 1.035,13	\$ 443,63	\$ 3.105,38
Fuente: Cuadro N°106 Elaborado por: La Autora				

**Otros gastos:** Dentro de este rubro se consideran a la amortización de activos diferidos ya que este rubro no significa egreso o salida de dinero en efectivo, sino que se va amortizando año a año de acuerdo a lo que establece la ley que es de 5 años.

CUADRO N°108		
AMORTIZACION DE ACTIVOS DEFERIDO		
DESCRIPCION	TOTAL	AMORTIZACION (5AÑOS)
Activos diferidos	\$ 3.424,00	\$ 684,80
Fuente: Cuadro N°72 Elaborado por: La Autora		

CUADRO N°109		
AMORTIZACION DEL CREDITO O CAPITAL		
DESCRIPCION	AMORTIZACION SEMESTRAL	AMORTIZACION ANUAL
Amortización capital	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
Fuente: Cuadro N°106 Elaborado por: La Autora		

Una vez clasificadas las cuentas se calcula el costo total de comercialización en base a la formula siguiente:

**Costo total comercialización:** Costo comercialización + Costos de operación

COSTO COMERCIALIZACION=	\$ 92.827,00	\$ 40.189,61
<b>COSTO COMERCIALIZACION=</b>	<b>\$</b>	<b>133.016,61</b>

**Costo de operación:** Gastos administración + Gastos de venta+ Gastos financieros.

COSTO DE OPERACIÓN=	\$ 21.558,19	\$ 11.320,00	\$ 1.626,63	\$ 5.684,80
<b>COSTO DE OPERACIÓN=</b>	<b>\$</b>			<b>40.189,61</b>

El costo total de comercialización para el primer año es de \$ 133.016,61 con un volumen de comercialización de 79.820 paquetes de fundas plásticas biodegradables y descartables.

**Costo unitario**

Permite conocer el costo real por cada unidad del producto, para ello se utiliza

la siguiente formula:  $CUP = \frac{CT}{\# \text{ Unidades comercializadas}}$

El costo de comercialización se detalla a continuación:

**CUADRO N° 110**

**INVENTARIO FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES**

DESCRIPCIÓN	STOCK ANUAL	COSTO UNITARIO (PAQUETES)	COSTO TOTAL ANUAL	PROMEDIO	COSTO DE COMERCIALIZACIÓN	COSTO DE OPERACIÓN	COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN	COSTO UNITARIO
					<b>\$ 92.827,00</b>	<b>\$ 40.189,61</b>		
Funda camiseta 16x19	6.500	\$ 0,80	\$ 5.200,00	6%	\$ 5.583,08	\$ 2.417,20	\$ 8.000,28	\$ 1,23
Funda camiseta pequeña	6.500	\$ 0,60	\$ 3.900,00	5%	\$ 4.187,31	\$ 1.812,90	\$ 6.000,21	\$ 0,92
Funda natural 4x8	1.040	\$ 0,23	\$ 239,20	0,3%	\$ 256,82	\$ 111,19	\$ 368,01	\$ 0,35
Funda natural 5x9	1.040	\$ 0,30	\$ 312,00	0,4%	\$ 334,98	\$ 145,03	\$ 480,02	\$ 0,46
Funda natural 6x10	1.040	\$ 0,40	\$ 416,00	0,5%	\$ 446,65	\$ 193,38	\$ 640,02	\$ 0,62
Funda natural 8x12	1.040	\$ 0,70	\$ 728,00	1%	\$ 781,63	\$ 338,41	\$ 1.120,04	\$ 1,08
Funda natural 7x11	1.040	\$ 0,60	\$ 624,00	1%	\$ 669,97	\$ 290,06	\$ 960,03	\$ 0,92
Funda natural 6x12	1.040	\$ 0,42	\$ 436,80	1%	\$ 468,98	\$ 203,04	\$ 672,02	\$ 0,65
Funda natural 8x15	1.040	\$ 0,70	\$ 728,00	1%	\$ 781,63	\$ 338,41	\$ 1.120,04	\$ 1,08
Rollo 5x12	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Rollo 6x12	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Rollo 8x12	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Rollo 9x14	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Rollo 10x16	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Rollo 12x14	1.040	\$ 1,48	\$ 1.539,20	2%	\$ 1.652,59	\$ 715,49	\$ 2.368,08	\$ 2,28
Fundas para basura	31.200	\$ 1,40	\$ 43.680,00	51%	\$ 46.897,83	\$ 20.304,50	\$ 67.202,33	\$ 2,15
Viandas amarillas	1.040	\$ 0,88	\$ 915,20	1%	\$ 982,62	\$ 425,43	\$ 1.408,05	\$ 1,35
Soperas	1.040	\$ 0,66	\$ 686,40	1%	\$ 736,97	\$ 319,07	\$ 1.056,04	\$ 1,02
Tarinas plomas 1 libra	1.040	\$ 2,20	\$ 2.288,00	3%	\$ 2.456,55	\$ 1.063,57	\$ 3.520,12	\$ 3,38
Tarrinas 1 libra	1.040	\$ 3,20	\$ 3.328,00	4%	\$ 3.573,17	\$ 1.547,01	\$ 5.120,18	\$ 4,92

<b>Tarrina 1/2</b>	1.040	\$ 2,90	\$ 3.016,00	3%	\$ 3.238,18	\$ 1.401,98	\$ 4.640,16	\$ 4,46
<b>Cucharas grandes</b>	1.300	\$ 0,50	\$ 650,00	1%	\$ 697,88	\$ 302,15	\$ 1.000,03	\$ 0,77
<b>Cucharas pequeñas</b>	1.300	\$ 0,45	\$ 585,00	1%	\$ 628,10	\$ 271,94	\$ 900,03	\$ 0,69
<b>Tenedores</b>	1.300	\$ 0,50	\$ 650,00	1%	\$ 697,88	\$ 302,15	\$ 1.000,03	\$ 0,77
<b>Cuchillos</b>	1.300	\$ 0,50	\$ 650,00	1%	\$ 697,88	\$ 302,15	\$ 1.000,03	\$ 0,77
<b>Plato N°6</b>	1.300	\$ 0,56	\$ 728,00	1%	\$ 781,63	\$ 338,41	\$ 1.120,04	\$ 0,86
<b>Pato N°7</b>	1.300	\$ 0,75	\$ 975,00	1%	\$ 1.046,83	\$ 453,23	\$ 1.500,05	\$ 1,15
<b>Plato N°8</b>	1.300	\$ 0,82	\$ 1.066,00	1%	\$ 1.144,53	\$ 495,53	\$ 1.640,06	\$ 1,26
<b>Plato N°9</b>	1.300	\$ 0,90	\$ 1.170,00	1%	\$ 1.256,19	\$ 543,87	\$ 1.800,06	\$ 1,38
<b>Vaso Colero</b>	1.300	\$ 0,42	\$ 546,00	1%	\$ 586,22	\$ 253,81	\$ 840,03	\$ 0,65
<b>Vaso 10 onzas</b>	1.300	\$ 0,75	\$ 975,00	1%	\$ 1.046,83	\$ 453,23	\$ 1.500,05	\$ 1,15
<b>Vaso Térmico N°6</b>	1.300	\$ 0,60	\$ 780,00	1%	\$ 837,46	\$ 362,58	\$ 1.200,04	\$ 0,92
<b>Vaso Térmico N°8</b>	1.300	\$ 0,70	\$ 910,00	1%	\$ 977,04	\$ 423,01	\$ 1.400,05	\$ 1,08
<b>Vaso Térmico N°10</b>	1.300	\$ 0,80	\$ 1.040,00	1%	\$ 1.116,62	\$ 483,44	\$ 1.600,06	\$ 1,23
<b>TOTAL</b>	79.820	\$ 33,12	\$ 86.457,80	100%	\$ 92.827,00	\$ 40.189,61	\$ 133.016,61	\$ 50,96
<b>Elaborado por: La Autora</b>								

## **DETERMINACION DE INGRESOS**

Toda propuesta de inversión dentro de su horizonte contempla 3 fuentes de ingresos que son: 1. VENTAS; 2. VALOR RESIDUAL; 3. OTROS INGRESOS.

Los ingresos por ventas están en función de las unidades vendidas y el precio de venta.

### **Precio de venta al público**

El precio de venta responde a la política que la empresa haya determinado

En este caso la política de la empresa determina que el precio de venta se calcula agregando un 15% de utilidad para el año 1 y 2; para el año 3, 4 y 5 se considerara una utilidad del 18% sobre lo obtenido de la siguiente forma:

El ingreso por ventas se lo obtiene al multiplicar las unidades vendidas por precio de venta al público.

A continuación, se detalla el P.V.P por cada tipo de fundas plásticas y descartables.

CUADRO N°111						
FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES						
DESCRIPCIÓN	STOCK ANUAL	COSTO UNITARIO	15%	PVP	PRECIO AJUSTADO	TOTAL DE INGRESOS
Funda camiseta 16x19	6.500	\$ 1,23	\$ 0,18	\$ 1,42	\$ 1,45	\$ 9.425,00
Funda camiseta pequeña	6.500	\$ 0,92	\$ 0,14	\$ 1,06	\$ 1,05	\$ 6.825,00
Funda natural 4x8	1.040	\$ 0,35	\$ 0,05	\$ 0,41	\$ 0,40	\$ 416,00
Funda natural 5x9	1.040	\$ 0,46	\$ 0,07	\$ 0,53	\$ 0,55	\$ 572,00
Funda natural 6x10	1.040	\$ 0,62	\$ 0,09	\$ 0,71	\$ 0,70	\$ 728,00
Funda natural 8x12	1.040	\$ 1,08	\$ 0,16	\$ 1,24	\$ 1,25	\$ 1.300,00
Funda natural 7x11	1.040	\$ 0,92	\$ 0,14	\$ 1,06	\$ 1,05	\$ 1.092,00
Funda natural 6x12	1.040	\$ 0,65	\$ 0,10	\$ 0,74	\$ 0,75	\$ 780,00
Funda natural 8x15	1.040	\$ 1,08	\$ 0,16	\$ 1,24	\$ 1,25	\$ 1.300,00
Rollo 5x12	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Rollo 6x12	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Rollo 8x12	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Rollo 9x14	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Rollo 10x16	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Rollo 12x14	1.040	\$ 2,28	\$ 0,34	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2.756,00
Fundas para basura	31.200	\$ 2,15	\$ 0,32	\$ 2,48	\$ 2,50	\$ 78.000,00
Viandas amarillas	1.040	\$ 1,35	\$ 0,20	\$ 1,56	\$ 1,55	\$ 1.612,00
Soperas	1.040	\$ 1,02	\$ 0,15	\$ 1,17	\$ 1,20	\$ 1.248,00
Tarinas plomas 1 libra	1.040	\$ 3,38	\$ 0,51	\$ 3,89	\$ 3,90	\$ 4.056,00
Tarrinas 1 libra	1.040	\$ 4,92	\$ 0,74	\$ 5,66	\$ 5,70	\$ 5.928,00
Tarrina 1/2	1.040	\$ 4,46	\$ 0,67	\$ 5,13	\$ 5,15	\$ 5.356,00
Cucharas grandes	1.300	\$ 0,77	\$ 0,12	\$ 0,88	\$ 0,90	\$ 1.170,00

<b>Cucharas pequeñas</b>	1.300	\$ 0,69	\$ 0,10	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 1.040,00
<b>Tenedores</b>	1.300	\$ 0,77	\$ 0,12	\$ 0,88	\$ 0,90	\$ 1.170,00
<b>Cuchillos</b>	1.300	\$ 0,77	\$ 0,12	\$ 0,88	\$ 0,90	\$ 1.170,00
<b>Plato N°6</b>	1.300	\$ 0,86	\$ 0,13	\$ 0,99	\$ 1,00	\$ 1.300,00
<b>Pato N°7</b>	1.300	\$ 1,15	\$ 0,17	\$ 1,33	\$ 1,35	\$ 1.755,00
<b>Plato N°8</b>	1.300	\$ 1,26	\$ 0,19	\$ 1,45	\$ 1,45	\$ 1.885,00
<b>Plato N°9</b>	1.300	\$ 1,38	\$ 0,21	\$ 1,59	\$ 1,60	\$ 2.080,00
<b>Vaso Colero</b>	1.300	\$ 0,65	\$ 0,10	\$ 0,74	\$ 0,75	\$ 975,00
<b>Vaso 10 onzas</b>	1.300	\$ 1,15	\$ 0,17	\$ 1,33	\$ 1,35	\$ 1.755,00
<b>Vaso Térmico N°6</b>	1.300	\$ 0,92	\$ 0,14	\$ 1,06	\$ 1,05	\$ 1.365,00
<b>Vaso Térmico N°8</b>	1.300	\$ 1,08	\$ 0,16	\$ 1,24	\$ 1,25	\$ 1.625,00
<b>Vaso Térmico N°10</b>	1.300	\$ 1,23	\$ 0,18	\$ 1,42	\$ 1,45	\$ 1.885,00
<b>TOTAL</b>	<b>79.820</b>	<b>\$50,96</b>	<b>\$ 7,64</b>	<b>\$ 58,60</b>	<b>\$ 59,10</b>	<b>\$ 154.349,00</b>
<b>Elaborado por:</b> La Autora						

## **PRESUPUESTO PROFORMADO**

Para poder valorar la inversión y su rendimiento es necesario proyectar los costos y los ingresos para el horizonte del proyecto, tomando en consideración la evolución de variables que marcan los cambios en los precios de los bienes y servicios en este caso la inflación.

El incremento de los costos se lo realizara con una tasa del 2,49%, siendo esta la tasa de inflación promedio anual de los 5 últimos años, razón por la que se hace este incremento es por la inestabilidad política y económica del país.

CUADRO N°112					
PRESUPUESTO					
AÑOS	1	2	3	4	5
<b>COSTO DE COMERCIALIZACIÓN</b>					
Mercadería	\$ 86.457,80	\$ 88.610,60	\$ 90.817,00	\$ 93.078,35	\$ 95.396,00
Mano de obra directa	\$ 6.369,20	\$ 6.937,75	\$ 7.110,50	\$ 7.287,55	\$ 7.469,01
<b>TOTAL COSTO DE COMERCIALIZACION</b>	<b>\$ 92.827,00</b>	<b>\$ 95.548,35</b>	<b>\$ 97.927,51</b>	<b>\$ 100.365,90</b>	<b>\$ 102.865,01</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>					
Remuneraciones	\$ 15.520,59	\$ 16.917,60	\$ 17.338,85	\$ 17.770,59	\$ 18.213,08
Suministros de oficina	\$ 302,00	\$ 309,52	\$ 317,23	\$ 325,13	\$ 333,22
Suministros de limpieza	\$ 636,00	\$ 651,84	\$ 668,07	\$ 684,70	\$ 701,75
Servicios básicos	\$ 882,60	\$ 904,58	\$ 927,10	\$ 950,19	\$ 973,85
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.689,64	\$ 3.781,51	\$ 3.875,67	\$ 3.972,18
Depr. Equipo oficina	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 20,50	\$ 20,50
Depr. Equipo computo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 409,96	\$ 409,96
Depr. Muebles y encerres	\$ 196,50	\$ 196,50	\$ 196,50	\$ 196,50	\$ 196,50
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 21.558,19</b>	<b>\$ 23.090,17</b>	<b>\$ 23.649,76</b>	<b>\$ 24.233,23</b>	<b>\$ 24.821,03</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Combustible y lubricante	\$ 2.040,00	\$ 2.090,80	\$ 2.142,86	\$ 2.196,21	\$ 2.250,90
Matricula de vehículo	\$ 250,00	\$ 256,23	\$ 262,61	\$ 269,14	\$ 275,85
Mantenimiento de vehículo	\$ 1.260,00	\$ 1.291,37	\$ 1.323,53	\$ 1.356,49	\$ 1.390,26
Material de embalaje	\$ 1.920,00	\$ 1.967,81	\$ 2.016,81	\$ 2.067,02	\$ 2.118,49
Publicidad	\$ 720,00	\$ 737,93	\$ 756,30	\$ 775,13	\$ 794,44
Promociones	\$ 1.530,00				
Depr. Vehículo	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 11.320,00</b>	<b>\$ 9.944,13</b>	<b>\$ 10.102,10</b>	<b>\$ 10.264,00</b>	<b>\$ 10.429,94</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Interés	\$ 1.626,63	\$ 1.035,13	\$ 443,63	\$ -	\$ -

<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 1.626,63	\$ 1.035,13	\$ 443,63		
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortización del crédito	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -
Amortización del activo diferido	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	\$ 5.684,80	\$ 5.684,80	\$ 5.684,80	\$ 684,80	\$ 684,80
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	\$ 40.189,61	\$ 39.754,23	\$ 40.100,87	\$ 35.408,12	\$ 36.167,47
<b>COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACION</b>	\$ 133.016,61	\$ 135.302,58	\$ 137.807,79	\$ 135.547,94	\$ 138.800,78
<b>Elaborado por: La Autora</b>					

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este estado financiero permite presentar información sobre las utilidades que recibirán los inversionistas durante el horizonte del proyecto. El esquema de presentación difiere del que manejan los contadores pues su información se centra en el detalle de cada una de las cuentas que registra el plan de cuentas de la organización; en el presente caso el ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS se presenta en el cuadro siguiente:

<b>CUADRO N°113</b>					
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>INGRESOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>	\$ 154.349,00	\$157.157,00	\$162.994,00	\$ 160.888,00	\$ 164.060,00
<b>(+) Valor residual</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.494,96
<b>(+) Otros ingresos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$154.349,00</b>	<b>\$157.157,00</b>	<b>\$ 162.994,00</b>	<b>\$ 160.888,00</b>	<b>\$ 165.554,96</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Costos de comercialización</b>	\$ 92.827,00	\$ 95.548,35	\$ 97.927,51	\$ 100.365,90	\$ 102.865,01
<b>Costos de operación</b>	\$ 40.189,61	\$ 39.754,23	\$ 39.880,28	\$ 35.182,03	\$ 35.935,76
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$133.016,61</b>	<b>\$135.302,58</b>	<b>\$137.807,79</b>	<b>\$ 135.547,94</b>	<b>\$ 138.800,78</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 21.332,39</b>	<b>\$ 21.854,42</b>	<b>\$ 25.186,21</b>	<b>\$ 25.340,06</b>	<b>\$ 26.754,18</b>
<b>(-)15% Utilidad de trabajadores</b>	\$ 3.199,86	\$ 3.278,16	\$ 3.777,93	\$ 3.801,01	\$ 4.013,13
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 18.132,53</b>	<b>\$ 18.576,25</b>	<b>\$ 21.408,28</b>	<b>\$ 21.539,05</b>	<b>\$ 22.741,06</b>
<b>(-)22% Impuesto a la renta</b>	\$ 3.989,16	\$ 4.086,78	\$ 4.709,82	\$ 4.738,59	\$ 5.003,03
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>\$ 14.143,37</b>	<b>\$ 14.489,48</b>	<b>\$ 16.698,46</b>	<b>\$ 16.800,46</b>	<b>\$ 17.738,02</b>
<b>(-)10% Reserva Legal</b>	\$ 1.414,34	\$ 1.448,95	\$ 1.669,85	\$ 1.680,05	\$ 1.773,80
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12.729,04</b>	<b>\$ 13.040,53</b>	<b>\$ 15.028,61</b>	<b>\$ 15.120,42</b>	<b>\$ 15.964,22</b>
<b>Elaborado por: La Autora</b>					

## CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

- **Costos fijos:** son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción, se incurren en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.
- **Costos variables:** constituyen los valores en que incurre la empresa en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

CUADRO N°114		
CLASIFICACIÓN DE COSTOS		
COSTOS VARIABLES		
	AÑO 1	AÑOS
Mercadería	\$ 86.457,80	\$ 95.396,00
Combustible y lubricantes	\$ 2.040,00	\$ 2.250,90
Material de embalaje	\$ 1.920,00	\$ 2.118,49
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>\$ 90.417,80</b>	<b>\$ 99.765,39</b>
COSTOS FIJOS		
Remuneraciones	\$ 15.520,59	\$ 18.213,08
Mano de obra directa	\$ 6.369,20	\$ 7.469,01
Suministros de oficina	\$ 302,00	\$ 333,22
Suministros de limpieza	\$ 636,00	\$ 701,75
Servicios básicos	\$ 882,60	\$ 973,85
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.972,18
Depr. Equipo oficina	\$ 20,50	\$ 20,50
Depr. Equipo computo	\$ 400,00	\$ 409,96
Depr. Muebles y encerados	\$ 196,50	\$ 196,50
Matricula de vehículo	\$ 250,00	\$ 275,85
Mantenimiento de vehículo	\$ 1.260,00	\$ 1.390,26
Publicidad	\$ 720,00	\$ 794,44
Promociones	\$ 1.530,00	
Depr. Vehículo	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Interés	\$ 1.626,63	\$ -
Amortización del crédito	\$ 5.000,00	\$ -
Amortización del activo diferido	\$ 684,80	\$ 684,80
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 42.598,81</b>	<b>\$ 39.035,39</b>
<b>TOTAL COSTO FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>\$ 133.016,61</b>	<b>\$ 138.800,78</b>
Elaborado por: La Autora		

## DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos determinado por algunos autores como PUNTO MUERTO porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce un punto de equilibrio cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas; si vendemos unidades sobrepasando el punto de equilibrio entonces se consideran las utilidades.

### CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO N°1

#### a) En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{42.598,81}{1 - \left(\frac{90.417,80}{154.349,00}\right)}$$

$$PE = \frac{42.598,81}{0,414198991}$$

$$PE = 102.846,25$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$ 102.846,25 dólares no obtiene ganancias ni tiene pérdida.

#### b) En función de la Capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{42.598,81}{154.349,00 - 90.417,80} \times 100$$

$$PE = \frac{42.598,81}{63.931,20} \times 100$$

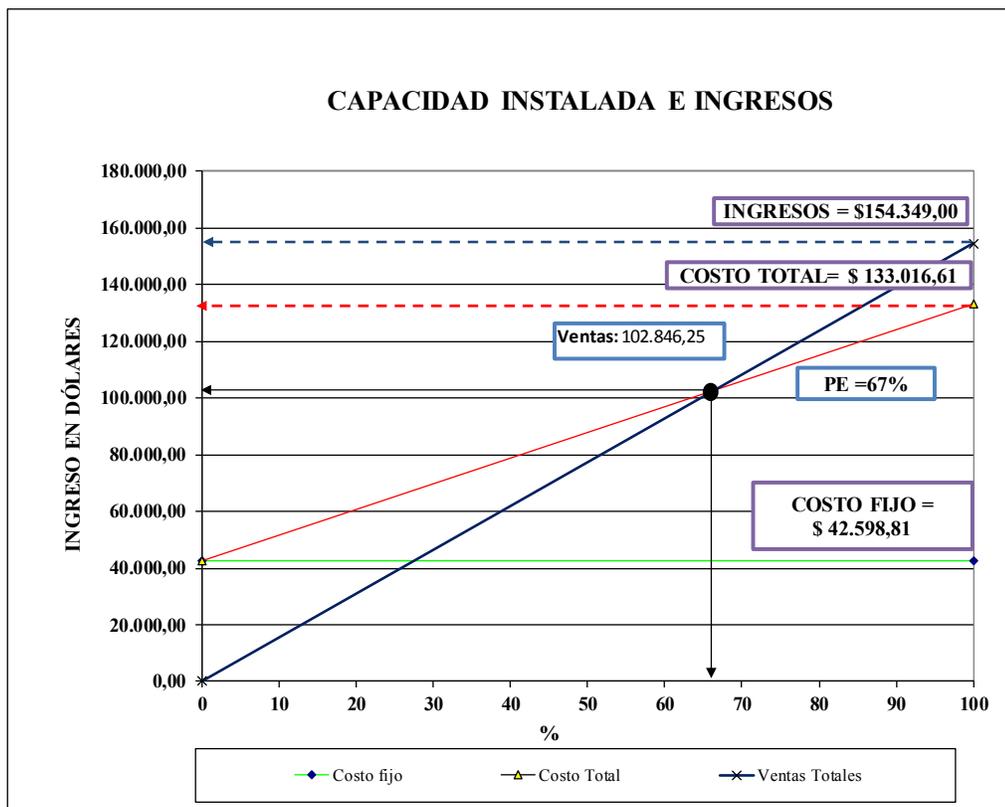
$$PE = 0,66632275 \times 100$$

$$PE = 67\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 67% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

### GRAFICO N°39

#### PUNTO DE EQUILIBRIO Año 1



## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO Año N°5

### a) En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left(\frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}\right)}$$

$$PE = \frac{39.035,39}{1 - \left(\frac{99.765,39}{164.060,00}\right)}$$

$$PE = \frac{39.035,39}{(0,60810308)}$$

$$PE = 99.606,26$$

Significa que si la empresa obtiene por ventas \$ 99.696,26 dólares no obtiene ganancias ni tiene pérdida.

### b) En función de la Capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{39.035,39}{164.060,00 - 99.765,39} \times 100$$

$$PE = \frac{39.035,39}{64.294,61} \times 100$$

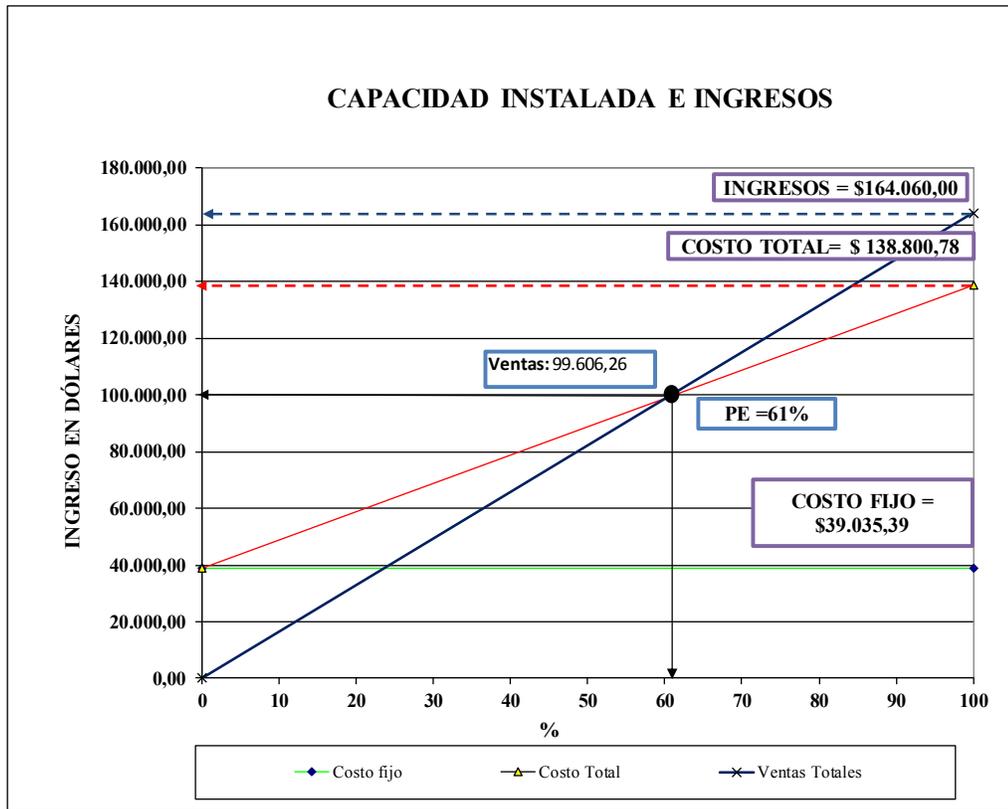
$$PE = 0,607133109 \times 100$$

$$PE = 61\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 61% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

# GRAFICO N°40

## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



## **g.4 EVALUACIÓN FINANCIERA**

Esta evaluación busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que se puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

### **Flujo de caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

A continuación, se detalla el flujo de caja de la empresa:

<b>CUADRO N°115</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>INGRESOS</b>						
(+)Ventas	\$ -	\$ 154.349,00	\$ 157.157,00	\$ 162.994,00	\$ 160.888,00	\$ 164.060,00
(+)Crédito	\$15.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Capital Propio	\$21.707,74	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Valor Residual	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.494,96
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$36.707,74</b>	<b>\$ 154.349,00</b>	<b>\$ 157.157,00</b>	<b>\$ 162.994,00</b>	<b>\$ 160.888,00</b>	<b>\$ 165.554,96</b>
<b>EGRESOS</b>						
(+)Activo Fijo	\$21.370,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Activo Capital	\$11.913,74	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Activo Diferido	\$ 3.424,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+)Costo de comercialización		\$ 92.827,00	\$ 95.548,35	\$ 97.927,51	\$ 100.365,90	\$ 2.865,01
(+)Costo de operación		\$ 40.189,61	\$ 39.754,23	\$ 39.880,28	\$ 35.182,03	\$ 35.935,76
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$36.707,74</b>	<b>\$ 133.016,61</b>	<b>\$ 135.302,58</b>	<b>\$ 137.807,79</b>	<b>\$ 135.547,94</b>	<b>\$ 138.800,78</b>
(=)UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 21.332,39	\$ 21.854,42	\$ 25.186,21	\$ 25.340,06	\$ 26.754,18
(-)15% Participación A Trabajadores	\$ -	\$ 3.199,86	\$ 3.278,16	\$ 3.777,93	\$ 3.801,01	\$ 4.013,13
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 18.132,53	\$ 18.576,25	\$ 21.408,28	\$ 21.539,05	\$ 22.741,06
(-)22% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 3.989,16	\$ 4.086,78	\$ 4.709,82	\$ 4.738,59	\$ 5.003,03
(=)UTILIDAD GRAVABLE		\$ 14.143,37	\$ 14.489,48	\$ 16.698,46	\$ 16.800,46	\$ 17.738,02
(+)Depreciaciones	\$ -	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.217,00	\$ 4.226,96	\$ 4.226,96
(+)Amortización de Activo Diferido	\$ -	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80	\$ 684,80
<b>FLUJO DE CAJA</b>		<b>\$ 19.045,17</b>	<b>\$ 19.391,28</b>	<b>\$ 21.600,26</b>	<b>\$ 21.712,22</b>	<b>\$ 22.649,78</b>
<b>Elaborado por: La Autora</b>						

## Valor actual neto (VAN)

CUADRO N°116			
VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZADO	VALOR ACTUALIZADO
		11,83%	
1	\$ 19.045,17	0,89421	\$ 17.030,47
2	\$ 19.391,28	0,79962	\$ 15.505,64
3	\$ 21.600,26	0,71503	\$ 15.444,86
4	\$ 21.712,22	0,63939	\$ 13.882,61
5	\$ 22.649,78	0,57175	\$ 12.950,08
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 74.813,66</b>
		<b>INVERSION</b>	\$ 36.707,74
		<b>VAN</b>	\$ 38.105,91

Elaborado por: La Autora

Formula del Factor de Actualización:  $f = \frac{1}{(1+i)^n}$

F= Factor de actualización; i= Interés del préstamo; n= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente formula:  $VAN = \sum \text{Flujos Actualizados} - \text{Inversion}$

$$VAN = 74.813,66 - 36.707,74$$

$$VAN = 38.105,91$$

**Análisis:** Al momento de invertir la empresa este dinero a través del tiempo en este caso (5 años) nos va a generar \$38.105,91; por lo tanto se observa un VAN positivo, siendo aceptable el proyecto.

## Tasa interna de retorno (TIR)

CUADRO N°117					
TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUAL MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUAL MAYOR	VALOR ACTUALIZADO
		46%		47%	
1	\$ 19.045,17	0,68493	\$ 13.044,64	0,68027	\$ 12.955,90
2	\$ 19.391,28	0,46913	\$ 9.097,05	0,46277	\$ 8.973,70
3	\$ 21.600,26	0,32132	\$ 6.940,65	0,31481	\$ 6.799,97
4	\$ 21.712,22	0,22008	\$ 4.778,51	0,21416	\$ 4.649,81
5	\$ 22.649,78	0,15074	\$ 3.414,29	0,14568	\$ 3.299,72
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 37.275,14</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.679,10</b>
		<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>
		<b>VAN MENOR</b>	<b>\$ 567,40</b>	<b>VAN MAYOR</b>	<b>\$ (28,64)</b>

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

$$TIR = 47 + 1(567,40 / 567,40 - (-28,64))$$

$$TIR = 46,95\%$$

**Análisis:** La Tasa Interna de Retorno expresa el rendimiento de la inversión al ejecutar el proyecto. La TIR del proyecto es de 46,95% lo que significa que es superior al costo de oportunidad que es del 11,83%, por lo tanto, se acepta la inversión.

## Relación beneficio costo

CUADRO N°118						
RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO COSTO	INGRESOS ORIGINALES	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO DE INGRESOS
		11,83%			11,83%	
1	\$ 133.016,61	0,89421	\$ 118.945,38	\$ 154.349,00	0,89421	\$ 138.021,10
2	\$ 135.302,58	0,79962	\$ 108.190,58	\$ 157.157,00	0,79962	\$ 125.665,79
3	\$ 137.807,79	0,71503	\$ 98.536,88	\$ 162.994,00	0,71503	\$ 116.545,80
4	\$ 135.547,94	0,63939	\$ 86.668,17	\$ 160.888,00	0,63939	\$ 102.870,38
5	\$ 138.800,78	0,57175	\$ 79.359,75	\$ 164.060,00	0,57175	\$ 93.801,78
Valor Actualizado de Costo			\$ 491.700,74	Valor Actualizado de Ingresos	\$ 576.904,86	
Elaborado por: La Autora						

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} - 1$$

$$RBC = (576.904,86/491.700,74) - 1$$

$$RBC = 1.17 - 1$$

$$RBC = 0.17$$

**Análisis:** La Relación Beneficio Costo es mayor que 1 (\$1.17), indicador que sustenta la ejecución del proyecto. Por la tanto; quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene un beneficio de 0.17 ctvs. de utilidad; de acuerdo al resultado obtenido el proyecto es rentable.

## Periodo de recuperación de capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

CUADRO N°119					
AÑOS	PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL				FLUJO ACUMULADO
	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZADO		VALOR ACTUALIZADO	
		11,83%			
1	\$ 19.045,17	0,89421	\$ 17.030,47	\$ 17.030,47	
2	\$ 19.391,28	0,79962	\$ 15.505,64	\$ 32.536,11	
3	\$ <b>21.600,26</b>	<b>0,71503</b>	\$ <b>15.444,86</b>	\$ <b>47.980,97</b>	
4	\$ 21.712,22	0,63939	\$ 13.882,61	\$ 61.863,58	
5	\$ 22.649,78	0,57175	\$ 12.950,08	\$ 74.813,66	

Elaborado por: La Autora

$$PRC = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \Sigma \text{PRIMEROS FLUJOS SUPERAN INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO DEL AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 3 + ((36.707,74 - 47.980,97) / 21.600,26)$$

$$PRC = 2,48$$

PRC= 2 año ▶ 0,48*12= 5,76 ▶ 6 meses 0,76*30= 22,8 ▶ 23 días
--

La inversión se la recupera en 2 años; 6 meses y 23 días.

## **ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad es el grado de elasticidad de la rentabilidad de un proyecto ante determinadas variaciones de los parámetros críticos del mismo. Permite medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable (ingresos, costos), asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El análisis de sensibilidad se calcula bajo dos escenarios.

**CUADRO N°120**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTOS ORIGINALES	AUMENTO COSTOS	INGRESOS ORIGINALES	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZADO MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN MAYOR	VALOR ACTUALIZADO	
		5,53%			32%		33%		
<b>1</b>	\$ 133.016,61	\$ 140.372,43	\$ 154.349,00	\$ 13.976,57	0,75758	\$ 10.588,31	0,75188	\$ 10.508,70	
<b>2</b>	\$ 135.302,58	\$ 142.784,82	\$ 157.157,00	\$ 14.372,18	0,57392	\$ 8.248,50	0,56532	\$ 8.124,93	
<b>3</b>	\$ 137.807,79	\$ 145.428,56	\$ 162.994,00	\$ 17.565,44	0,43479	\$ 7.637,25	0,42505	\$ 7.466,28	
<b>4</b>	\$ 135.547,94	\$ 143.043,74	\$ 160.888,00	\$ 17.844,26	0,32939	\$ 5.877,64	0,31959	\$ 5.702,85	
<b>5</b>	\$ 138.800,78	\$ 146.476,46	\$ 164.060,00	\$ 17.583,54	0,24953	\$ 4.387,70	0,24029	\$ 4.225,21	
						\$ 36.739,40		\$ 36.027,96	
						<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.739,40</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.027,96</b>
						<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>
						<b>VAN Tm</b>	<b>\$ 31,66</b>	<b>VAN TM</b>	<b>\$ (679,78)</b>

Elaborado por: La Autora

## CALCULOS:

**TIR DEL PROYECTO:** 46,95%

**NUEVA TIR** 
$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

$$TIR = 32 + 1 (31,66 / 31,66 - (-679,78))$$

$$TIR = 32 + 1 (31,66 / 711,44)$$

$$TIR = 32 + 0,044497305$$

$$TIR = 32,04$$

## DIFERENCIA DE TIR

**DT= TIRP - NTIR**

$$DT = 46,95 - 32,04 = 14,91$$

## PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = (DT / TIRP) * 100$$

$$\%V = (14,91 / 46,95) * 100$$

$$\%V = 31,75$$

## SENSIBILIDAD

$$S = \frac{\%V}{NTIR}$$

$$S = 31,75 / 32,04 = 0,99$$

**Análisis:** con el resultado obtenido se puede determinar que el proyecto no es sensible puesto que el coeficiente de sensibilidad es menor que uno es decir 0,99, por lo que el proyecto resiste un incremento en los costos del 5,53%.

**CUADRO N°121**

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS**

AÑOS	COSTOS ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	DISMINUCIÓN DE INGRESOS	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZADO MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN MAYOR	VALOR ACTUALIZADO
			5,20%		32%		33%	
<b>1</b>	\$ 133.016,61	\$ 154.349,00	\$ 146.323	\$ 13.306,24	0,90909	\$ 12.096,58	0,75188	\$ 10.004,69
<b>2</b>	\$ 135.302,58	\$ 157.157,00	\$ 148.985	\$ 13.682,25	0,57392	\$ 7.852,53	0,56532	\$ 7.734,89
<b>3</b>	\$ 137.807,79	\$ 162.994,00	\$ 154.518	\$ 16.710,52	0,43479	\$ 7.265,55	0,42505	\$ 7.102,89
<b>4</b>	\$ 135.547,94	\$ 160.888,00	\$ 152.522	\$ 16.973,89	0,32939	\$ 5.590,95	0,31959	\$ 5.424,69
<b>5</b>	\$ 138.800,78	\$ 164.060,00	\$ 155.529	\$ 16.728,10	0,24953	\$ 4.174,24	0,24029	\$ 4.019,65
					<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.979,85</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.286,82</b>
					<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>\$ 36.707,74</b>
					<b>VAN Tm</b>	<b>\$ 272,10</b>	<b>VAN TM</b>	<b>\$ (2.420,93)</b>

Elaborado por: La Autora

## CÁLCULOS:

**TIR DEL PROYECTO:** 46,95%

**NUEVA TIR** 
$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

$TIR = 32 + 1 (272,10/272,10 - (-2.420,93))$

$TIR = 32 + 1 (272,10/2.693,03)$

$TIR = 32 + 0,101040251$

$TIR = 32,10$

## DIFERENCIA DE TIR

**DT = TIRP - NTIR**

$DT = 46,95 - 32,10 = 14,85$

## PORCENTAJE DE VARIACIÓN

**%V = (DT / TIRP) \* 100**

$\%V = (14,85 / 46,95) * 100$

$\%V = 31,63$

## SENSIBILIDAD

**S =  $\frac{\%V}{NTIR}$**

$S = 31,63 / 32,10 = 0,99$

**Análisis:** Con el presente resultado, se determina que el porcentaje máximo de disminución en ingresos puede llegar hasta el 5,20%, con un valor de sensibilidad del 0,99.

## **h. CONCLUSIONES**

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como referencia los resultados obtenidos presento a continuación las siguientes conclusiones a las que se ha llegado:

- ✓ Referente al estudio de mercado realizado, se resaltan que existe un gran volumen de demanda insatisfecha: fundas para basura 199.437 paquetes; fundas de rollo 39.260 paquetes; fundas naturales 42.948; fundas camiseta 50.356 paquetes; bandejas 57.881 paquetes; cubiertos 51.786 paquetes; platos 43.005 paquetes; vasos 35.368 paquetes, dando un total de 332.001 paquetes de fundas plásticas biodegradables y 188.040 de descartables, para el año 2018, en el mercado de los cantones de la parte alta (Piñas, Portovelo y Zaruma).
  
- ✓ Con respecto al Estudio Técnico y en base a los resultados del Estudio de Mercado, se pudo determinar una capacidad utilizada de 79.820 de fundas plásticas biodegradables y descartables, con una participación en el mercado del 15% acuerdo a la demanda insatisfecha.
  
- ✓ En el estudio organizacional se determinó que la empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: "PLASTICONDOY" Cía. Ltda; el objeto principal de la compañía será de ofrecer fundas plásticas biodegradables y

descartables para los cantones de la parte alta (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), la vida útil de la empresa es de 5 años.

- ✓ La inversión total de para la implementación de la nueva empresa es de \$ **36.707,74** la misma que contará con el 59,14% con capital propio y el 40,86% con crédito directo al BAN ECUADOR.
  
- ✓ El estudio de costos e ingresos se estableció que para el primer año el valor del costo de comercialización es de \$ **133.016,61** y los ingresos para el primer año es de \$ **154.349,00**.
  
- ✓ Se ha realizado la evaluación financiera del proyecto, el mismo que mediante la aplicación de formulaciones matemáticas ha permitido determinar su factibilidad y que se fundamenta en los siguientes resultados: Valor Actual Neto de **\$38.105,91**; Tasa Interna de Retorno de **46,95%**; Relación Beneficio Costo es de 1.17 por cada dólar invertido la empresa gana 0.17 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 año, 6 meses y 23 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,53% dando un total del 0.99% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 5,50% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible.

## **i. RECOMENDACIONES**

Una vez realizadas las conclusiones es de suma importancia inferir en las respectivas recomendaciones del presente estudio.

- ✓ A los inversionistas y futuros emprendedores se recomienda la implementación del proyecto en vista de que tiene una gran demanda insatisfecha, la misma que asegura la rentabilidad del mismo.
- ✓ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de comercialización y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✓ Realizar campañas de publicidad para potencializar la venta de fundas plásticas biodegradables y descartables dando a conocer los beneficios que tiene el producto para la sociedad y el medio ambiente.
- ✓ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✓ Que las instituciones de educación superior intensifiquen acciones en los estudiantes que les motive a generar nuevos emprendimientos lo que

contribuirá no sólo a generación de fuentes de trabajo sino también a la economía del país y de la ciudad.

## **j. BIBLIOGRAFIA**

### **LIBROS**

Arturo & Morales. (2009). PROYECTOS DE INVERSIÓN. EVALUACIÓN Y FORMULACIÓN. MÉXICO. PRIMERA EDICIÓN: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

Andres. (2001). PROYECTOS DE INVERSIÓN. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN PARA MYCRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. OAXACA, MÉXICO. 4ta EDICIÓN: INSTITUTO TECNOLÓGICO DE OAXACA.

Asqui Calahorrano, K. A. (17 de 03 de 2015). Producción y Comercialización de Plástico Biodegradable a partir. Guayaquil, Ecuador.

Baca. (2010). EVALUACIÓN DE PROYECTOS. MÉXICO. 6ta EDICIÓN: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A DE C.V.

Baca. (2013). EVALUACIÓN DE PROYECTOS. MÉXICO. SÉPTIMA EDICIÓN: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA S.A DE C.V.

Cadena, D. H. (27 de 08 de 2009). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLSAS PLÁSTICAS. Bogota.

Córdova. (2010). ECO EDICIONES.

Córdova. (2011). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. ECOE EDICIONES.

Córdova. (2012). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. BOGOTÁ. SEGUNDA EDICIÓN: ECO EDICIONES.

Díaz, F., & Hernández, R. .. (2012). PLAN DE NEGOCIO: Diseño, fabricación y comercialización de bolsas biodegradables. Biblioteca Digital Minerva / Universidad EAN.

Erenovable. (s.f.). Obtenido de <https://erenovable.com/bolsas-de-plastico-biodegradables/>

Espacio Ecológico. (31 de Mayo de 2011). Obtenido de <http://blogs.deperu.com/eco/que-son-las-bolsas-biodegradables/>

- <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2126/1/T-ESPE-019354.pdf>.  
(s.f.). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2126/1/T-ESPE-019354.pdf>
- Infante. (1994). EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. BOGOTÁ: NORMA S.A.
- Kerchak. (18 de Diciembre de 2014). Obtenido de <https://kerchak.com/bolsas-biodegradables/>
- Nassir & Sapag. (2008). PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Nassir & Sapag. (2011). PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Negocio, C. (17 de 09 de 2012). Crece Negocio. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/fabricacion-y-venta-de-bolsas-biodegradables-como-negocio/>
- Pasaca. (2004). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. ECUADOR. PRIMERA EDICIÓN: GRAFICPLUS.
- Pasaca. (2017). ECUADOR. SEGUNDA EDICIÓN: GRAFICPLUS.
- Pasaca, M. E. (2009). Manual Para la Elaboracion de Proyectos De Graduacion a Nivel Superior. Loja: Offset Imagen.
- PERRAULT, McCARTHY &. (2000). MARKETING PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA. MÉXICO. PRIMERA EDICIÓN: MCGRAW-HILL.
- Ramirez & Cajigas. (2004). PROYECTOS DE INVERSIÓN COMPETITIVOS. COLOMBIA. PRIMERA EDICIÓN: FERIVA S.A.
- Valencia. (2011). MANUAL DE PROYECTOS PARA EL SECTOR PÚBLICO. PERÚ: EL SABER EDITORES.
- Varela. (2008). INNOVACIÓN EMPRESARIAL. SANTA FE DE BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA. TERCERA EDICIÓN: PEARSON EDUCACIÓN.

Várela. (2010). EVALUACIÓN ECONÓMICA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. COLOMBIA. SÉPTIMA EDICIÓN: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.

Zañartu, A. G. (14 de 12 de 2014). Obtenido de <http://www.reciclacion.cl/noticias/envases-biodegradables/>

## **SITIOS WED**

(s.f.). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2126/1/T-ESPE-019354.pdf>

(s.f.). Obtenido de <http://deconceptos.com/general/metodo>

Asqui Calahorrano, K. A. (17 de 03 de 2015). Producción y Comercialización de Plástico Biodegradable a partir. Guayaquil, Ecuador.

Negocio, C. (17 de 09 de 2012). Crece Negocio. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/fabricacion-y-venta-de-bolsas-biodegradables-como-negocio/>

Wikipedia. (26 de Noviembre de 2017). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pl%C3%A1stico\\_biodegradable](https://es.wikipedia.org/wiki/Pl%C3%A1stico_biodegradable)

Erenovable. (s.f.). Obtenido de <https://erenovable.com/bolsas-de-plastico-biodegradables/>

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2126/1/T-ESPE-019354.pdf>.

(s.f.). Obtenido de:

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2126/1/T-ESPE-019354.pdf>

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO N° 01**

#### **RESUMEN DEL PROYECTO**

##### **a. TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”**

##### **b. PROBLEMÁTICA**

Los continuos cambios sociales, económicos, políticos y ambientales que el Ecuador ha enfrentado en la última década han hecho necesario que las personas se constituyan en los nuevos emprendedores de pequeñas y medianas empresas, generadoras de recursos económicos, pero al mismo tiempo satisfaciendo las necesidades de una sociedad que día a día requiere más y variados servicios, lo importante está en saber cuáles son estos y atender los diversos requerimientos del sector.

En los últimos años se ha generado problemas de contaminación ambiental, cada vez más graves y todos los esfuerzos son pocos para hacerle frente a este problema de alto grado para el ambiente.

Así como en varios países se ha desarrollado la industria del plástico, también la producción y comercialización de bolsas plásticas en el Ecuador se ha convertido en una industria muy rentable y a su vez competitiva, sin embargo el incremento del uso de bolsas de plástico como embalaje y envase generalizado para el transporte y contención de todo tipo de bienes y productos ha aumentado considerablemente, multiplicando su nocivo impacto ambiental.

Esto sucede porque, sin duda, las bolsas son prácticas, limpias e impermeables; en los supermercados y comercios en general, son productos de inmensa utilidad, sin embargo el problema radica en el uso que se le da.

El primer perjuicio ambiental es que estos plásticos, sea el polietileno o el polipropileno, son materiales no biodegradables, es decir, que no se degradan en la naturaleza. Cualquier elemento plástico puede tardar más de 400 años en degradarse. Se estima que hay unas 18.000 piezas de basura plástica por kilómetro cuadrado de océano, lo cual tiene un importante impacto ambiental, sobre todo para la fauna marina. Lo segundo es que el plástico es un derivado del petróleo, recurso no renovable y que, por lo tanto, a medida que se utiliza se extingue y aumenta su costo. Por ello es que cada bolsa de plástico que se utiliza a diario tiene un alto costo medioambiental, a pesar de su bajo precio en el mercado.

Cada ecuatoriano utiliza un promedio de cinco fundas plásticas cada semana, que se suman al consumo nacional de 130 millones de bolsas tipo camisetas en un año.

Una funda de plástico podría parecer inofensiva, pero los estudios demuestran lo contrario. Cerca de 100 000 animales marinos mueren cada año por culpa de las bolsas de plástico.

Los envases están en todas partes y ocupamos decenas a diario, en la comida. Ahora existe una opción para dejar a un lado los envases de plástico, los envases biodegradables. Hoy existen en el mercado envases biodegradables desechables 100% naturales, en 2 meses se biodegradan y reintegran a la tierra en forma natural. Son orgánicos y se pueden utilizar en el refrigerador, microondas y hornos convencionales. Al degradarse no producen ningún efecto tóxico a la tierra, ya que no tienen químicos ni cloro.

En la actualidad en los Cantones de la Parte alta (Piñas, Portovelo, Zaruma), Provincia de el Oro no existe una empresa comercializadora de fundas biodegradables y descartables, debido a la falta de concientización ambiental, en la sociedad, así como también dichos cantones se han convertido en dependientes de distribuidores de otros cantones como Machala.

Por tal motivo, la comercialización de fundas biodegradables y descartables es un negocio que nos ayudara a crear una nueva cultura y alternativa para reemplazar las fundas y descartables tradicionales, así como también la población empezara a ver la necesidad de cuidar día a día el medio ambiente y a proteger la capa de ozono para disminuir la velocidad de su destrucción para que el mundo permanezca mucho más tiempo en mejores condiciones.

Debido a los problemas encontrados, se estima conveniente realizar un: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”**.

Los productos descartables o desechables son un símbolo del siglo XX, este tipo de producto ayudan y facilitan la vida de las personas en algunos aspectos, entre ellos el ahorro de tiempo, son más baratos y prácticos.

Estos productos desechables, cada vez es más común ver en las cafeterías y tiendas de comida rápida que utilizan productos de papel o derivados de algún material biodegradable que se descompone en meses, en lugar de unicel que contamina.

Mientras que las fundas plásticas biodegradables cumplen la misma función que las fundas plásticas tradicionales como la función de cargar o transportar objetos y también ayudan a resguardar objetos o alimentos para que no sufran cambios o defectos por el ambiente. Así como también contribuyen con el cuidado del medio ambiente, ya que su tiempo de descomposición es en meses sin dejar residuos tóxicos visibles o aparentes. Evitando así el impacto negativo que generan las bolsas plásticas tradicionales.

### **c. OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

**“REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE FUNDAS PLÁSTICAS BIODEGRADABLES Y DESCARTABLES PARA LOS CANTONES DE LA PARTE ALTA (PIÑAS, PORTOVELO Y ZARUMA), PROVINCIA DE EL ORO”.**

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la oferta y demanda de fundas plásticas biodegradables y descartables en los cantones de la parte alta (Piñas, Portovelo y Zaruma), Provincia de el Oro.
- Realizar un Estudio Técnico para establecer el tamaño óptimo, la localización adecuada de la empresa.
- Establecer la estructura orgánica-funcional y manual de funciones de la empresa.
- Realizar un estudio y evaluación financiera para determinar los costos y gastos en los que incurrir la ejecución del proyecto, así como también establecer la rentabilidad y factibilidad que tendrá el mismo al momento de ser implementado.

## Anexo N°02



### ENCUESTA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimado(a) amigo(a), en calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted de la manera más comedida, se sirva responder el siguiente cuestionario cuya información tiene por objeto determinar la demanda de la comercialización de fundas plásticas biodegradables y descartables en el Cantón. La información es confidencial y será manejada exclusivamente por el investigador.

1. **¿Adquiere fundas plásticas y descartables en su negocio?**

SI ( )

NO ( )

2. **¿Cuál (es) de las siguientes fundas plásticas adquiere?**

Fundas para basura ( )

Fundas de Rollo ( )

Fundas naturales ( )

Fundas camiseta ( )

3. **¿Qué cantidad (Paquetes) adquiere de fundas plásticas semanalmente?**

PRODUCTO	CANTIDAD
----------	----------

Fundas para basura	( )
--------------------	-----

Fundas de Rollo	( )
-----------------	-----

Fundas naturales	( )
------------------	-----

Fundas camiseta	( )
-----------------	-----

4. **¿Cuál (es) de los siguientes descartables adquiere?**

PRODUCTO	CANTIDAD
----------	----------

Bandejas	( )
----------	-----

Cubiertos	( )
-----------	-----

Platos	( )
--------	-----

Vasos	( )
-------	-----

5. **¿Qué cantidad (paquetes) adquiere de descartables semanalmente?**

PRODUCTO	CANTIDAD
----------	----------

Bandejas	( )
----------	-----

Cubiertos	( )
-----------	-----

Platos	( )
--------	-----

Vasos	( )
-------	-----

6. **¿Su empresa proveedora es?**

Local ( )

Nacional ( )

7. **¿Su empresa proveedora tienen todos los productos que requiere su negocio?**

SI ( )

NO ( )

8. **¿Por qué medio realiza el pedido?**  
 Personal ( )  
 Llamada telefónica ( )  
 Visita de un proveedor ( )
9. **¿Cuál es su forma de pago?**  
 Contado ( )  
 Crédito ( )
10. **¿Le ofrecen promociones donde adquiere el producto?**  
 SI ( )  
 NO ( )
11. **¿Ha adquirido fundas plásticas biodegradables y descartables?**  
 SI ( )  
 NO ( )
12. **¿Sabía usted que las fundas plásticas biodegradables y descartables mitigan la contaminación ambiental?**  
 SI ( )  
 NO ( )
13. **¿Conoce si existe en su Cantón existe una comercializadora de fundas plásticas biodegradables y descartables?**  
 SI ( )  
 NO ( )
14. **¿En caso de existir una empresa comercializadora de fundas biodegradables y descartables adquirirá estos productos?**  
 SI ( )  
 NO ( )
- Nota:** Si su respuesta es negativa, se le agradece su colaboración
15. **¿Cuál (es) de las siguientes fundas plásticas biodegradables adquiriría?**  
 Fundas para basura ( )  
 Fundas de Rollo Polietileno ( )  
 Fundas de polietileno naturales ( )  
 Fundas camiseta ( )
16. **¿Qué cantidad compraría de fundas biodegradables semanalmente?**
- | <b>PRODUCTO</b>                 | <b>CANTIDAD</b> |
|---------------------------------|-----------------|
| Fundas para basura              | ( )             |
| Fundas de Rollo Polietileno     | ( )             |
| Fundas de polietileno naturales | ( )             |
| Fundas camiseta                 | ( )             |
17. **¿Cuál de los siguientes descartables adquiriría?**
- | <b>PRODUCTO</b> | <b>CANTIDAD</b> |
|-----------------|-----------------|
| Bandejas        | ( )             |
| Cubiertos       | ( )             |
| Platos          | ( )             |
| Vasos           | ( )             |

18. **¿Qué cantidad compraría de descartables semanalmente?**

PRODUCTO	CANTIDAD
Bandejas	( )
Cubiertos	( )
Platos	( )
Vasos	( )

19. **¿Qué tipo de promociones le gustaría que le brinden?**

Descuentos	( )
Premios	( )
Otro.....	

20. **¿Al momento de adquirir los productos que es lo primero que toma en cuenta?**

Precio	( )
Calidad	( )
Variedad	( )
Marca	( )
Otros	

21. **¿De las siguientes radios locales cual es la que usted sintoniza frecuentemente? Marque una opción**

RADIO	
EMISORAS	
ELITE	
LLUVIA	
FUEGO	
IMPACTO	
NINGUNA	

22. **¿De las siguientes redes sociales cual es al que usted accede frecuentemente? Marque una opción**

REDES SOCIALES	
FACEBOOK	
TWITTER	
INSTAGRAM	
NINGUNA	

23. **¿De los siguientes periódicos cual es al que usted accede frecuentemente? Marque una opción.**

PERIODICO	
EXTRA	
UNIVERSO	
CORREO	
NACIONAL	
NINGUNO	



**ANEXO N° 03  
ENTREVISTA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted de la manera más comedida, con el objeto de recabar información para determinar la demanda de fundas plásticas y descartables de los **Cantones Piñas, Portovelo y Zaruma.**

**NOMBRE O RAZON**

**SOCIAL:**.....

**DIRECCION:**.....

**1. ¿Qué tipo de fundas plásticas vende?**

Fundas plásticas de polietileno ( )

Fundas plásticas biodegradables ( )

**2. ¿Qué tipo de descartables vende?**

Descartables unicel ( )

Descartables biodegradables ( )

**3. ¿Qué cantidad (bultos) de fundas plásticas vende mensualmente?**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Fundas para basura	( )
Fundas de Rollo Polietileno	( )
Fundas de polietileno naturales	( )
Fundas camiseta	( )

**4. ¿Qué cantidad (paquetes) de descartables vende mensualmente?**

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Bandejas	( )
Cubiertos	( )
Platos	( )
Vasos	( )

**5. ¿Cuál es el porcentaje de incremento en ventas que ha tenido su negocio en el último año?**

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ÍNDICE

CARÁTULA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	57
f. RESULTADOS .....	62
g. DISCUSIÓN .....	102
h. CONCLUSIONES .....	201
i. RECOMENDACIONES.....	203
j. BIBLIOGRAFIA .....	205
k. ANEXOS .....	208
ÍNDICE .....	216