



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENEDORES DE
COMIDA BIODEGRADABLES UBICADA EN EL CANTÓN LA
CONCORDIA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

Autora

Alcívar Moreira Jenifer Annabel

Tutor

Ing. Alcívar Pila Tituaña MSc.

QUITO –ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Jenifer Annabel Alcívar Moreira, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de contenedores de comida biodegradables ubicada en el cantón La Concordia”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en el D.M. de Quito, a los 04 días del mes de marzo del 2020, firmo conforme:

Autora: Jenifer Alcívar Moreira



Firma: _____

Número de Cédula: 080388828-8

Dirección: Santo Domingo de los Tsáchilas, La Concordia, Nueva Concordia

Correo Electrónico: alcivarjenifer9@gmail.com

Teléfono: 0996031879

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENEDORES DE COMIDA BIODEGRADABLES UBICADA EN EL CANTÓN LA CONCORDIA” presentado por Jenifer Annabel Alcívar Moreira, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 04 de marzo del 2020

Ing. Alcívar Pila Tituaña Msc.

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Quito, 04 de marzo del 2020

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, centered on the page.

Jenifer Annabel Alcívar Moreira
C.I. 080388828-8
AUTORA

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENEDORES DE COMIDA BIODEGRADABLES UBICADA EN EL CANTÓN LA CONCORDIA, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 04 de marzo del 2020

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

VOCAL 1

VOCAL 2

DEDICATORIA

A Dios por todo su amor y guía al ayudarme a cumplir mis sueños y proyectos, a mis padres por su apoyo incondicional, por no dejarme sola y celebrar cada uno de mis triunfos, a mi hijo Isaac porque desde muy temprana edad se sacrificó indirectamente en todo este proceso, por ser mi luz y mi fuerza para continuar en el camino y lograr ser su ejemplo a seguir.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Mi corazón está lleno de gratitud hacia DIOS por guiarme y ayudarme a cumplir este sueño, a esta prestigiosa UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA, quien con su valioso equipo de docentes nos inculcaron conocimientos, valores y enseñanzas que serán parte de nuestro crecimiento en el ámbito personal y profesional por el transcurso de la vida y a mi Tutor de tesis el MSc. Alcívar Pila Tituaña por el tiempo y dedicación que aportó a este proyecto.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT.....	xxi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
1. ÁREA DE MARKETING	4
1.1. Objetivos del estudio del mercado	4
1.2. Definición del producto o servicio	4
1.2.1. Especificaciones del producto.....	4
1.1.1. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.	5
1.2. Definición del mercado	6
1.2.1. Qué mercado va a tocar en general.	6
1.2.1.1. Categorización de sujetos	7
1.2.1.2. Estudio de Segmentación	7

1.2.1.3.	Plan de muestreo.....	8
1.2.1.4.	Instrumentos para recopilar información.....	10
1.2.1.5.	Diseño y recolección de información.....	10
1.2.1.6.	Análisis e interpretación de resultados de la encuesta.....	13
1.2.2.	Demanda Potencial.....	33
1.2.2.1.	Demanda actual	33
1.2.2.2.	Demanda potencial del producto	34
1.3.	Análisis del macro y micro ambiente	36
1.3.1.	Análisis del Micro ambiente.	36
1.3.2.	Análisis del Macro ambiente.....	37
1.3.2.1.	Matriz PESTAL.....	38
1.3.2.2.	Matriz EFE	39
1.3.2.3.	Matriz EFI	40
1.3.2.4.	Matriz de Perfil Competitivo (MPC).....	41
1.3.3.	Proyección de la Oferta.....	42
1.3.4.	Demanda Potencial Insatisfecha.	44
1.4.	Promoción y publicidad que se realizará.....	45
1.5.	Sistema de distribución a utilizar	48
1.6.	Seguimiento a clientes.....	49
1.7.	Especificar mercados alternativos	49
CAPÍTULO II		50
2.	ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES).....	50
2.1.	Objetivo del estudio de producción.....	50
2.2.	Descripción del proceso	50
2.2.1.	Descripción del proceso de transformación.	52

2.2.1.1.	Diagrama de Flujo del proceso de compra de los productos biodegradables	53
2.2.1.2.	Diagrama de flujo de ventas al por mayor.....	54
2.2.1.3.	Diagrama de flujo de ventas en local	56
2.2.2.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	57
2.2.2.1.	Localización de la comercializadora Ecover	57
2.2.2.2.	Descripción de equipos de operaciones.....	59
2.2.2.3.	Descripción del personal	63
2.2.3.	Tecnología a aplicar.	63
2.3.	Factores que afectan el plan de operaciones.....	63
2.3.1.	Ritmo de producción.....	63
2.3.2.	Nivel de inventario promedio.....	64
2.3.3.	Número de trabajadores.	65
2.4.	Capacidad de producción	66
2.4.1.	Capacidad de producción futura.....	66
2.5.	Definición de recursos necesarios para la producción	68
2.5.1.	Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.....	68
2.6.	Calidad.....	71
2.6.1.	Método de control de calidad.....	71
2.7.	Normativas y permisos que afectan su instalación.....	75
2.7.1.	Seguridad e higiene ocupacional.....	75
CAPÍTULO III.....		77
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	77
3.1.	Objetivos del estudio de organización y gestión	77
3.2.	Análisis estratégico y definición de objetivos	77

3.2.1.	Misión de la empresa.	77
3.2.2.	Visión de la empresa.	77
3.2.3.	Objetivos y estrategias.	78
3.3.	Organización funcional de la empresa	80
3.3.1.	Organización interna.	80
3.3.2.	Descripción de puestos.....	82
3.4.	Control de gestión.....	86
3.4.1.	Indicadores de gestión.....	86
3.5.	Necesidades del personal.....	88
CAPÍTULO IV		89
4.	ÁREA JURÍDICO LEGAL	89
4.1.	Objetivo del estudio jurídico legal	89
4.2.	Determinación de la forma jurídica.....	89
4.2.1.	Proyecto de ley para reducir el uso del plástico en el Ecuador.....	89
4.2.2.	Constitución legal de la empresa Ecover.	90
4.3.	Patentes y marcas.....	92
4.4.	Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.....	94
CAPÍTULO V		96
5.	ÁREA FINANCIERA	96
5.1.	Objetivos del estudio de financiamiento	96
5.2.	Plan de inversiones	96
5.3.	Plan de financiamiento	98
5.3.1.	Forma de financiamiento.	98
5.4.	Cálculo de costos y gastos.....	99
5.4.1.	Detalle de costos.....	99
5.4.2.	Proyección de costos.....	102

5.4.3.	Detalle de gastos.....	103
5.4.4.	Proyección de gastos.....	106
5.4.5.	Mano de obra.....	107
5.4.6.	Depreciación.....	108
5.4.7.	Proyección de la depreciación.....	110
5.5.	Cálculo de ingresos.....	111
5.5.1.	Proyección de ingresos.....	113
5.6.	Flujo de caja.....	114
5.7.	Punto de equilibrio	116
5.8.	Estado de resultados proyectado	121
5.9.	Evaluación financiera	122
5.9.1.	Indicadores.....	122
5.9.1.1.	Valor Actual Neto.....	122
5.9.1.2.	Tasa Interna de Retorno	124
5.9.1.3.	Beneficio Costo	125
5.9.1.4.	Período de Recuperación.....	126
5.9.2.	Razones financieras.....	127
5.9.2.1.	Índice de Rentabilidad.....	127
	CONCLUSIONES.....	128
	RECOMENDACIONES	129
	BIBLIOGRAFÍA	130
	ANEXOS	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorización de Sujetos.....	7
Tabla 2. Dimensión Conductual.....	7
Tabla 3. Dimensión Geográfica	8
Tabla 4. Dimensión demográfica de la Concordia.....	8
Tabla 5. Resultados pregunta 1	13
Tabla 6. Resultados Pregunta 2.....	15
Tabla 7. Resultados pregunta 3	17
Tabla 8. Resultados pregunta 4	18
Tabla 9. Resultados pregunta 5	20
Tabla 10. Resultados pregunta 6	22
Tabla 11. Resultados pregunta 7	24
Tabla 12. Resultados pregunta 8	25
Tabla 13. Resultados pregunta 9	27
Tabla 14. Resultados pregunta 10.....	28
Tabla 15. Resultados pregunta 11	30
Tabla 16. Resultados pregunta 12.....	32
Tabla 17. Proyección de la demanda.....	33
Tabla 18. Resultados de la demanda actual	34
Tabla 19. Consumo anual de contenedores biodegradables.....	34
Tabla 20. Proyección de la demanda potencial.....	35
Tabla 21. Cinco fuerzas de Porter	37
Tabla 22. Matriz PESTAL	38
Tabla 23. Matriz EFE.....	39
Tabla 24. Matriz EFI.....	40
Tabla 25. Matriz de Perfil Competitivo	41
Tabla 26. Cantidad de contenedores vendidos por los oferentes	42
Tabla 27. Proyección de la oferta.....	43
Tabla 28. Demanda insatisfecha	44
Tabla 29. Especificaciones técnicas de Muebles y Enseres.....	59
Tabla 30. Especificaciones técnicas de Equipos de Oficina	61

Tabla 31. Especificaciones técnicas de Equipos de Cómputo	62
Tabla 32. Especificaciones técnicas de Vehículo	62
Tabla 33. Descripción del personal operativo.....	63
Tabla 34. Ritmo de trabajo.....	64
Tabla 35. Nivel de inventario promedio	65
Tabla 36. Número de trabajadores	66
Tabla 37. Capacidad de producción inicial	67
Tabla 38. Capacidad de producción futura	67
Tabla 39. Especificación técnica de productos biodegradables	68
Tabla 40. Grado de sustitución de la materia prima en los contenedores biodegradables.....	70
Tabla 41. Control de recepción del producto a bodega.....	72
Tabla 42. Hoja de control para medición de la satisfacción del cliente	73
Tabla 43. Diagrama de Pareto cálculo de datos	74
Tabla 44. Análisis FODA.....	78
Tabla 45. Descripción del cargo de Gerente General	82
Tabla 46. Descripción del cargo de Cajera	83
Tabla 47. Descripción del cargo de Bodeguero	84
Tabla 48. Descripción de cargo de Vendedor	85
Tabla 49. Indicadores de Gestión.....	87
Tabla 50. Plan de Inversiones	97
Tabla 51. Capital de trabajo en el trimestre	98
Tabla 52. Plan de financiamiento.....	98
Tabla 53. Detalle de Costos	100
Tabla 54. Proyección de los Costos	102
Tabla 55. Detalle de los Gastos.....	103
Tabla 56. Detalle de los Gastos de Ventas.....	105
Tabla 57. Proyección de los Gastos	106
Tabla 58. Mano de Obra Administrativo	107
Tabla 59. Mano de Obra Operativa.....	107
Tabla 60. Depreciación Administrativa	109
Tabla 61. Depreciación Operativa.....	109

Tabla 62. Proyección de la Depreciación.....	111
Tabla 63. Cálculo de Ingresos	112
Tabla 64. Proyección de Ingresos	113
Tabla 65. Flujo de Caja	114
Tabla 66. Datos para el Punto de Equilibrio	116
Tabla 67. Punto de Equilibrio de Productos.....	117
Tabla 68. Estado de Resultados Proyectado	121
Tabla 69. Período de Recuperación	126
Tabla 70. Índice de Rentabilidad	127

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Consumo de plástico y espumados desechables Consumidor Final ...	14
Gráfico 2. Consumo de plástico y espumados desechables Cadena de Restaurantes	14
Gráfico 3. Frecuencia de consumo de plásticos Consumidor Final	15
Gráfico 4. Frecuencia de consumo de plásticos Cadena de Restaurantes.....	16
Gráfico 5. Cantidades de consumo Consumidor Final.....	17
Gráfico 6. Cantidades de consumo Cadena de Restaurantes	17
Gráfico 7. Tiempo de Demora de Descomposición del plástico Consumidor Final	19
Gráfico 8. Tiempo de demora de descomposición del plástico Cadena de Restaurantes	19
Gráfico 9. Variedad de productos biodegradables Consumidor Final	20
Gráfico 10. Variedad de productos biodegradables Cadena de Restaurantes.....	21
Gráfico 11. Reemplazo a productos biodegradables Consumidor Final.....	22
Gráfico 12. Reemplazo a productos biodegradables Cadena de Restaurantes.....	23
Gráfico 13. Existencia empresa distribuidora de biodegradables Consumidor Final.....	24
Gráfico 14. Existencia empresa distribuidora de biodegradables Cadena de Restaurantes	25
Gráfico 15. Distribuidora en la localidad Consumidor Final	26
Gráfico 16. Distribuidora en la localidad Cadena de Restaurantes.....	26
Gráfico 17. Costo de los contenedores biodegradables Consumidor Final	27
Gráfico 18. Costo de los contenedores biodegradables Cadena de Restaurantes .	28
Gráfico 19. Medios de comunicación de información Consumidor Final	29
Gráfico 20. Medios de comunicación de información Cadena de Restaurantes...	30
Gráfico 21. Formas de pago del producto Cadena de Restaurantes.....	31
Gráfico 22. Promoción por compra de contenedores biodegradables.....	32
Gráfico 23. Proyección de la demanda potencial.....	35
Gráfico 24. Proyección de la Oferta.....	44
Gráfico 25. Proyección de la Demanda Insatisfecha	45

Gráfico 26. Mapa de Procesos	51
Gráfico 27. Diagrama de Flujo para la adquisición de productos a comercializar	53
Gráfico 28. Diagrama de Flujo para Ventas al por Mayor.....	54
Gráfico 29. Diagrama de Flujo para ventas en Local.....	56
Gráfico 30. Diagrama de Pareto.....	74
Gráfico 31. Mapa de Objetivos y Estrategias.....	79
Gráfico 32. Organigrama Estructural.....	80
Gráfico 33. Organigrama Funcional	81
Gráfico 34. Punto de Equilibrio	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de Ecover.....	46
Figura 2. Contenedores biodegradables de Ecover	46
Figura 3. Distribución directa de los Contenedores	48
Figura 4. Distribución Indirecta de los Contenedores.....	48
Figura 5. Localización de la comercializadora Ecover Cía. Ltda.	57
Figura 6. Distribución de Instalaciones de Ecover Cía. Ltda.....	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Glosario de Términos	133
Anexo 2. Instructivo en línea del SENADI.....	136
Anexo 3. Evolución de la Inflación Anual.....	137
Anexo 4. Tasa de Interés Pasiva del Banco Central del Ecuador	138
Anexo 5. Balance de Situación Inicial	139

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENEDORES DE COMIDA BIODEGRADABLES UBICADA EN EL CANTÓN LA CONCORDIA.

AUTORA: Jenifer Annabel Alcívar Moreira

TUTOR: Ing. Alcívar Pila Tituaña Msc.

RESUMEN EJECUTIVO

El planeta hoy en día vive la catástrofe más grande provocada por el hombre a lo largo de la historia, el excesivo uso del plástico está provocando una contaminación ambiental, que afecta en gran manera la flora y fauna de los océanos. Por tal motivo, es importante que el ser humano luche por la conservación del medioambiente. Otro problema que acarrea el uso excesivo del plástico, es el ritmo de trabajo acelerado de la población, pues al no contar con tiempo suficiente, opta por adquirir alimentos preparados en restaurantes, que luego son consumidos en casa o en el lugar del trabajo; en base a este dato importante se realizó una investigación de mercado, tomando como herramienta la encuesta, donde se determinó una demanda insatisfecha que estaría dispuesta a cambiar el consumo de espumados desechables y plásticos por productos biodegradables. A raíz de esta necesidad, surge la creación de una empresa dedicada a la comercialización de contenedores biodegradables para alimentos que se descomponen en un plazo de ciento veinte días y sirven como abono natural para el suelo. Para el plan de marketing se trabajará mediante alianzas estratégicas con la Prefectura de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y la Municipalidad del cantón La Concordia, para iniciar campañas de concientización ambiental a toda la población. La empresa se denominará Ecover y se registrará como una sociedad de Compañía Limitada, cumpliendo con los requisitos dispuestos por la Ley de Compañías, además, deberá presentar otra serie de documentación legal solicitada por las entidades pertinentes entre las que se destacan la Municipalidad del Cantón La Concordia, Ministerio del Ambiente y el Cuerpo de Bomberos. A través de un estudio financiero mediante los indicadores de rentabilidad se logró determinar la factibilidad del proyecto.

DESCRIPTORES: biodegradable, concientización ambiental, contenedor, indicadores financieros.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE COMMERCIALIZATION OF BIODEGRADABLE FOOD CONTAINERS LOCATED IN “LA CONCORDIA” CANTON.

AUTHOR: Jenifer Annabel Alcívar Moreira

TUTOR: Ing. Alcívar Pila Tituaña Msc.

ABSTRACT

The planet today lives the biggest catastrophe caused by man throughout history, the excessive use of plastic is causing environmental pollution, which greatly affects the flora and fauna of the oceans. For this reason, it is important that human beings fight for the conservation of the environment. Another problem caused by the excessive use of plastic is the population accelerated work rate, since not having enough time, they choose to buy food prepared in restaurants, which are then consumed at home or in the workplace. Based on this important data, a market investigation was carried out, using the survey as a tool, where an unsatisfied demand was determined that would be willing to change the consumption of foam and plastic disposables for biodegradable products. As a result of this need, emerges the creation of a company dedicated to the commercialization of biodegradable food containers that decompose within a period of one hundred and twenty days and serve as a natural fertilizer for the soil. The marketing plan will work through strategic alliances with “Santo Domingo de los Tsáchilas” prefecture and “La Concordia” municipality, to initiate environmental awareness campaigns for the entire population. The company will be called “Ecover” and will be registered as a Limited Company, complying with the requirements set forth by the Companies Law, in addition, it must submit another series of legal documentation requested by the relevant entities, among which stands “La Concordia” Canton Municipality, Environment Ministry and the Fire Department. Through a financial study through profitability indicators, the feasibility of the project was determined.

DESCRIPTORS: Biodegradable, environmental awareness, container, financial indicators.

INTRODUCCIÓN

El ser humano en su ambición por generar riquezas, ha sobreexplotado el planeta, provocando una alarmante contaminación ambiental, el consumo del plástico y espumados desechables es exagerado y está creando problemas graves en el medioambiente, ríos contaminados, mares envenenados, ecosistemas destruidos y animales que desaparecen por una escasa alimentación, teniendo en cuenta que si no se toman medidas correctivas al respecto, la vida en el mundo está en riesgo, así como el futuro de las siguientes generaciones de la humanidad y demás seres vivientes. A esto se suma la rapidez en los cambios y costumbres, provocando que las personas vivan un ritmo de vida más acelerado, generando un mayor uso y demanda por contenedores de comida, en especial de espumados desechables que contaminan el medioambiente.

La utilización de contenedores biodegradables para alimentos hechos a base de fibra natural que se descomponen en un plazo máximo de ciento veinte días; es de suma importancia ya que contribuye al cuidado y conservación del medio ambiente, aparte de ser innovadores, son sostenibles, compostables, cuidan nuestra salud y sirven de abono para suelo.

CAPÍTULO I. ÁREA DE MARKETING define el producto y sus características, realizando un estudio de mercado, además, se analiza las estrategias de precios y comercialización, para finalmente establecer las diferentes formas de promoción y marcar las pautas para llegar al consumidor.

CAPÍTULO II. ÁREA DE PRODUCCIÓN engloba los procesos de producción que se aplicarán para el producto, de la misma manera se detallan los equipos necesarios para las instalaciones, los factores que afecten este plan de operaciones y se expone lo referente a la capacidad de producción, la calidad del producto y los elementos para la comercialización.

CAPÍTULO III. ÁREA DE GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN se determina la misión y visión de la empresa, las personas que formarán parte de la estructura organizacional y los perfiles en el campo requerido, todo esto permitirá realizar los indicadores de gestión para medir el cumplimiento de los objetivos propuestos por la organización.

CAPÍTULO IV. ÁREA JURÍDICO LEGAL menciona paso a paso los permisos, parámetros, normativas legales que se debe cumplir para llevar un correcto funcionamiento, control y posicionamiento de la empresa.

CAPÍTULO V. ÁREA FINANCIERA establece las inversiones, financiamiento, los costos y gastos que conlleva la creación de la empresa, determinando a su vez la factibilidad del proyecto para su ejecución.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de contenedores biodegradables para alimentos, ubicada en el cantón La Concordia, aplicando técnicas comerciales y organizacionales, con el fin de contribuir con el cuidado del medioambiente.

Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado que determine la demanda potencial insatisfecha, a través de un estudio, utilizando métodos de investigación apropiados para la obtención de información certera y precisa de los futuros consumidores.

- Determinar la ingeniería del proyecto dentro del área de producción, definiendo los pasos a seguir en cada proceso, logrando así una distribución óptima de los productos biodegradables.
- Definir la estructura organizacional y de gestión mediante indicadores que midan el cumplimiento de los objetivos, desarrollando un control de las actividades del proyecto.
- Establecer los factores jurídicos y legales que rigen en el país, cumpliendo paso a paso con las normativas y permisos indispensables para el funcionamiento y permanencia de la empresa.
- Desarrollar un estudio financiero que aplique planes y proyecciones económicas, determinando de esta manera la viabilidad económica, generando un margen de utilidad y ganancias a la organización.

CAPÍTULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. Objetivos del estudio del mercado

Realizar una investigación de mercado que determine la demanda potencial insatisfecha, a través de un estudio, utilizando métodos de investigación apropiados para la obtención de información certera y precisa de los futuros consumidores.

1.2. Definición del producto o servicio

El producto o servicio es un componente fundamental del marketing, pero como se detalla “Las necesidades y los deseos de los clientes se satisfacen con una promesa de marketing, es decir cierta mezcla de productos, servicios, información y experiencias ofrecidas a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo” (Silva, y otros, 2014, pág. 24). En la actualidad ofrecer un producto o servicio no lo es todo, lo fundamental es generar una experiencia, un valor agregado que marque la diferencia de los demás.

1.2.1. Especificaciones del producto.

Los contenedores biodegradables para alimentos son productos de un solo uso que sirven para el almacenamiento y transporte de comida, están elaborados a base de fibras naturales cien por ciento biodegradables y compostables para el medioambiente.

Son compostables y se degradan en su totalidad, con un plazo entre noventa a ciento veinte días, esto hace que se reduzcan los desperdicios y regresen a la naturaleza en forma de abono.

La producción de los contenedores biodegradables para alimentos representa un ahorro significativo de energía, llegando a reducir considerablemente las emisiones del CO₂, en ellos se pueden servir alimentos fríos o calientes y resisten al uso del microondas que es utilizado con mayor demanda en los hogares del país.

1.1.1. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Los aspectos innovadores de los productos biodegradables y los hábitos de práctica regulares de reciclaje, ayuda a mantener al planeta saludable, limpio y eficiente, reconociendo los riesgos ambientales, la vida ecológica se está convirtiendo hoy por hoy en una práctica común en el país.

Un envase biodegradable contiene elementos tales como fécula de maíz, caña de azúcar y fibra de bambú, que se descomponen de manera natural en la tierra, sirviendo de abono al suelo, debido a que no contienen derivados químicos que emanan los desechos tóxicos y venenosos. Requiere menos energía para reciclar, proporcionando una producción más rápida y eficiente.

La resistencia a la temperatura, apariencia o eficiencia entre los bioplásticos y plásticos regulares son completamente seguros para usar en el congelador, microondas y por lo general pueden soportar temperaturas de calefacción de 120 a 200 grados Fahrenheit (48,89 a 93,34 grados Centígrados).

1.2. Definición del mercado

El mercado se define como “un lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta mercancías o servicios y en que se transfiere la propiedad de un título” (Mercado, 2004, pág. 70).

Además, se puede aportar que el mercado “es el conjunto de demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio” (Mercado, 2004, pág. 71). Sin mercado no hay poder de negociación, su importancia es primordial desde los inicios del comercio, donde se compra y vende productos o servicios que suman un valor agregado al consumidor.

1.2.1. Qué mercado va a tocar en general.

Los clientes potenciales son todas las personas que vivan dentro del cantón La Concordia y sectores aledaños, que tengan la necesidad de adquirir contenedores biodegradables para el almacenamiento y transporte de alimentos, que amen la Naturaleza y tengan la voluntad de contribuir con la conservación de la vida del planeta.

El segmento donde se comercializará los contenedores biodegradables partirá de un mercado de personas desde los dieciocho años en adelante, sin importar el género y la clase social. Dentro de ellos se encuentran las familias y cadenas de restaurantes; brindando precios accesibles, puntualidad de entrega y buen servicio sin importar el volumen de la compra.

Se determina como mercado meta para el inicio del negocio el Cantón La Concordia, Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas, con una Superficie de: 325 km², Altitud: 217 metros sobre el nivel del mar, Límites: Al norte con los cantones Quinindé y Puerto Quito; Al sur con las parroquias San Jacinto del Búa y San Pedro de Suma provincia de Manabí; Al este con la parroquia Valle Hermoso y al oeste con la parroquia rural Chibunga provincia de Manabí.

1.2.1.1. Categorización de sujetos

Dentro de las especificaciones de agentes o sujetos relacionados, se ha considerado a la población económicamente activa del cantón La Concordia como clientes potenciales de los contenedores biodegradables para alimentos.

Tabla 1. Categorización de Sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién Compra?	La Familia
¿Quién Usa?	La Familia, Miembros de Familia
¿Quién Decide?	La Familia
¿Quién Influye?	La sociedad, amigos, familiares

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: La autora

1.2.1.2. Estudio de Segmentación

Dimensión Conductual

Mediante esta categorización, se divide el mercado en grupos homogéneos basados en el tipo de necesidad, tipo de compra, relación de la marca y actitud frente al mercado.

Tabla 2. Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
TIPO DE NECESIDAD:	Social, Seguridad
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACION CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Dimensión Geográfica

Las especificaciones de los elementos de la dimensión geográfica se definen en función del lugar donde se comercializará los contenedores biodegradables (INEC, 2019).

Tabla 3. Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	TOTAL HAB.
PAIS	Ecuador	17'361.354
REGIÓN	Costa	7'499.401
PROVINCIA	Santo Domingo	410.937
CANTÓN	La Concordia	51.810

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas (INEC) – Proyecciones 2019

Elaborado por: La Autora

Dimensión Demográfica

Dentro de este tipo de dimensión se consideran las variables como edad, género, nivel socioeconómico; los valores reflejados corresponden a las proyecciones 2010-2020 realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), con una tasa de crecimiento poblacional del 1,02% (INEC, 2019).

Tabla 4. Dimensión demográfica de La Concordia

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
EDAD	18-64	27.546 habitantes
GÉNERO	Masculino	14.048 habitantes
	Femenino	13.498 habitantes
SOCIECONOMICO	PEA	27.546 habitantes

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas (INEC) - Proyecciones 2019

Elaborado por: La Autora

1.2.1.3. Plan de muestreo

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se toma como instrumento la fórmula de la población finita, pues es ésta la recomendada para este tipo de investigación; Se detalla la siguiente fórmula a continuación:

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

Simbología:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza (1,96)

p = probabilidad de la ocurrencia (0,5)

q = probabilidad de no ocurrencia (0,5)

N = población (27.546)

e = error de la muestra (0,05)

$$n = \frac{1,96^2 * 27.546 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(27.546 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{26.455,1784}{69,8229} = 379$$

Resultado n = 379 personas potencialmente activas

Al aplicar la fórmula de población finita para la muestra objeto de estudio, se determina el número de 379 elementos muestrales, la misma que será segmentada en dos partes debido a los canales de distribución que tendrá la empresa, el canal directo que es el consumidor final con un total de 364 elementos y el canal indirecto que corresponde a los 15 restaurantes que existen en la zona; de esta manera se podrá conocer las tendencias, gustos y preferencias hacia los contenedores biodegradables para alimentos.

1.2.1.4. Instrumentos para recopilar información

Dentro de los instrumentos que se utilizan para la investigación se detallan las herramientas fundamentales para conseguir la información de manera óptima, dentro de éstas se encuentran, la recolección bibliográfica documental, registros en base de datos, observación investigativa y encuestas.

Las fuentes de información para la investigación pueden ser de dos formas, primarias o secundarias, las primarias se enfocan en encuestas o cuestionarios y las secundarias: Bases de datos, facturas, documentos, páginas web, entre otros.

1.2.1.5. Diseño y recolección de información

Información secundaria

En este caso se analizarán textos relacionados con el medioambiente, páginas web que ayuden a obtener información veraz e importante para el desarrollo del proyecto. Dentro de estas organizaciones podemos encontrar al Ministerio del Ambiente que rige en todo lo relacionado al cuidado de la naturaleza en el país y también se tomará estudios y actualizaciones de bases de datos que proporcionan las entidades mundiales, entre ellas se puede mencionar la Organización Mundial del Medioambiente (OMM), Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente (PNUM), entre otras.

Otro sitio o lugar estratégico donde se proporciona información con sustento en la población es en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad del cantón La Concordia, que aporta a la ciudadanía en general datos necesarios para procesos de investigación.

Información primaria

Para el efecto de la investigación se realizará por el método descriptivo indicado para la recolección de la información, en este caso, la encuesta es la herramienta necesaria que se aplicará a los ciudadanos de la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón La Concordia, recopilando datos importantes que servirán de base para determinar los cambios en la preferencia de consumo de productos biodegradables.

MODELO DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIO

OBJETIVO: Esta encuesta tiene fines académicos que permite determinar la creación de una empresa comercializadora de contenedores biodegradables en el cantón La Concordia, para ello es necesario conocer la opinión de la ciudadanía.

De antemano se agradece su atención por unos minutos contestando a las siguientes preguntas, Muchas gracias.

ENCUESTA PERSONAL

Encuesta N°
Zona
Sector

1. ¿Adquiere usted envases plásticos o espumados desechables para el almacenamiento y transporte de alimentos?

Si ()

No ()

2. ¿Con qué frecuencia consume este tipo de productos?

Diariamente ()

Mensual ()

Semanalmente ()

Nunca ()

3. Cuando adquiere los productos desechables, ¿en qué cantidades lo hace?

Unidad () Centena ()

Docena () Mil o más ()

.....

4. ¿Sabía usted que los productos plásticos tardan entre 100 a 1.000 años en descomponerse originando problemas de contaminación en el agua, aire y suelo, que impactan directamente al ambiente y a la salud?

Si () No ()

5. ¿Sabía usted que ya existe gran variedad de productos biodegradables elaborados con fibras naturales para el hogar incluyendo envases para almacenar y transportar los alimentos?

Si () No ()

6. ¿Considera que podría reemplazar sus hábitos de compra para obtener estos productos biodegradables?

Si () No () Tal vez ()

7. Dentro de la localidad, ¿sabe de la existencia de alguna empresa que distribuya envases biodegradables para almacenar y transportar los alimentos?

Si () No ()

8. ¿Le gustaría contar con una distribuidora dentro de la localidad y que comercialice este tipo de envases biodegradables que faciliten su adquisición?

Si () No ()

9. Tomando en cuenta los beneficios que aportan al medio ambiente. ¿Considera usted que los productos biodegradables son costosos?

Si () No ()

10. ¿Cuál es el medio de comunicación por la cual usted regularmente se informa para adquirir un producto?

Radio () Televisión () Redes sociales () prensa escrita ()

Call center proveedor () Hojas Volantes ()

11. ¿De qué manera le resulta más cómodo realizar el pago del producto?

Efectivo () Tarjeta de crédito () Transferencia bancaria ()

12. ¿Marque con una X el tipo de promoción que le gustaría recibir por la compra de los contenedores biodegradables? (puede ser más de una)

Entrega a domicilio por volumen de compra

Descuentos por volumen de compras

Promociones por ser cliente habitual

Muchas gracias

Dentro de los elementos muestrales tomados para la ejecución de la encuesta se encuentra la cadena de restaurantes, solo para este sector se tendrá en cuenta las dos últimas preguntas, debido a que la cantidad de adquisición de los contenedores biodegradables es al por mayor, se aplican las formas de pago y promociones.

1.2.1.6. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas, en donde la herramienta utilizada para tabular la información en Microsoft Excel por su facilidad en cuanto al manejo y exposición de los resultados.

Pregunta 1. ¿Adquiere usted envases plásticos o espumados desechables para el almacenamiento y transporte de alimentos?

Tabla 5. Resultados pregunta 1

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
No	0	0%		0	0%
Si	364	100%	Si	15	100%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora



Gráfico 1. Consumo de plástico y espumados desechables Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

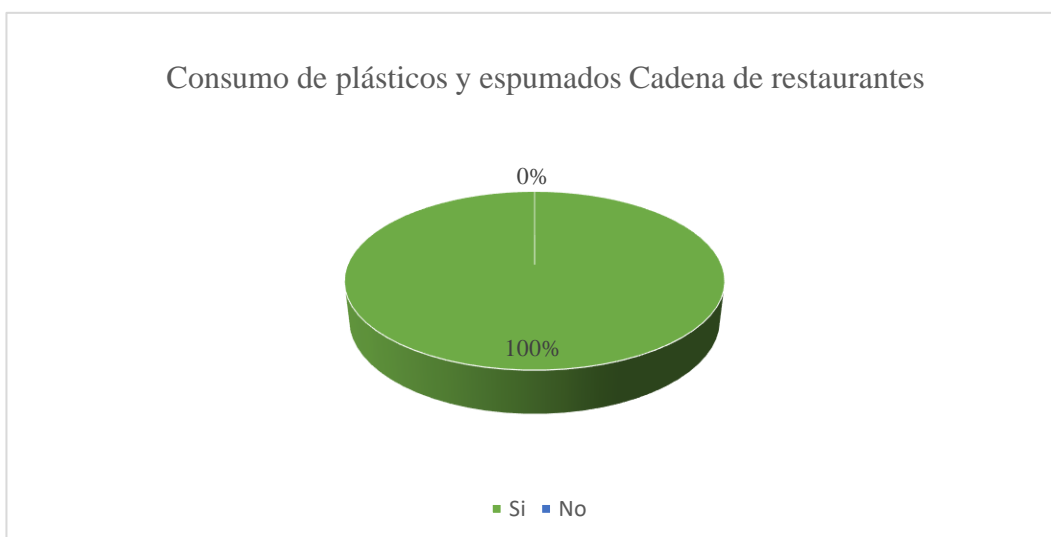


Gráfico 2. Consumo de plástico y espumados desechables Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

De los elementos muestrales (consumidor final y cadena de restaurantes), el 100% menciona que adquiere envases plásticos y espumados desechables para el almacenamiento y transporte de alimentos.

Interpretación:

En base a los resultados obtenidos se puede evidenciar que este tipo de producto es utilizado de manera indispensable en la población para el almacenamiento y transporte de comida, por lo que los contenedores biodegradables tendrían acogida si se empiezan a reemplazar por los plásticos y espumados que contaminan la naturaleza, con ello se contribuye al cuidado y conservación del ambiente y se mejora la calidad de vida del planeta.

Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia consume este tipo de productos?

Tabla 6. Resultados Pregunta 2

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Nunca	0	0%	Nunca	0	0%
Diariamente	45	12%	Mensualmente	2	13%
Semanalmente	95	27%	Diariamente	4	27%
Mensualmente	224	61%	Semanalmente	9	60%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

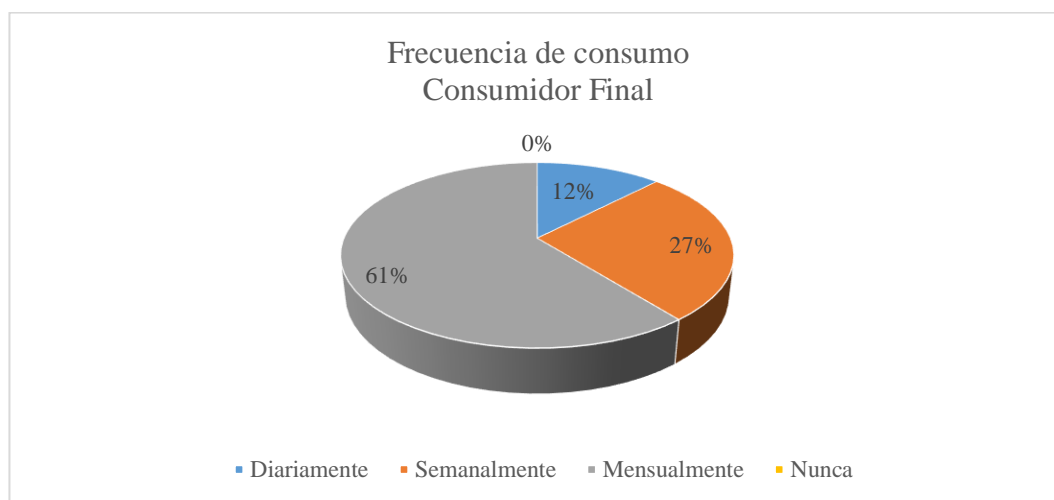


Gráfico 3. Frecuencia de consumo de plásticos Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

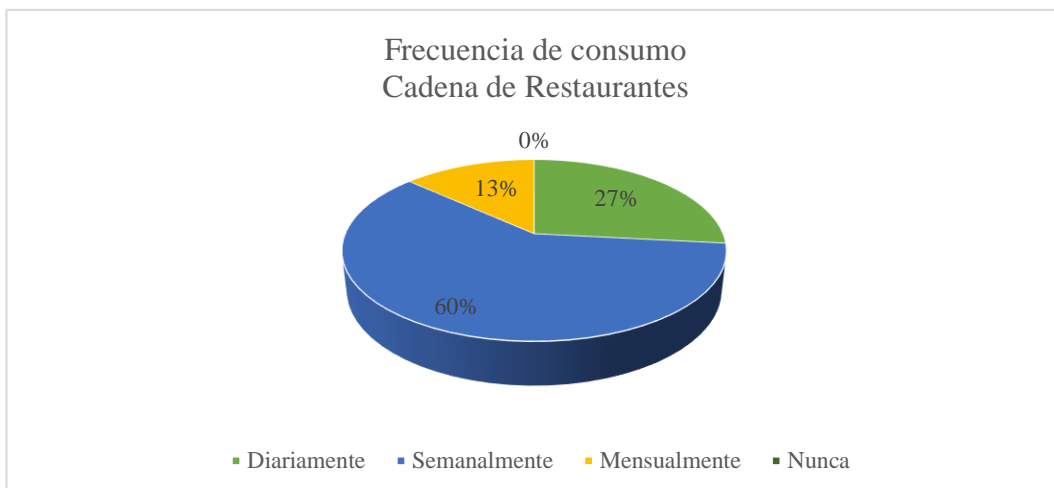


Gráfico 4. Frecuencia de consumo de plásticos Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

La frecuencia de consumo de los plásticos y espumados desechables para el consumidor final, el 61% los adquiere mensualmente, un 27% semanalmente y solo el 12% realiza la compra de estos productos diariamente. La cadena de restaurantes por el contrario consume un 60% semanalmente, el 27% diariamente y el 13% realiza sus compras mensuales.

Interpretación:

Debido a la frecuencia de consumo de los productos desechables y espumados, el consumidor final realiza sus compras cada mes, cuando tiene algún evento especial, visitas en casa o por diferentes actividades sociales en el que se encuentra involucrado. La cadena de restaurante por el volumen de compra, la demanda de alimentos para llevar es alta, es por este motivo que la mayoría realiza los pedidos semanalmente, para satisfacer las necesidades de los clientes que debido a la vida laboral optan por transportar los alimentos a sus hogares o trabajos.

Pregunta 3. Al adquirir los productos desechables, ¿en qué cantidades lo hace?

Tabla 7. Resultados pregunta 3

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Mil o más	19	5%	Unidad	0	0%
Unidad	45	12%	Mil o más	1	7%
Centena	79	22%	Decena	6	40%
Decena	221	61%	Centena	8	53%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

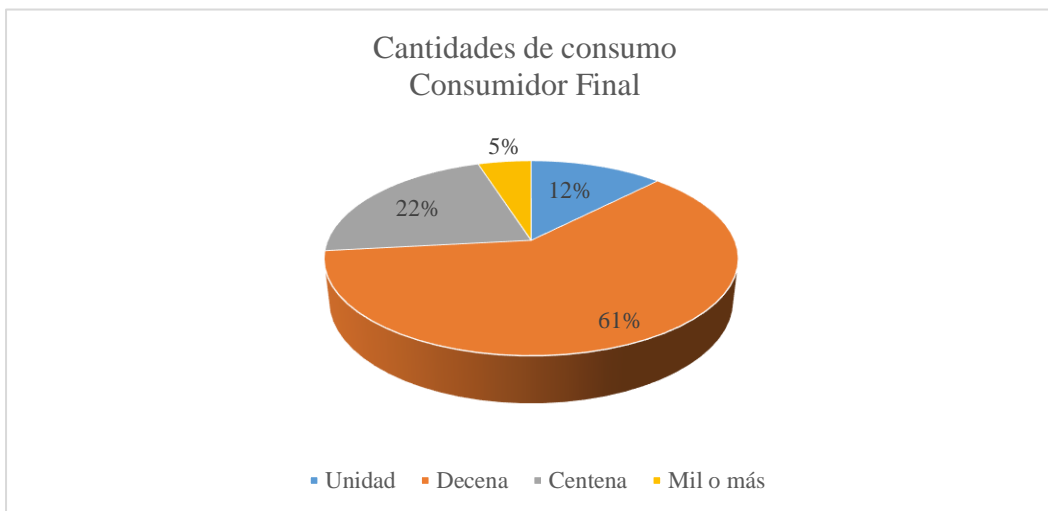


Gráfico 5. Cantidades de consumo Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

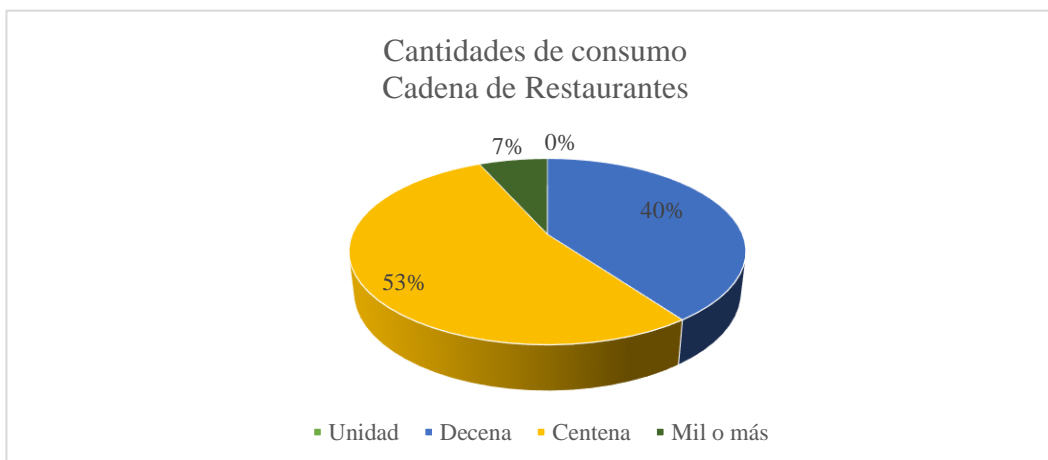


Gráfico 6. Cantidades de consumo Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

La cantidad de consumo de plásticos y espumados varía con respecto a los elementos muestrales. El consumidor final compra estos productos, un 61% en decenas, el 22% en centenas, el 12% los adquiere por unidad y un 5% de mil o más tarrinas o contenedores desechables. Por otro lado, la Cadena de restaurantes el 53% compra en cantidades de centena, el 40% en decena y un 7% entre mil o más contenedores para el almacenamiento y transporte de alimentos.

Interpretación:

Las cantidades de compra de los elementos muestrales indican que los contenedores tienen un uso primordial en la población del cantón de la Concordia, de manera especial, en la cadena de restaurantes, siendo ésta una oportunidad para la empresa Ecover en distribuir productos biodegradables, porque existe demanda en el mercado.

Pregunta 4. ¿Sabía usted que los productos plásticos tardan entre 100 a 1.000 años en descomponerse originando problemas de contaminación en el agua, aire y suelo, que impactan directamente al ambiente y a la salud?

Tabla 8. Resultados pregunta 4

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
No	23	6%	No	1	7%
Si	341	94%	Si	14	93%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

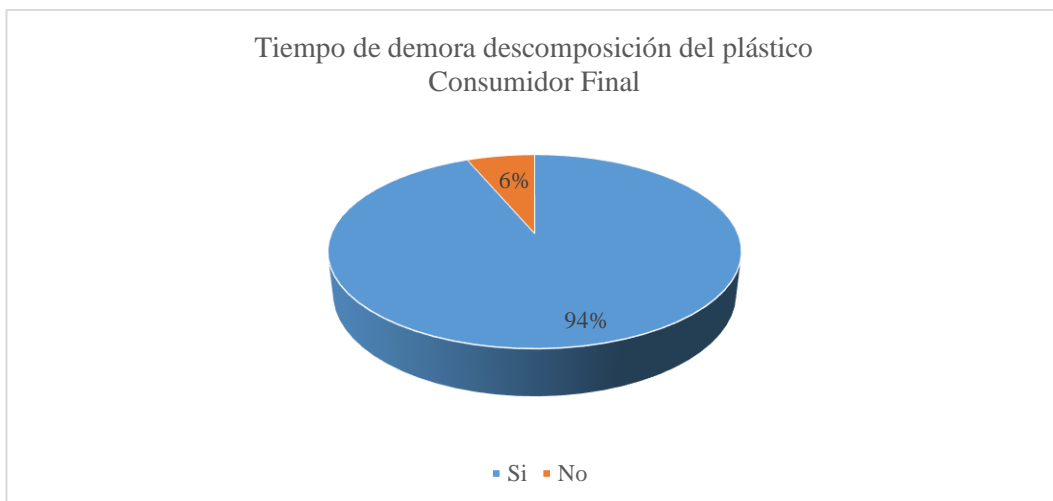


Gráfico 7. Tiempo de Demora de Descomposición del plástico Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora



Gráfico 8. Tiempo de demora de descomposición del plástico Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

De la siguiente pregunta, el 94% del consumidor final si sabe que el plástico se demora en descomponerse y causa contaminación al medioambiente y el 6% responde que no conoce del tema. De la cadena de restaurantes el 93% responde que sí y el 7% contestan que no está al tanto del daño que causa al planeta.

Interpretación:

De acuerdo con la encuesta realizada se determina que las personas conocen y están conscientes del daño que generan estos desechos al planeta y el tiempo de demora en la descomposición. Este conocimiento es clave para Ecover, porque es un campo abierto a explorar por parte del consumidor, al querer contribuir con el cuidado ambiental reemplaza los contenedores plásticos por biodegradables y éstos a su vez, tienen un plazo máximo de descomposición de 120 días.

Pregunta 5. ¿Sabía usted que ya existe gran variedad de productos biodegradables elaborados con fibras naturales para el hogar incluyendo envases para almacenar y transportar los alimentos?

Tabla 9. Resultados pregunta 5

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	119	33%	Si	4	27%
No	245	67%	No	11	73%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

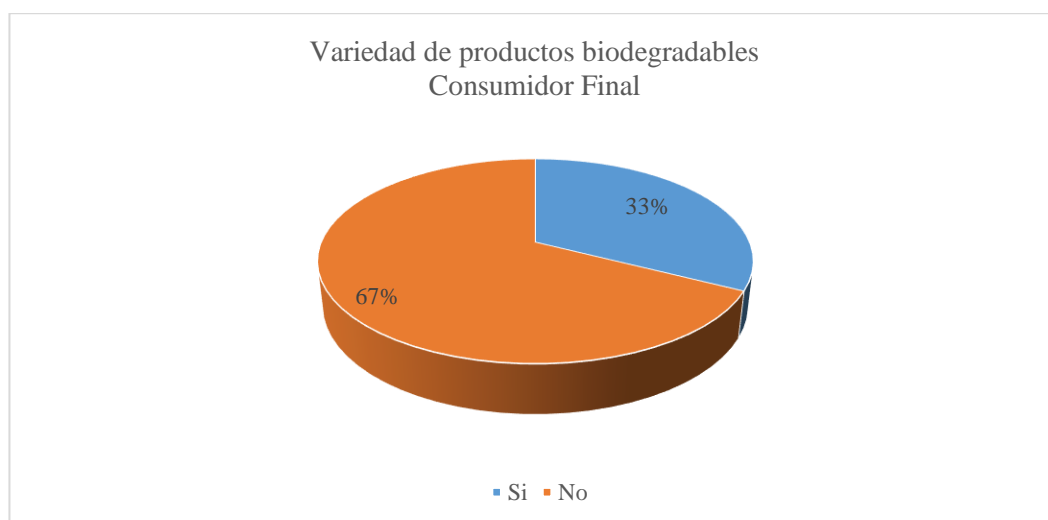


Gráfico 9. Variedad de productos biodegradables Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

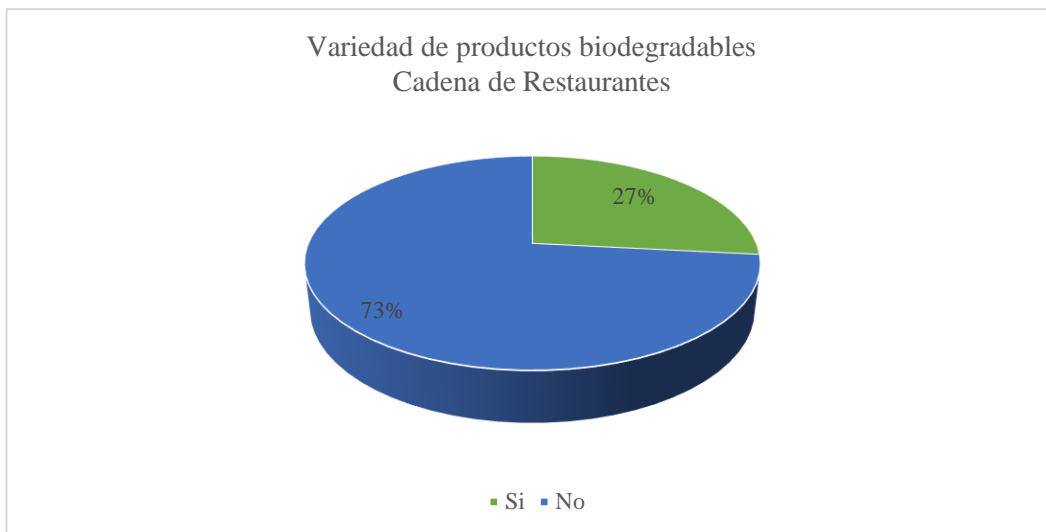


Gráfico 10. Variedad de productos biodegradables Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

En base a los resultados que se obtienen en esta pregunta de la encuesta, el 67% de los consumidores finales no saben de la existencia de productos biodegradables y el 33% si han visto productos con estas características. De la cadena de restaurantes el 73% responde que no conocen de contenedores biodegradables y un 27% si tienen idea de su presencia en el mercado.

Interpretación:

La población del Cantón al no tener conocimiento de la existencia de productos biodegradables, en especial de contenedores para el almacenamiento y transporte de alimentos, es una ventaja para Ecover, pues con una buena y acertada publicidad y sobre todo concientización del cuidado ambiental que se realizaría con la utilización de contenedores biodegradables, se aporta a la vida y desarrollo del país y el mundo.

Pregunta 6. ¿Considera que podría reemplazar sus hábitos de compra para obtener estos productos biodegradables?

Tabla 10. Resultados pregunta 6

Variable	Consumidor Final		Variable	Cadena de Restaurantes	
	Frecuencia Absoluta	Porcentaje		Frecuencia Absoluta	Porcentaje
No	19	5%	No	0	0%
Tal vez	30	8%	Tal vez	2	13%
Si	315	87%	Si	13	87%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

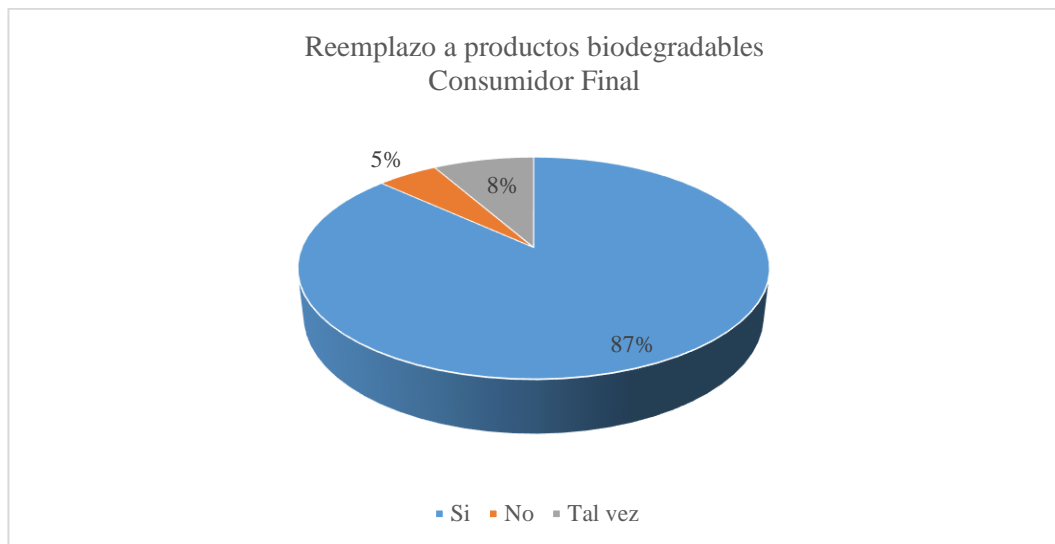


Gráfico 11. Reemplazo a productos biodegradables Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

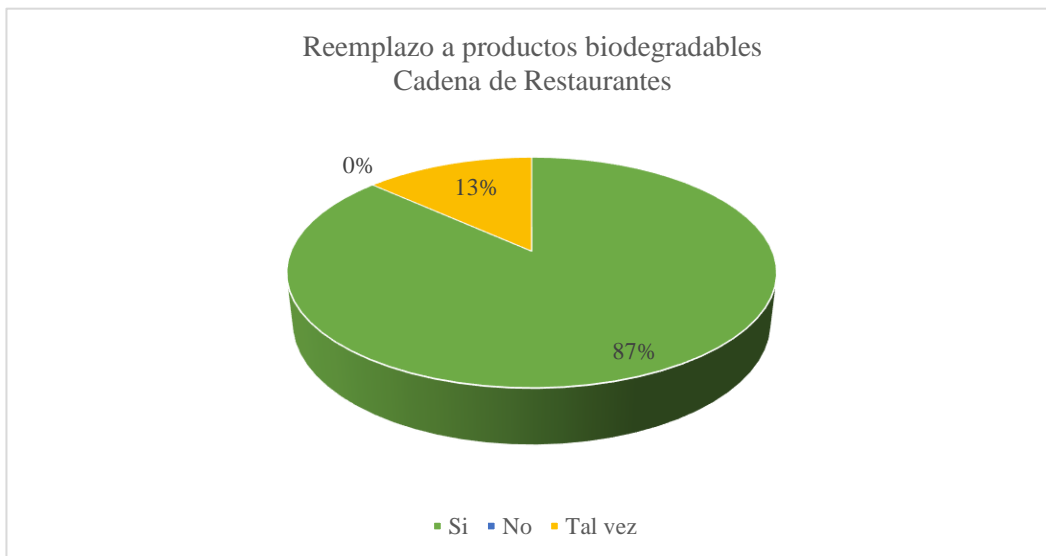


Gráfico 12. Reemplazo a productos biodegradables Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

De los elementos muestrales de la encuesta, el 87% de las personas contestaron que si reemplazarían el plástico y los espumados por productos biodegradables, el 8% menciona que tal vez lo haría y un 5% que no reemplazaría los productos convencionales. Muy similar respondieron la cadena de restaurantes, un 87% reemplazarían plásticos por biodegradables y el 13% que no cambiarían sus productos actuales por ecológicos.

Interpretación:

La distribuidora de contenedores de comida biodegradables ECOVER posee una gran oportunidad de oferta de su producto, debido a que el consumidor final y la cadena de restaurantes reemplazarían los contenedores convencionales por ecológicos y biodegradables, con esta acción cuidan y preservan la vida del planeta.

Pregunta 7. Dentro de la localidad, ¿sabe de la existencia de alguna empresa que distribuya envases biodegradables para almacenar y transportar los alimentos?

Tabla 11. Resultados pregunta 7

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	0	0%	Si	0	0%
No	364	100%	No	15	100%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora



Gráfico 13. Existencia empresa distribuidora de biodegradables Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

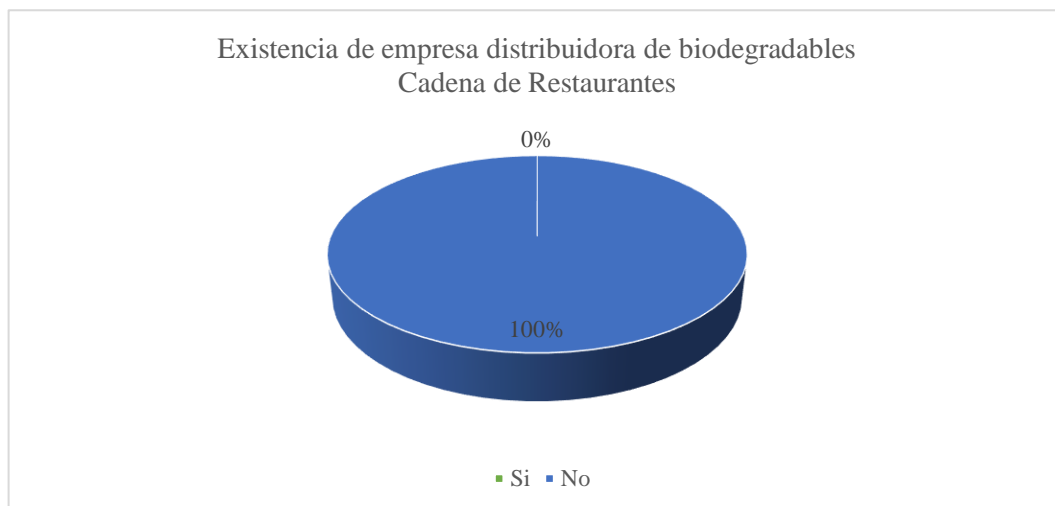


Gráfico 14. Existencia empresa distribuidora de biodegradables Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

El 100% de los elementos muestrales indican que no existe dentro de la localidad una empresa distribuidora de contenedores de comida biodegradables.

Interpretación:

Al no contar con competencia, la distribuidora Ecover se convertiría en pionera en ofrecer contenedores de alimentos biodegradables, generando conciencia, amor por la vida y cuidado al cantón la Concordia.

Pregunta 8. ¿Le gustaría contar con una distribuidora dentro de la localidad y que comercialice este tipo de envases biodegradables que faciliten su adquisición?

Tabla 12. Resultados pregunta 8

Consumidor Final			Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
No	0	0%	No	0	0%
Si	364	100%	Si	15	100%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora



Gráfico 15. Distribuidora en la localidad Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora



Gráfico 16. Distribuidora en la localidad Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

En base a la investigación se puede determinar que el 100% de las personas y restaurantes encuestados si les gustaría contar con una distribuidora en el cantón La Concordia que comercialice contenedores biodegradables para alimentos.

Interpretación:

Ecover posee aceptación y demanda en el cantón, los habitantes y restaurantes estarían dispuestos a adquirir contenedores biodegradables en el local donde esté ubicado, con un ambiente acogedor, amplio y brindando atención personalizada con eficiencia y calidad, ofreciendo cuidado y preservación del ambiente.

Pregunta 9. Tomando en cuenta los beneficios que aportan al medio ambiente. ¿Considera usted que los productos biodegradables son costosos?

Tabla 13. Resultados pregunta 9

Variable	Consumidor Final		Variable	Cadena de Restaurantes	
	Frecuencia Absoluta	Porcentaje		Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	119	33%	Si	5	33%
No	245	67%	No	10	67%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

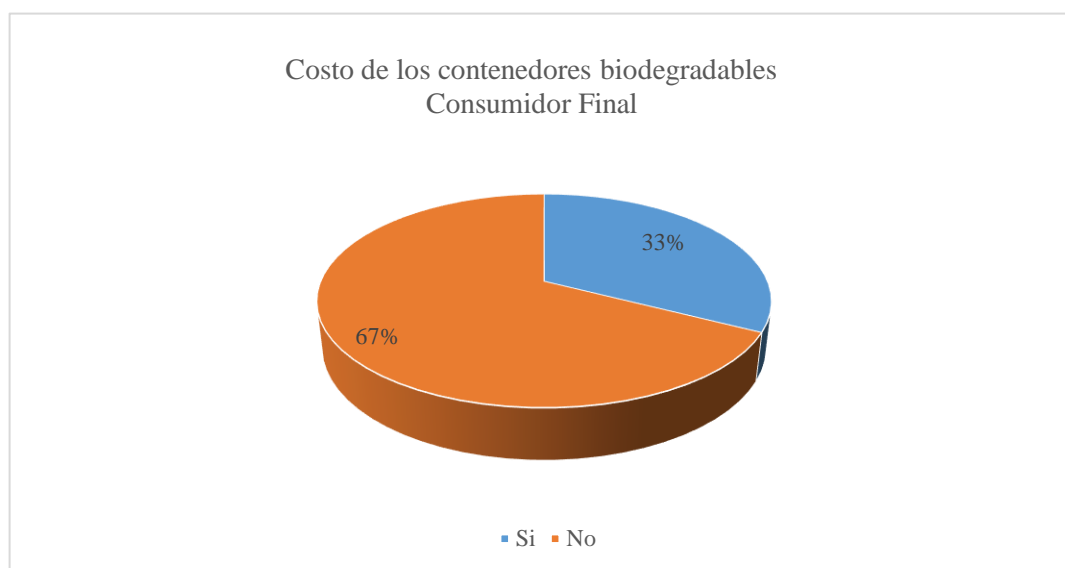


Gráfico 17. Costo de los contenedores biodegradables Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

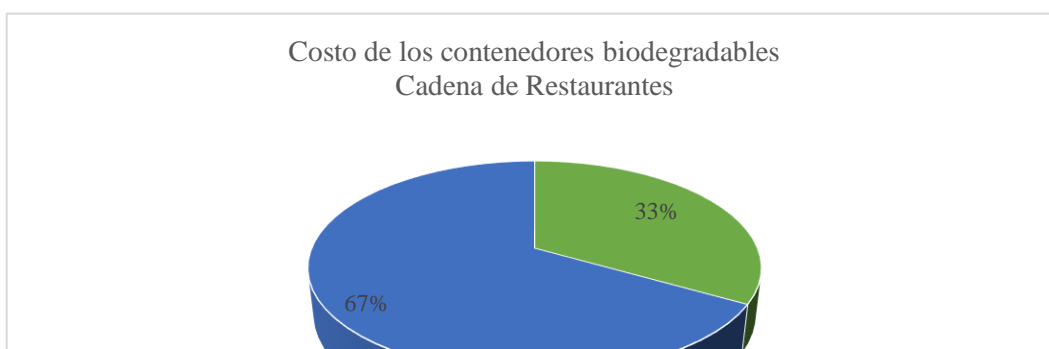


Gráfico 18. Costo de los contenedores biodegradables Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

De los elementos muestrales, el 67% no consideran costosos los contenedores de alimentos biodegradables, mientras que el 33% menciona que si mantienen precios elevados en comparación a los contenedores convencionales.

Interpretación:

Tomando en cuenta los beneficios que los contenedores biodegradables aporta al medioambiente, el precio del producto no influiría en la decisión de compra, cabe recalcar que el valor no varía en gran manera, en comparación con el costo de los contenedores plásticos o espumados desechables comercializados en la actualidad.

Pregunta 10. ¿Cuál es el medio de comunicación por el cual usted regularmente se informa para adquirir un producto?

Tabla 14. Resultados pregunta 10

Consumidor Final	Cadena de Restaurantes
-------------------------	-------------------------------

Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje	Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Call center proveedor	0	0%	Hojas volantes	0	0%
Hojas volantes	19	5%	Prensa escrita	1	7%
Prensa escrita	45	12%	Radio	2	13%
Radio	87	24%	Redes sociales	3	20%
Redes sociales	101	28%	Televisión	4	27%
Televisión	112	31%	Call center proveedor	5	33%
Total	364	100%	Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

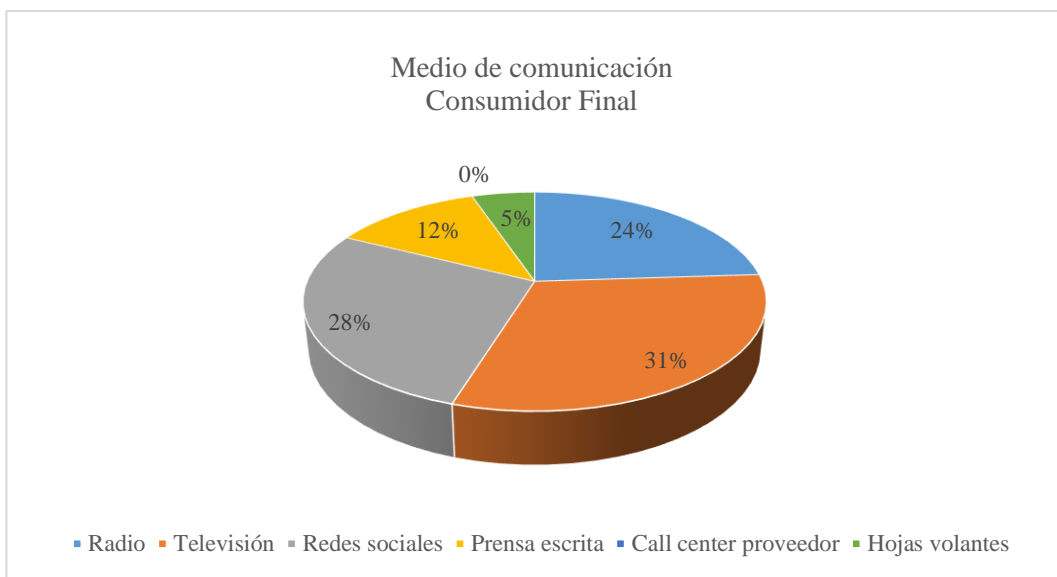


Gráfico 19. Medios de comunicación de información Consumidor Final

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

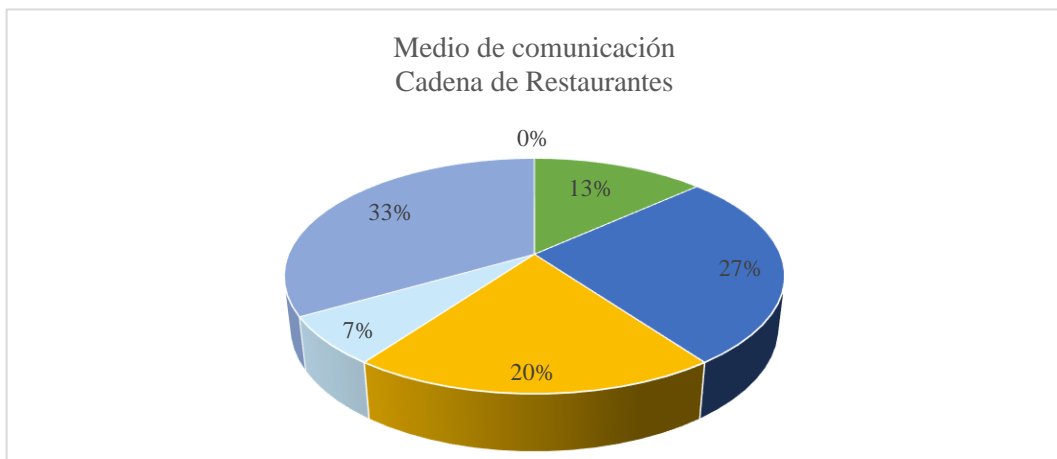


Gráfico 20. Medios de comunicación de información Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

De los medios de comunicación disponibles en la actualidad, el 31% de las personas se informan a través de la televisión, el 28% mediante las redes sociales, el 24% en la radio, un 12% por la prensa escrita y el 5% por medio de hojas volantes. Por el contrario, la cadena de restaurantes considera el 33% a través de Call center con el proveedor, el 27% por la televisión, un 20% redes sociales, el 13% radio y el 7% mediante la prensa escrita.

Interpretación:

A través de los resultados obtenidos, se puede definir los canales de comunicación por el cual se informa la ciudadanía del cantón, en su mayoría a través de la televisión, redes sociales y la radio. La información principal que obtiene la cadena de restaurantes, la realiza directamente con el Call center o visitas del proveedor o distribuidor de los productos que consumen. Para la realización de la publicidad y concientización se puede realizar mediante una entrevista televisiva, cuñas televisadas y radiales, por último, la creación de una página web con información del producto biodegradable a la venta, además, utilizando las redes como Facebook, Instagram y WhatsApp.

Pregunta 11. ¿De qué manera le resulta más cómodo realizar el pago del producto?

Tabla 15. Resultados pregunta 11

Cadena de Restaurantes

Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Tarjeta de crédito	0	0%
Efectivo	7	47%
Transferencia bancaria	8	53%
Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

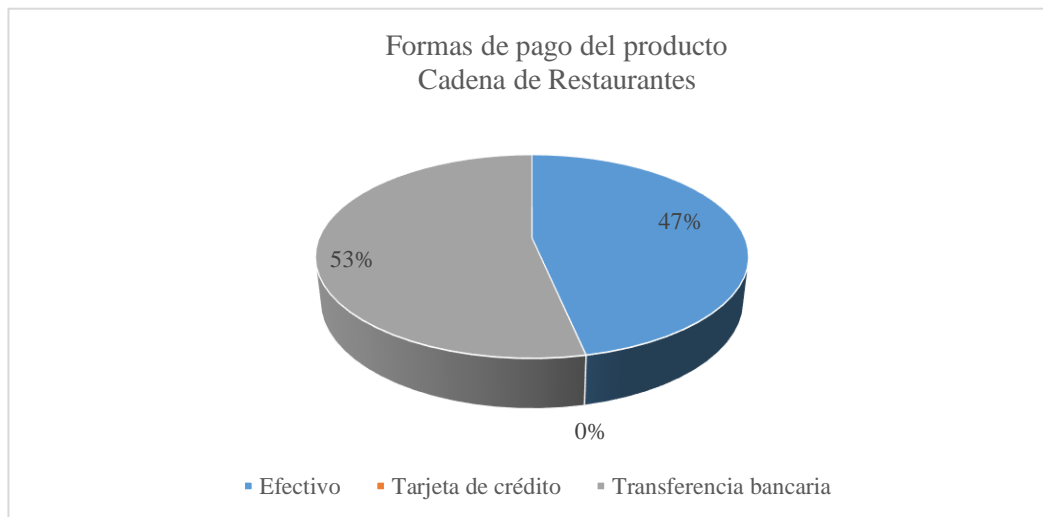


Gráfico 21. Formas de pago del producto Cadena de Restaurantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

En base a la investigación aplicada, el 53% de la cadena de restaurantes menciona que cancelaría sus pagos mediante transferencia bancaria y el 47% lo realizaría en efectivo.

Interpretación:

Debido a los avances tecnológicos, en especial de los financieros se está optando por realizar movimientos, pagos mediante bancas virtuales que facilitan las transacciones de los usuarios, gran parte de las cadenas de restaurantes aún

consideran el efectivo como mejor forma de pago. En vista que el consumidor final compra en pequeñas cantidades, el pago lo realiza en efectivo, a su efecto, si comprara en grandes cantidades, puede optar por la forma de pago que crea conveniente.

Pregunta 12. ¿Marque con una X el tipo de promoción que le gustaría recibir por la compra de los contenedores biodegradables?

Tabla 16. Resultados pregunta 12

Cadena de Restaurantes		
Variable	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Descuentos por volumen de compra	2	13%
Promociones por ser cliente habitual	5	33%
Entrega a domicilio por volumen de compra	8	53%
Total	15	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autora

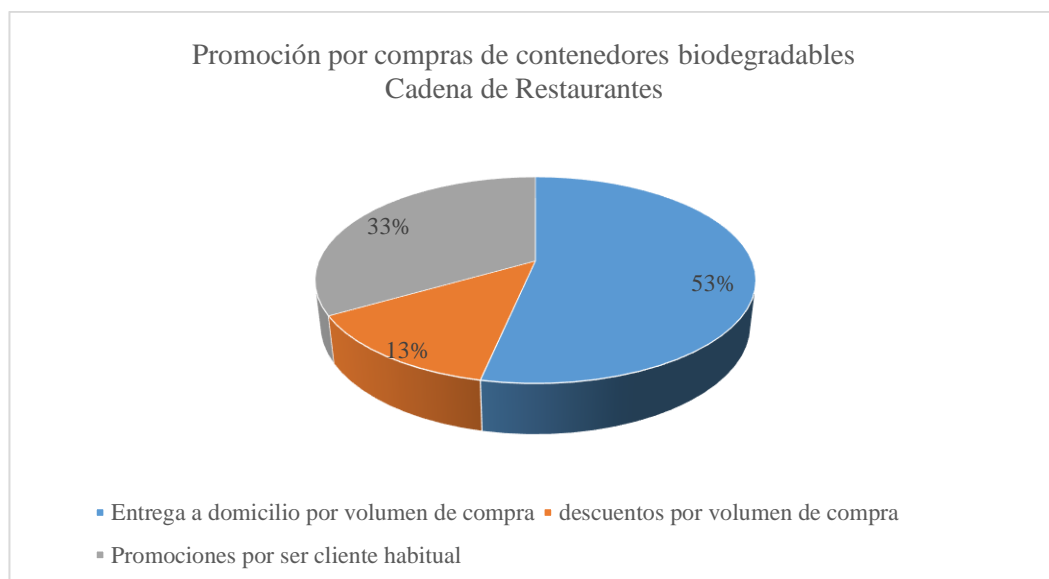


Gráfico 22. Promoción por compra de contenedores biodegradables

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

A través de la investigación se determina que el 53% le gustaría recibir la promoción mediante la entrega a domicilio por volumen de compra, el 33% por

medio de promociones al ser cliente habitual y el 13% descuentos por volumen de compra.

Interpretación:

Las promociones que Ecover debe realizar es la entrega de los contenedores biodegradables en el negocio por volúmenes de compra, premiar a los clientes habituales con descuentos extras o promociones con productos llamativos y necesarios para los restaurantes.

1.2.2. Demanda Potencial.

Para el cálculo de la demanda potencial se tomará en cuenta el método no estadístico, basado en la Población Económicamente Activa del cantón La Concordia, los datos obtenidos del último censo poblacional y su proyección con una tasa de crecimiento anual del 1.02%, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010 (INEC, 2019).

Tabla 17. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN PEA LA CONCORDIA 18-64 AÑOS	
AÑOS	POBLACIÓN 18 - 64 AÑOS CRECIMIENTO 1.02%
2010	25.142
2011	25.398
2012	25.658
2013	26.919
2014	26.184
2015	26.451
2016	26.720
2017	26.993
2018	27.268
2019	27.546

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas (INEC) – Proyecciones 2019

Elaborado por: La Autora

1.2.2.1. Demanda actual

Una vez obtenida la proyección de la demanda en base a los datos del año 2010, reflejada en la tabla N° 17, se obtiene la Población Económicamente Activa aproximada del cantón La Concordia, para poder determinar la demanda actual se toma en cuenta el porcentaje de aceptación obtenido en la pregunta N° 6 de la encuesta, dando como resultado un 87%. Si se proyecta estos valores para cinco años se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 18. Resultados de la demanda actual

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA				
AÑOS	PERIODO	PERSONAS PROYECTADAS	% ACEPTACIÓN	DEMANDANTES PRODUCTO
2019	0	27.546	87%	23.965
2020	1	27.827	87%	24.210
2021	2	28.111	87%	24.457
2022	3	28.398	87%	24.706
2023	4	28.688	87%	24.958
2024	5	28.980	87%	25.213

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.2.2.2. Demanda potencial del producto

Una vez que se obtiene los datos de la demanda actual como indica la tabla N° 18, se procede a tomar la información de la encuesta en la pregunta N° 2, que determina el porcentaje de frecuencia de consumo, realizando el cálculo correspondiente para conocer la demanda potencial anual de los contenedores biodegradables de alimentos.

Tabla 19. Consumo anual de contenedores biodegradables

FRECUENCIA DE CONSUMO ANUAL				
DEMANDA	FRECUENCIA CONSUMO	PORCENTAJE	CONSUMO U/MES	CONSUMO U/AÑO
23.965	Diario	12%	86.276	1.035.307
23.965	Semanal	27%	25.883	310.592
23.965	Mensual	61%	14.618	175.427
	TOTAL	100%	126.777	1.521.326

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Mediante el cálculo de la frecuencia de consumo al mes de contenedores biodegradables, se determina la demanda anual del producto, dando un total de 1'521.326 unidades. Al proyectar la demanda potencial a cinco años, se toma en cuenta la tasa de crecimiento de la industria del plástico; “En lo que a su participación se refiere, el sector ha tenido un peso promedio de 0,51% frente al total del PIB en el periodo 2007–2016. Para 2017 se estimó esta participación en 0,47%” (Revista EKOS, 2018). En base a este índice se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 20. Proyección de la demanda potencial

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CRECIMIENTO INDUSTRIA PLÁSTICO 0,47%		
AÑOS	PERIODO	CONSUMO U/AÑO
2019	0	1.521.326
2020	1	1.528.476
2021	2	1.535.660
2022	3	1.542.878
2023	4	1.550.129
2024	5	1.557.415

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

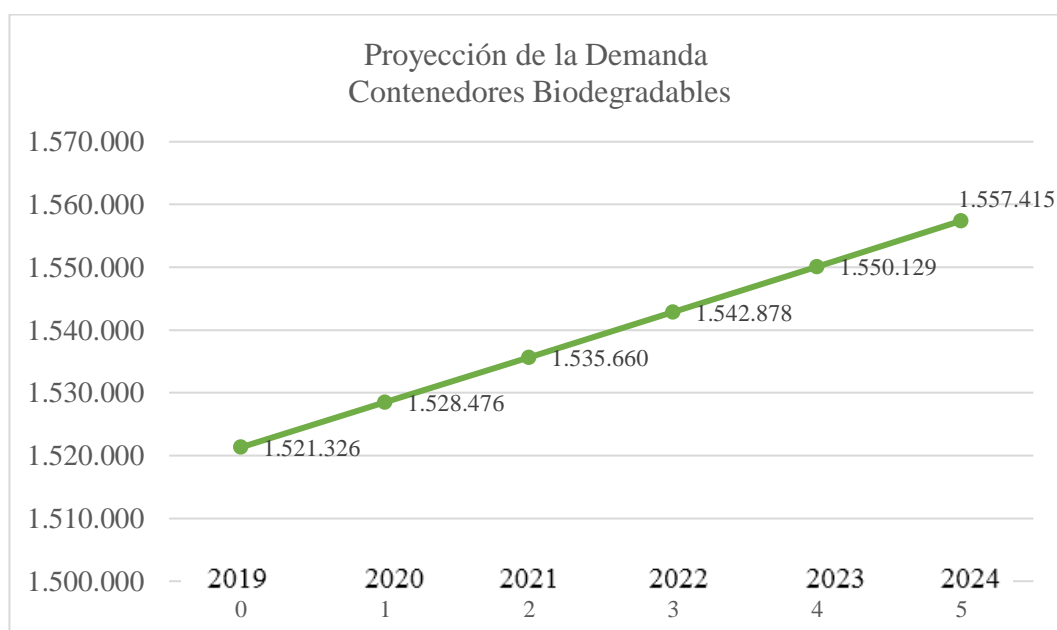


Gráfico 23. Proyección de la demanda potencial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Los datos obtenidos de la investigación, determina la proyección de la demanda para los próximos cinco años, lo que garantiza un crecimiento que justifica el éxito de la comercialización de contenedores biodegradables para alimentos.

1.3. Análisis del macro y micro ambiente

La Mercadotecnia se sirve del microambiente y el macroambiente, para tener una mejor idea del entorno de la empresa.

El macroambiente “no guarda una relación causa-efecto con la actividad comercial. Son genéricos y existen con independencia de que se produzcan o no intercambios. Su influencia no se limita a las actividades comerciales, sino también a otras muchas actividades humanas sociales” (Santesmases Mestre, Velderrey Villar, & Sánchez Guzmán, 2014, pág. 49). Son fuerzas que rodean a la empresa y no pueden ejercer ningún control, entre ellas se encuentran las oportunidades y amenazas.

El microambiente afecta solo a la empresa, por lo que es controlable y pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas se encuentran las fortalezas y debilidades de la organización.

1.3.1. Análisis del Micro ambiente.

Para la determinación del análisis del microambiente se tomará en cuenta las cinco fuerzas de Porter, ya que establece un marco para analizar la competencia y desarrollar estrategias de negocios para las organizaciones.

Tabla 21. Cinco fuerzas de Porter

Rivalidad entre empresas competidoras	La rivalidad es alta debido al mercado limitado, sin embargo, la facilidad de producción con plástico también es alta, en cambio, los productos biodegradables están en crecimiento lento, ya sea por costos o por la poca difusión que existe de los mismos.
Amenaza de productos sustitutos	Actualmente, se comercializa en grandes cantidades productos plásticos y espumados desechables, determinando una amenaza alta, lo importante de los productos biodegradables, es que están ganando espacio en el mercado, debido al cuidado que dan al medioambiente. Las leyes y normativas que regulan el tema ambiental a nivel mundial; se están enfocando en contribuir con la vida del planeta, pues la contaminación está ocasionando un gran problema, por lo que se busca sustituir los plásticos por productos amigables con el medioambiente. Para los próximos años, lo que se busca a nivel general del planeta, es erradicar la producción de contaminantes plásticos y espumados desechables.
Poder de negociación de los compradores	Dentro del cantón La Concordia no existe otra empresa que distribuya productos biodegradables, por lo que el consumidor adquiere lo que existe en el mercado. En este caso, el poder de negociación lo tiene la empresa.
Poder de negociación de los proveedores	Debido a la escasa presencia de ofertantes, el poder de negociación es alto, los compradores al no tener mucha oferta deben regirse a las condiciones, precios, que establecen los vendedores. El crecimiento del mercado de productos biodegradables poco a poco se ha ido incrementando, en consecuencia de la concientización ambiental que se está generando por parte de medios locales, del gobierno nacional y, sobre todo, desde entidades a nivel mundial. A medida que el crecimiento se vaya extendiendo, por ende, habrá más ofertantes y el poder de negociación lo tendrán los compradores.

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

1.3.2. Análisis del Macro ambiente.

En este análisis se determina los factores incontrolables o las fuerzas que rodean a una organización. Para este estudio se utilizarán las matrices PESTAL, EFE, EFI y la matriz del Perfil competitivo (MPC).

1.3.2.1. Matriz PESTAL

La Matriz PESTAL es una técnica que sirve para describir el entorno en el que se desenvolverá la empresa. Esta técnica consiste en describir el entorno externo, a través de factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ambientales y legales. Al describir el entorno actual y futuro en base a estas variables, se realizará un ejercicio de reflexión, que ayudará a tener pistas sobre cómo se comportará el mercado en un futuro cercano.

Tabla 22. Matriz PESTAL

POLÍTICO	Dentro del país empiezan a regir medidas y leyes que ayudan a la erradicación del plástico, ofrecen apoyo a empresas u organizaciones que trabajen por la conservación del medioambiente. En efecto, hay un respaldo por las autoridades competentes a proyectos biodegradables.
ECONÓMICO	Los productos biodegradables al tener un crecimiento en el mercado constante, el costo y el precio a la venta irán decreciendo, habiendo más ofertantes, automáticamente baja el precio de consumo.
SOCIAL	La población hoy en día tiene conciencia del grave daño que se está generando en el mundo por la contaminación del ambiente, por esta razón, al momento de adquirir o utilizar un producto o servicio, analiza el grado de contribución ecológica que genera.
	Continúa
TECNOLÓGICO	Es indispensable innovar tecnología, esto mediante herramientas, equipos que se adquiera para el mejor funcionamiento de la organización.

AMBIENTAL

Debido a la contaminación ambiental que se genera por el uso de plásticos y espumados desechables, a nivel global está creciendo la tendencia al cuidado del medioambiente, por tal motivo, las empresas optan por desarrollar productos o servicios amigables con el planeta.

LEGAL

Para la creación de la empresa se debe cumplir con una serie de documentación legal, que permite el correcto funcionamiento del negocio, entre ellos se encuentra: el SENADI, permiso de Cuerpo de Bomberos, Municipalidad del Cantón y Ministerio del ambiente.

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

1.3.2.2. Matriz EFE

Una matriz EFE “permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva” (Fred R., 2003, pág. 110).

Tabla 23. Matriz EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVES DE ÉXITO	Puntuación	Calificación	Ponderación
OPORTUNIDADES			
Carencia de empresas comercializadoras de contenedores de comida biodegradables.	0,23	4	0,92
Tendencias del cuidado del medioambiente.	0,18	4	0,72
Crecimiento constante de la población.	0,15	4	0,60

Apoyo de las autoridades gubernamentales.	0,11	3	0,33
Total Oportunidades			2,57
AMENAZAS			
Competencia del sector industrial del plástico con precios más bajos.	0,10	4	0,40
Falta de conciencia ambiental en la población.	0,08	3	0,24
Creación de nuevas empresas distribuidoras de productos biodegradables.	0,09	3,5	0,32
Restricción de créditos bancarios para la inversión.	0,06	3	0,18
Total Amenazas			1,14
TOTAL		1,00	3,71

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Una vez realizada la matriz EFE, donde se analiza los factores externos, se visualiza un total ponderado de oportunidades de 2,57 y de amenazas un valor de 1,14; La suma de estos dos valores da un total ponderado de 3,71 encontrándose por encima de la media, lo que significa que el proyecto presenta mayores oportunidades que amenazas para su ejecución.

1.3.2.3. Matriz EFI

Es un instrumento que sirve para formular estrategias, resume y evalúa las debilidades y fortalezas más importantes dentro de los departamentos de la organización, además, ayuda a identificar y evaluar todas estas áreas.

Tabla 24. Matriz EFI

FACTORES INTERNOS CLAVES DE ÉXITO	Puntuación	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
Incremento de la conciencia por cuidado del ambiente.	0,22	4	0,88
El producto es innovador y amigable con el medioambiente.	0,20	4	0,80

Durabilidad y resistencia a altas y bajas temperaturas.	0,18	4	0,72
Producto con estándares de calidad.	0,18	3,5	0,63
Total Fortalezas			3,03
DEBILIDADES			
Mayor costo en comparación a los productos convencionales.	0,09	3,00	0,27
Existencia de locales con dimensiones reducidas para la ubicación del negocio.	0,07	2,50	0,18
Poca capacidad de inversión.	0,06	2,00	0,12
Total Debilidades			0,57
TOTAL		1,00	3,60

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

En la aplicación de la matriz EFI (factores internos), se refleja un total ponderado de fortalezas de 3,03 y de debilidades un valor de 0,57; La suma de estos dos valores da un total ponderado de 3,60 encontrándose por encima de la media, lo que significa que el proyecto presenta mayores fortalezas que debilidades y su posición interna es fuerte.

1.3.2.4. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

“La matriz de perfil competitivo identifica a los principales competidores de una empresa, así como sus fortalezas y debilidades específicas en relación con la posición estratégica de una empresa en estudio” (Fred R., 2003, pág. 112).

Tabla 25. Matriz de Perfil Competitivo

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	PONDERACIÓN	ECOVER		LA CASA DEL PLÁSTICO		PROVESA	
		Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
Participación en el mercado.	0,25	2	0,50	4	1,00	4	1,00
Competitividad de precios.	0,22	1	0,22	3	0,66	4	0,88
Posición financiera.	0,16	1	0,16	3	0,48	4	0,64
Calidad del producto.							

	0,15	3	0,45	4	0,60	3	0,45
Lealtad del cliente.	0,22	2	0,44	3	0,66	4	0,88
TOTAL	1,00		1,77		3,40		3,85

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en la Matriz de Perfil Competitivo, el factor con mayor importancia para el éxito es la participación en el mercado, con un peso ponderado de 0,25. La competitividad de precios y la lealtad al cliente tienen un peso similar de 0,22 y con menor ponderación la posición financiera y la calidad del producto. Ecover, al ser una empresa pionera en distribuir contenedores biodegradables en el cantón La Concordia, aún no se encuentra posicionada en el mercado y es por este motivo, que es la de menor ponderación, pero al analizar a sus mayores competidores, le permite visualizar de forma clara el panorama dentro del mercado y de esta manera, establecer estrategias y mecanismos que permitan el crecimiento de la empresa dentro y fuera del cantón.

1.3.3. Proyección de la Oferta.

Para determinar el cálculo de la oferta se toma en cuenta a la cadena de restaurantes, pues son los oferentes mayoritarios de los contenedores de alimentos dentro del cantón La Concordia. En la pregunta N° 3 de la encuesta aplicada, se obtiene datos puntuales de la frecuencia de compra y las cantidades de consumo del producto, con esta información se reflejarán las unidades vendidas en el año.

Tabla 26. Cantidad de contenedores vendidos por los oferentes

CADENA DE RESTAURANTES				
FRECUENCIA DE CONSUMO DE CONTENEDORES				
VARIABLE	U/DÍA	U/SEMANA	U/MES	U/AÑO
Restaurante Cinco Hermanas		300	1.286	15.429
Restaurante El gran Sabor	75		2.250	27.000
Restaurante Selenita		400	1.714	20.571
Restaurante Rico Pollo	200		6.000	72.000
Parador Los Patitos		72	309	3.703
Restaurante La esquina del Sabor		300	1.286	15.429
Parador Los Patitos 2		48	206	2.469
Parador Los Patitos 3		200	857	10.286

Restaurante KFZ		250	1.071	12.857
Restaurante El Rincón Manaba		100	429	5.143
Asadero La Esquina de Alex	75		2.250	27.000
Restaurante Maymar		100	429	5.143
Restaurante Sabor de Kassandra		150	643	7.714
Restaurante El Manjar		200	857	10.286
Restaurante Atos		300	1.286	15.429
TOTAL			20.871	250.457

Fuente: Cadena de Restaurantes oferentes del cantón La Concordia

Elaborado por: La Autora

El total de contenedores que se venden por los oferentes es de 250.457 unidades anuales. Al realizar la proyección de la oferta a cinco años, con una tasa de crecimiento de la industria del plástico del 0,47% como lo indica el Banco Central del Ecuador, se refleja los siguientes resultados:

Tabla 27. Proyección de la oferta

**PROYECCIÓN DE LA OFERTA
CRECIMIENTO INDUSTRIA PLÁSTICO 0,47%**

AÑOS	PERIODO	OFERTA U/AÑO
2019	0	250.457
2020	1	251.634
2021	2	252.817
2022	3	254.005
2023	4	255.199
2024	5	256.398

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

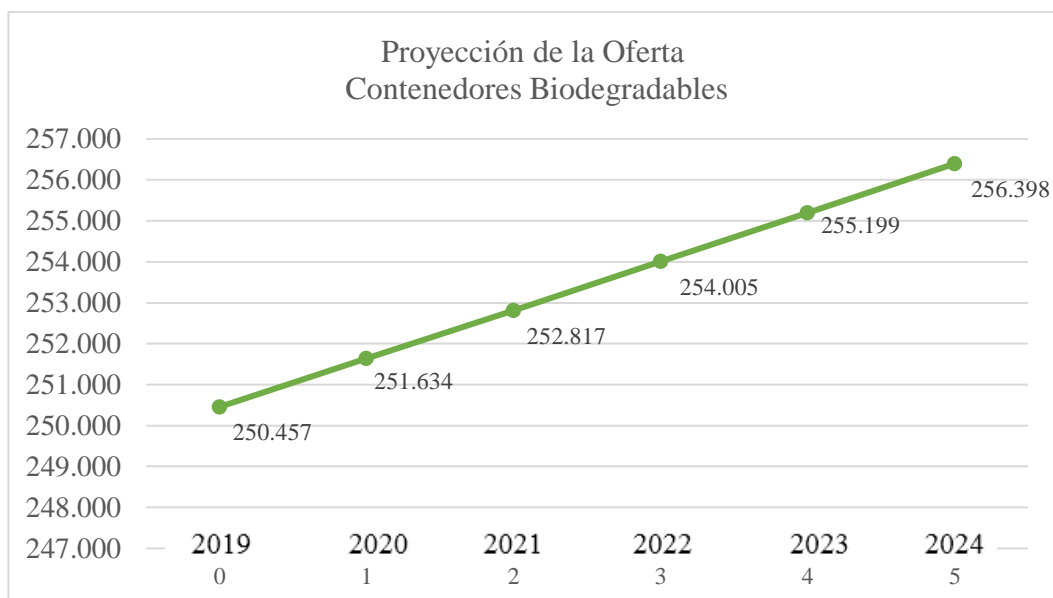


Gráfico 24. Proyección de la Oferta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Una vez que se obtiene la proyección a cinco años de la oferta, se observa el crecimiento de venta de los contenedores biodegradables de alimentos. Estos valores y tomando en cuenta los datos de la demanda potencial, se podrá obtener la demanda potencial insatisfecha.

1.3.4. Demanda Potencial Insatisfecha.

Tabla 28. Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA U/AÑO	OFERTA U/AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2019	1.521.326	250.457	1.270.869
2020	1.528.476	251.634	1.276.842
2021	1.535.660	252.817	1.282.843
2022	1.542.878	254.005	1.288.872
2023	1.550.129	255.199	1.294.930
2024	1.557.415	256.398	1.301.016

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

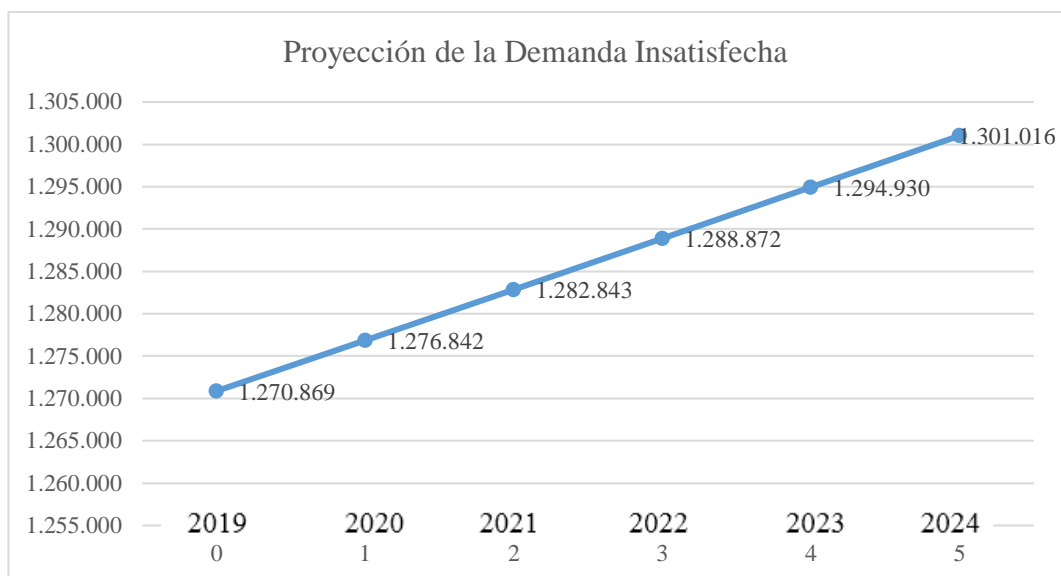


Gráfico 25. Proyección de la Demanda Insatisfecha

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

De acuerdo con los datos que se obtiene en la tabla N° 27, se refleja la proyección de la demanda insatisfecha para los próximos cinco años, lo que determina un número considerable de consumo que no están siendo atendidos, tomando en cuenta el crecimiento en la utilización de los contenedores en la vida diaria. Ecover tiene una gran oportunidad de negocio y participación en el mercado, debido a la tendencia al cuidado ambiental que tienen las empresas en la actualidad, cada día hay una mayor conciencia por parte del ser humano de cuidar el medioambiente, es así como, con la aplicación de buenas estrategias, promoción y publicidad, esta idea de negocio será de gran aporte para el ambiente en el cantón La Concordia y sectores aledaños.

1.4. Promoción y publicidad que se realizará

Es primordial para la empresa o negocio tener una marca que la diferencie de las demás, por lo que el nombre debe ser único e impactante y que sea grabado en la mente del consumidor. Ecover se deriva de dos palabras que hacen referencia al cuidado ambiental y el producto que oferta, ECO (ecológico) COVER (palabra en inglés que quiere decir envoltura, cubierta biodegradable para alimentos).



"ENVUELVE TUS ALIMENTOS, CUIDANDO EL MEDIO AMBIENTE"

Figura 1. Logotipo de Ecover

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora



Figura 2. Contenedores biodegradables de Ecover

Fuente: Empaque Verde Ecuador

Elaborado por: La autora

Los contenedores biodegradables para alimentos, están elaborados a base del bagazo de la caña de azúcar, la fécula de maíz y fibra de bambú, manteniendo un precio estándar en el mercado, sin importar el tipo de componente para su elaboración. Tarda en descomponerse en el suelo entre noventa a ciento veinte días, sirviendo de abono natural y cuidando el medioambiente.

Debido a las consecuencias que está desencadenando al planeta la contaminación ambiental, existe una mayor concientización de la población y empresas para contribuir y cuidar el planeta. Por este motivo, las organizaciones están empezando a utilizar el Marketing Verde o Green Marketing, que es la promoción y publicidad que realizan, pero cuidando el medioambiente y creando convivencia en las partes.

“La elección de los medios de comunicación está en función de los objetivos, mensaje, alcance y frecuencia que se desea.” (Camino, 2012, pág. 391). Para la realización de la publicidad Ecover no utilizará el papel como medio de promoción, sino como lo refleja el método de investigación aplicado, se utilizarán los medios como la Televisión, Radio y Redes Sociales.

Para una mayor comprensión y concientización, se realizará una entrevista televisiva del producto antes de su lanzamiento en el cantón, cuñas televisadas a través del canal Ov Televisión y radiales por medio de Súper W y Radio Láser, haciendo conocer los beneficios que brinda a la naturaleza y las promociones que ofrece; además, se trabajará mediante alianzas estratégicas con la Prefectura de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y la Municipalidad del cantón La Concordia, con campañas de concientización ambiental a toda la población, explicando las problemáticas que está acarreado el consumo excesivo del plástico y conocer productos alternativos biodegradables, con el que se puede contribuir al ambiente desde el hogar. Por último, la creación de una página web con información del producto biodegradable a la venta, además, utilizando las redes como Facebook, Instagram y WhatsApp. En el caso de los restaurantes (aparte de la publicidad en los medios), se visitará de manera personal, promocionando los contenedores biodegradables y aquellos que sean parte de esta empresa ecológica, se les colocarán un sello donde las personas puedan observar que es un lugar verde, que cuida al planeta.

Las promociones que Ecover efectuará, es la entrega de los contenedores biodegradables en el negocio por volúmenes de compra, premiar a los clientes habituales con descuentos extras o promociones con productos llamativos y necesarios para los restaurantes.

1.5. Sistema de distribución a utilizar

Ecover contará con dos canales de distribución para los contenedores biodegradables. El canal directo se lo efectuará mediante la distribuidora y el consumidor final.

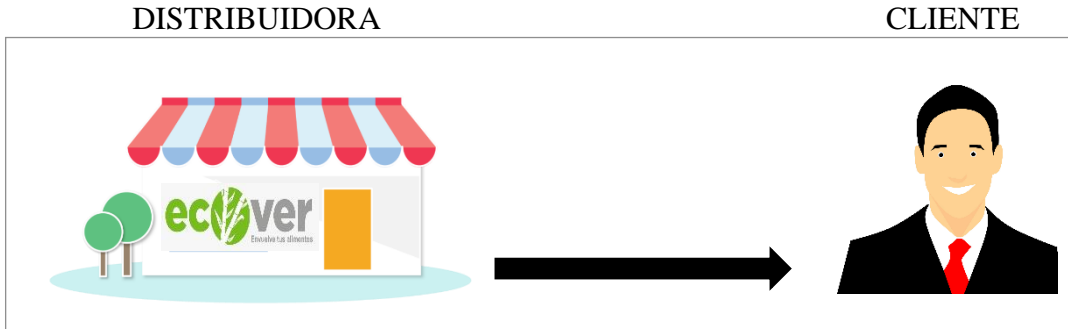


Figura 3. Distribución directa de los Contenedores

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En el canal indirecto ya existen intermediarios hasta llegar al cliente final, en este caso, la distribuidora realiza la venta de los contenedores a la cadena de restaurantes y ellos son los que entregan mediante la venta del servicio de alimentación al consumidor el producto.

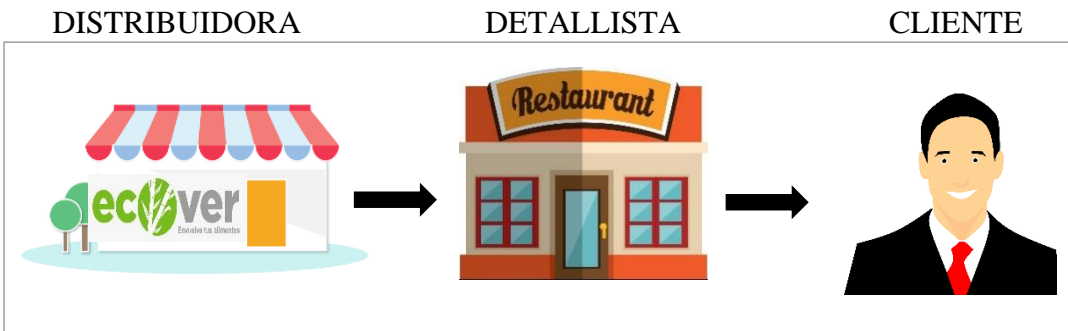


Figura 4. Distribución Indirecta de los Contenedores

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.6. Seguimiento a clientes

El seguimiento a los clientes se llevará a cabo mediante un control, con el fin de medir el grado de satisfacción del consumidor hacia el producto ofertado, éste está basado en dos estrategias básicas que son:

- Base de datos: Al momento de la facturación, se solicita al cliente datos como el nombre, apellido, dirección, número de contacto, correo electrónico; esta información servirá para el control y al mismo tiempo, se determina la frecuencia, cantidad de compra de contenedores vendidos, para crear estrategias de promoción que se direccionen a los clientes.
- Aplicaciones tecnológicas: Dentro de ellas se utilizará la página Web, donde se colocarán enlaces para reclamos, quejas, sugerencias y pedidos. Las aplicaciones como Facebook, Instagram y WhatsApp son también de ayuda a estar en contacto con los clientes.

1.7. Especificar mercados alternativos

La industria manufacturera es muy variada y cambiante, por lo que se considera un mercado alternativo del proyecto, la expansión a otras plazas como bares, centros educativos, hoteles, comidas rápidas (agachaditos); debido a la gran demanda en la alimentación, estos lugares se convertirían en consumidores potenciales.

Otra opción sería ofrecer a la ciudadanía del cantón La Concordia una variedad en los productos, comercializando no solo contenedores, sino una línea amplia de platos, cubiertos, vasos, bandejas y sorbetes biodegradables, entregando un plus y satisfacción a los clientes.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. Objetivo del estudio de producción

Determinar la ingeniería del proyecto dentro del área de producción, definiendo los pasos a seguir en cada proceso, logrando una distribución óptima de los productos biodegradables.

2.2. Descripción del proceso

Ecover para la comercialización de los contenedores biodegradables de alimentos, debe tener en cuenta los procesos generales que permitan alcanzar la satisfacción de los clientes y entregar un valor agregado en sus productos. “El mapa de procesos es una herramienta que permite mostrar las interacciones a nivel macro. Así los procesos operativos interactúan con los de apoyo porque comparten necesidades y recursos y con los de gestión porque comparten datos e información” (Pérez, 2009, pág. 89).

En el proceso estratégico se encuentra la Gestión Estratégica, donde se establecen las directrices, políticas, normativas y alianzas que la empresa llevará a cabo para el cumplimiento de los objetivos y alcanzar la visión propuesta.

Dentro del proceso operacional se encuentra la Gestión de Almacenamiento - Logística (departamento donde se realizan las compras y adquisiciones de los productos biodegradables con el proveedor, control interno del inventario, despacho de pedidos y mide la satisfacción del cliente) y la Gestión de Ventas (donde se realiza la comercialización del producto hasta los consumidores, a través de la cajera en tienda y del vendedor que toma el pedido y entrega al detallista).

Por último, los procesos de apoyo que de igual manera, son muy importantes para el funcionamiento interno de la empresa. Entre ellos se encuentra la Gestión Contable, Gestión de Marketing y Gestión de Talento Humano.

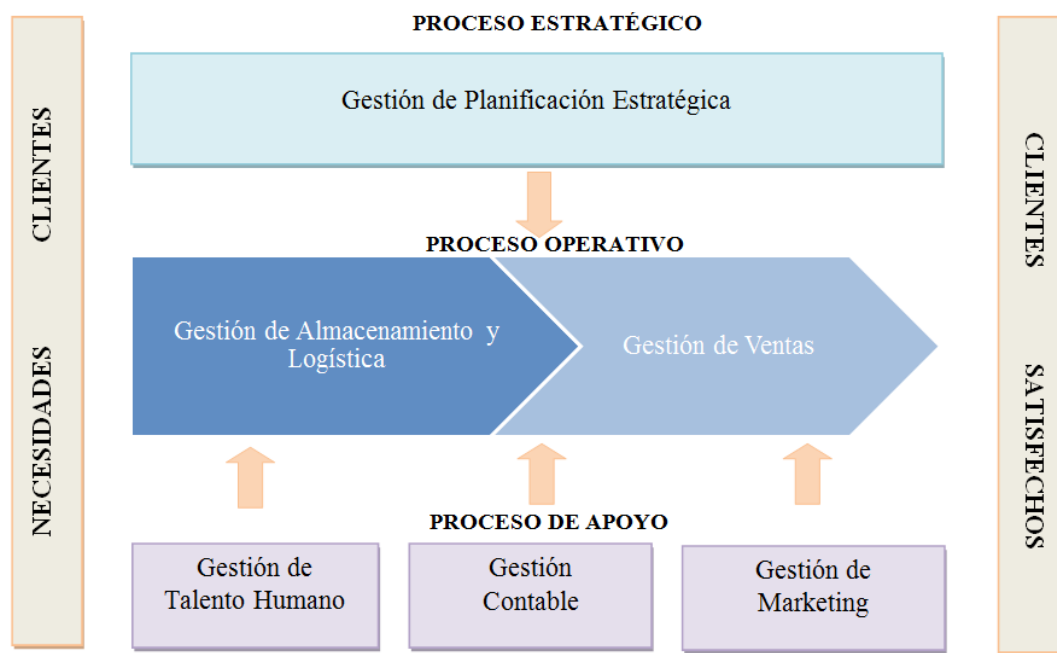


Gráfico 26. Mapa de Procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.1. Descripción del proceso de transformación.

El proceso de operaciones de la Comercializadora Ecover Cía. Ltda., está dividida en tres partes, proceso de compra o adquisición de productos para la comercialización, venta al por mayor o a detallistas y la venta en tienda o local.

“El diagrama de flujo es una representación gráfica que muestra todos los pasos de un proceso y la forma como éstos se relacionan entre sí” (Maldonado, 2018, pág. 137). Para una mejor comprensión, en cada proceso se utiliza el diagrama de flujo o flujogramas.

2.2.1.1. Diagrama de flujo para la adquisición de productos a comercializar

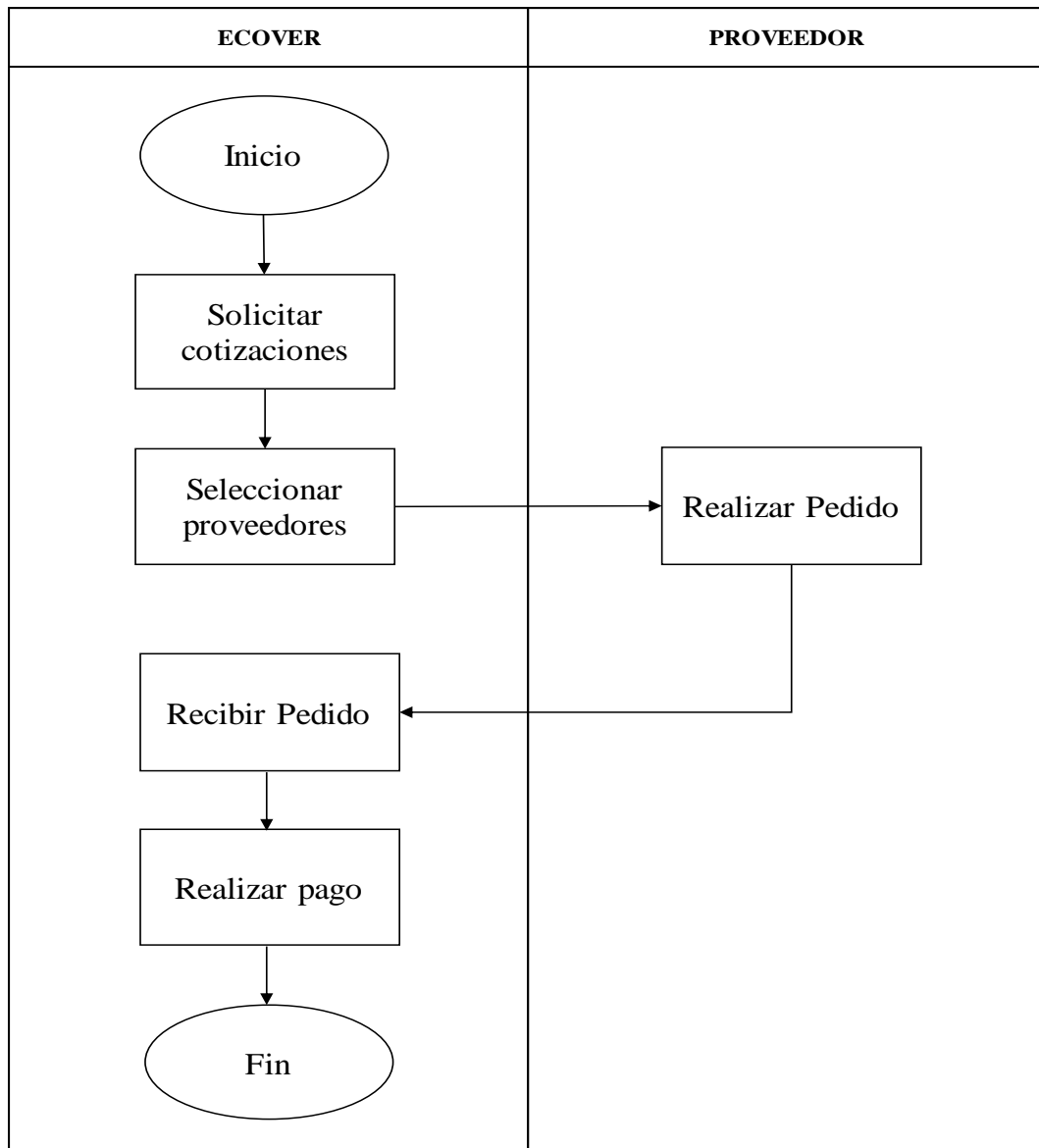


Gráfico 27. Diagrama de Flujo para la adquisición de productos a comercializar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En el mercado hay una variedad de empresas que distribuyen el producto que se quiere ofertar, como primer paso, se solicita las cotizaciones del producto, luego se selecciona a los proveedores que mayor beneficio y calidad ofrezcan, inmediatamente se procede a realizar el pedido, estableciendo fecha de entrega. Cumpliendo el plazo de entrega se recibe el producto y por último, se procede a efectuar el pago al proveedor y se almacena en la bodega.

2.2.1.2. Diagrama de flujo para ventas al por mayor

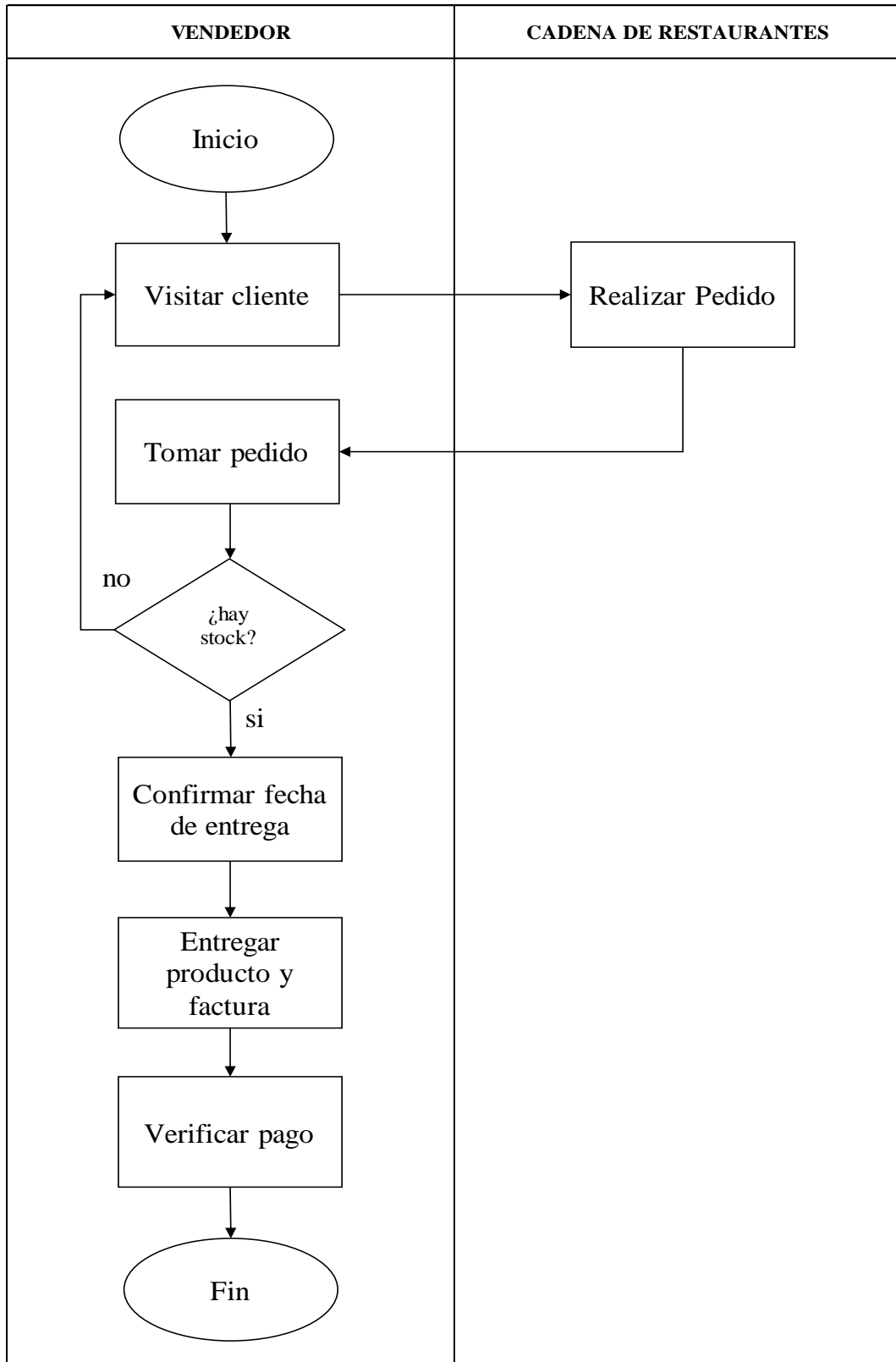


Gráfico 28. Diagrama de Flujo para Ventas al por Mayor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Ecover posee una línea de ventas al mayor, como lo es la cadena de restaurantes del cantón La Concordia, al llevar a cabo este proceso primero, se visita a los detallistas y se ofrece la línea de productos biodegradables para la alimentación, luego el cliente realiza el pedido y el vendedor toma el pedido; si hay en stock se confirma fecha de entrega, caso contrario, se visita otro día al cliente una vez que llegue a bodega el producto desde el proveedor; ya entregado el producto el vendedor se verifica el pago (en efectivo o transferencia bancaria) y culmina el proceso.

2.2.1.3. Diagrama de flujo para ventas en local

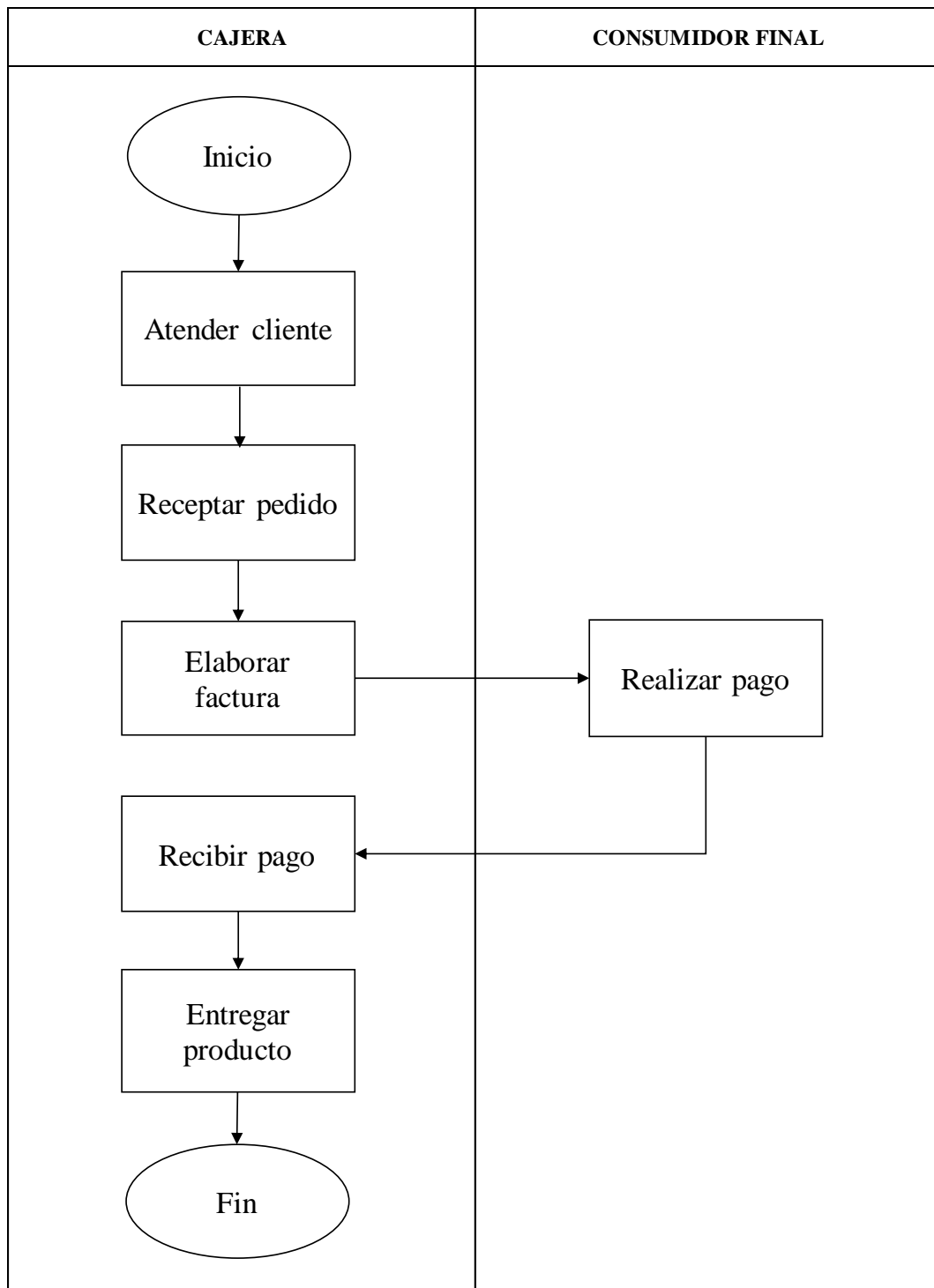


Gráfico 29. Diagrama de Flujo para ventas en Local

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El local de la comercializadora se encuentra en un sitio estratégico, donde el consumidor final tiene la opción de adquirir los productos biodegradables en menor y mayor cantidades, al momento en que el cliente ingresa al local se procede a atender al cliente, dándole la bienvenida e inmediatamente se solicita la información de la necesidad que se desea cubrir, observa los productos y escoge los que estén acorde al requerimiento, una vez estando en caja, se receipta el pedido y se elabora la factura, el cliente realiza el pago y la cajera lo recibe, se entrega el producto al cliente y termina el proceso de venta.

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

2.2.2.1. Localización de la comercializadora Ecover

La comercializadora de productos biodegradables Ecover Cía. Ltda., está ubicada en la ciudad de La Concordia en el sector del barrio San Rafael, en la Av. Simón Plata Torres y Esmeraldas, frente al parque Central. El sitio es estratégico, ya que al ser una zona de gran afluencia de personas y una vía principal con paso peatonal, permite el libre acceso al local llamativo por ser ecológico y único en el cantón.

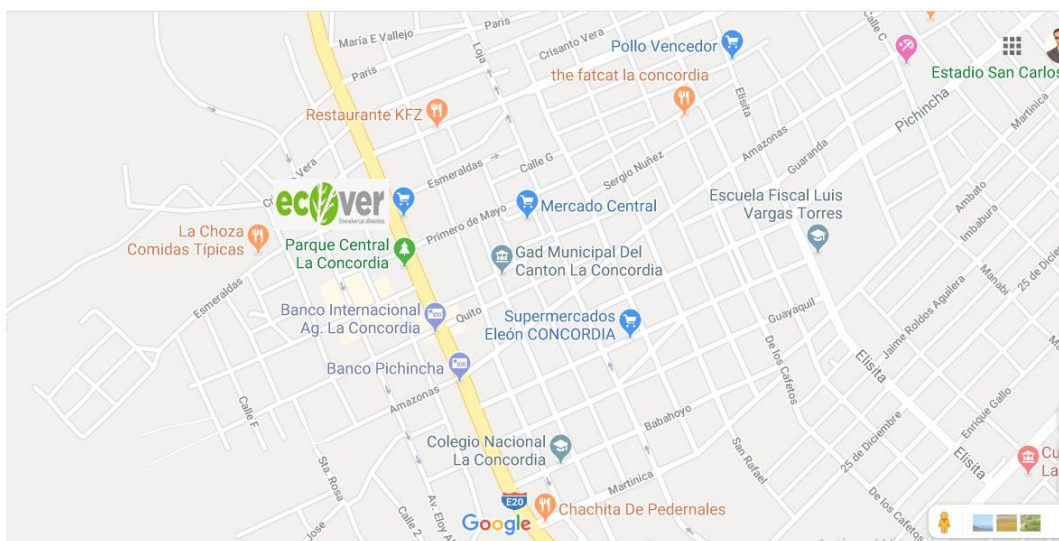


Figura 5. Localización de la comercializadora Ecover Cía. Ltda.

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La autora

Las instalaciones de la comercializadora cuenta con una superficie de 200 metros cuadrados y está conformada por cuatro áreas, distribuidas de la siguiente manera: Gestión Administrativa, Atención al cliente – Ventas, Bodega de almacenamiento y desembarque de mercadería.

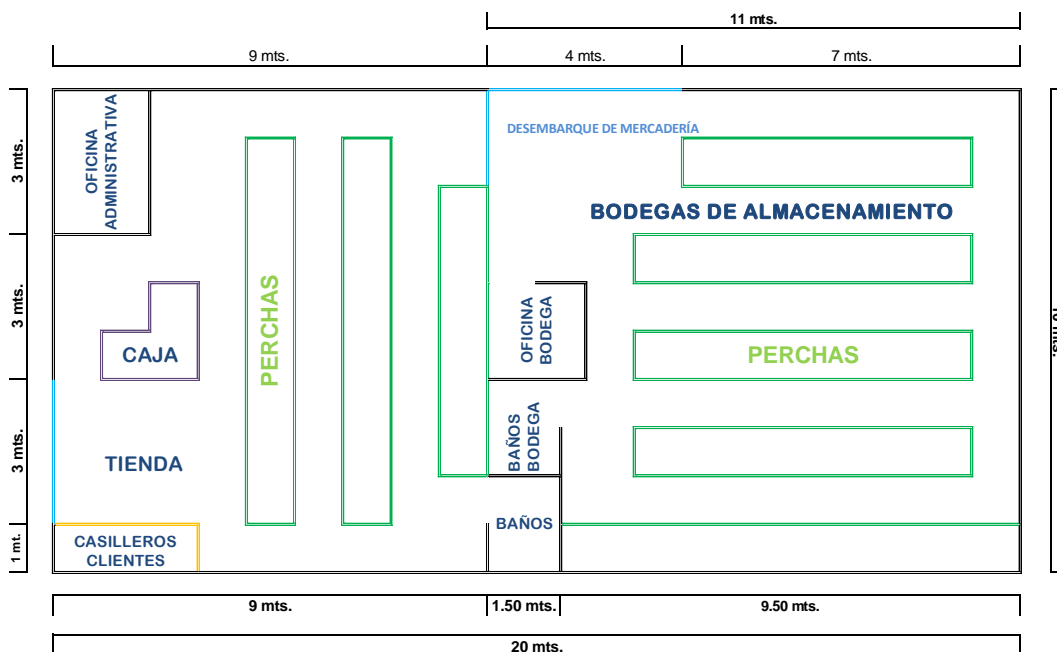


Figura 6. Distribución de Instalaciones de Ecover Cía. Ltda.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora





Como se visualiza en el plano presentado, la comercializadora se divide en dos partes, la tienda con nueve metros de largo contiene la oficina administrativa, los casilleros para las pertenencias de los clientes, la caja y las estanterías para la exhibición de los productos biodegradables; Por otro lado, cuenta con la bodega de once metros de longitud que consta de perchas para el inventario, oficina de bodega, baños, acceso para el desembarque y despacho de la mercadería y además, puertas conectoras con estas áreas que facilitan el proceso de comercialización del producto dentro y fuera de la tienda.

2.2.2.2. Descripción de equipos de operaciones

Ecover Cía. Ltda., al ser una empresa comercializadora (compra y venta de productos biodegradables), no cuenta con un proceso de transformación de la materia prima, por lo que los activos fijos que posee son parte del costo de operaciones de la empresa. A continuación, se presentan las tablas con las especificaciones técnicas y el costo de los equipos.

Tabla 29. Especificaciones técnicas de Muebles y Enseres

DETALLE	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
ESCRITORIO PARA CAJA		Mueble caja para su instalación en salidas de caja locales. Salida en "L". No necesita mueble auxiliar para registradora. Acero inoxidable con larga duración.	\$ 250,00
ESCRITORIO DE OFICINA		Escritorio de oficina y despacho Core, fabricada con una sólida estructura de madera de roble con puerta corredera y 6 amplios compartimentos, perfecta para organizar el propio trabajo sin limitaciones de espacio.	\$ 180,00
SILLA EJECUTIVA		Material tejido con apoyabrazos, estilo giratorio, posee diseño ergonómico. El cuerpo curvo con apoyo lumbar ayuda a mejorar la postura y previene dolor de espalda.	\$ 64,00
ARCHIVADOR		Archivador metálico de 4 cajones, estructura de hacer, soporte de carpetas multiformatos, cerradura de dos llaves.	\$ 120,00
			continúa

SILLÓN DE RECEPCIÓN		Sillón de cuatro cuerpos, estructura metálica cromada, apoya brazos en metal cromado, espesor asiento y espaldar 1.5mm y viga soporte 1,8mm.	\$ 120,00
CAJA REGISTRADORA		Pack TPV táctil completo con pantalla plana true flat sin bisel, impresora, cajón portamonedas, licencia Windows oficial y programa de gestión para comercios, lector láser de código de barras.	\$ 350,00
ESTANTERÍAS		Elaborado a base de bambú 100% reciclable, resistente a la humedad, con estante de altura ajustable y de fácil montaje.	\$ 250,00
DISPENSADOR DE AGUA		Compresor de enfriamiento de alta eficiencia, tanque de acero inoxidable para agua caliente, capacidad de tanque de agua caliente y enfriamiento.	\$ 40,00
ARMARIO		Armario 100% ecológico, resistente a la humedad y al peso, con ocho compartimentos amplios.	\$ 70,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora


Tabla 30. Especificaciones técnicas de Equipos de Oficina

DETALLE	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
AIRE ACONDICIONADO		Cable conexión 4,5m, control remoto, cañería de cobre 3m, doble filtro de carbono, control de flujo de aire de larga distancia, 4 velocidades en ventilador: baja, media, alta, auto Split, capacidad 12000 BTU. continúa	\$ 527,00
CÁMARAS DE SEGURIDAD		Kit BTG bolide NVR 8 canales con 4 cámaras ip 5MP 1080P, ultra hp, estándares de compresión, codificación de video de alta eficiencia (HEVC / H.265).	\$ 896,00
TPLINK		Compartidor wifi con punto de acceso inalámbrico n450 Mbps, es compatible con múltiples modos de operación, fácil configuración de una conexión segura.	\$ 36,00
TELÉFONO PANASONIC		Inalámbrico 3x1 base más dos extensiones, pantalla LCD de 1.4, identificador de llamadas, memoria para 50 números, frecuencia 1.9 GHz con sistema DECT 6.0.	\$ 59,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 31. Especificaciones técnicas de Equipos de Cómputo

DETALLE	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
COMPUTADORA DE ESCRITORIO		Procesador Intel I5-7400, con disco duro 1TB SATA 5400, memoria RAM 4gb, lector de tarjetas, unidad óptima DVD writer, combo case, teclado, mouse y parlantes; sistema operativo Windows 10 y monitor LG de 19.5 pulgadas.	\$ 650,00
IMPRESORA		Marca Epson L210, impresión a 4 colores, área de impresión máxima, capacidad de entrada de papel de 50 hojas, interfaces USB 2.0, escáner a color de cama plana, sensor de líneas CIS. continúa	\$ 228,00
UPS PROTECCIÓN DE EQUIPOS		UPS Forza, nivel de protección interactiva, capacidad 2200 A/1200W, onda sensorial simulada Voltaje 120V, Indicador LCD de estado Software de gestión: Forza Cracker garantía de tres años.	\$ 225,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 32. Especificaciones técnicas de Vehículo

DETALLE	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
MOTOCARRO		Motocarro Furgón de Chacomer 200 cc, 5 cambios + reserva, muy bajo en consumo de gasolina (3 l cada 100 km), alto 1,30 m - ancho 1,30 m - largo 2,00 m.	\$ 4.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.2.2.3. Descripción del personal

Para el funcionamiento correcto de la empresa Ecover, se ha calculado la cantidad de mano de obra necesaria en el proceso operacional que se visualiza en la siguiente tabla.

Tabla 33. Descripción del personal operativo

Actividad	Tiempo	N° de personas	Horas hombre
Cajera	15 min.	1	8 horas diarias
Vendedor	30 min.	1	8 horas diarias
Bodeguero	15 min.	1	8 horas diarias

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.2.3. Tecnología a aplicar.

La Compañía Ecover aplicará medios de computación con acceso a redes de datos y comunicación eficientes, como, por ejemplo, la caja registradora indispensable para el proceso operacional, equipos de cómputo, aire acondicionado para mantener un clima agradable dentro del local y teléfonos para la efectiva comunicación con los clientes y proveedores.

2.3. Factores que afectan el plan de operaciones

2.3.1. Ritmo de producción.

Ecover al ser una empresa comercializadora que no produce o elabora productos no posee ritmo de producción, sino que cuenta con el ritmo de trabajo. Este proceso se basa en la gestión de logística y almacenamiento y la gestión de ventas, cuenta con tres colaboradores: Una cajera, un bodeguero y el vendedor. El día de trabajo se calculará en base a las ocho horas laborables, por tal motivo, se especificará el tiempo exacto en ejecutar cada una de las actividades diarias que realizan para cumplir con eficiencia las tareas encomendadas.

Tabla 34. Ritmo de trabajo

Actividad	N° de personas	Tiempo promedio	Tiempo nominal	Ritmo de trabajo
Atender cliente	1	2,5 min.	192 min.	Medio
Receptar pedido	1	1,5 min.	320 min.	Medio
Elaborar factura	1	1 min.	480 min.	Medio
Realizar pago	1	1 min.	480 min.	Bajo
Recibir pago	1	0,5 min.	960 min.	Bajo
Entregar producto	1	1 min.	480 min.	Medio
TOTAL		7,5 min. entrega 1 pack de productos		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El ritmo de trabajo se tomó en cuenta del tiempo de venta que demora la cajera en la tienda, dando como resultado que, al vender 1 paca de 50 unidades de productos biodegradables, se realiza en 7,5 minutos, a la hora se calcula una venta de 8 pacas (400 unidades) y al día, tomando en cuenta las ocho horas laborables, da un valor de 64 pacas (3.200 unidades) de productos biodegradables.

2.3.2. Nivel de inventario promedio.

Llevar un control del inventario para la venta de los productos biodegradables, permite ser más eficientes en la ejecución de los requerimientos del cliente, mejora el tiempo de despacho, estableciendo una clasificación acorde que permite conocer el nivel de existencia y de mantener un detalle de aquellos productos que generan más ingresos y una mayor rotación. Los detalles se visualizan en la siguiente tabla.

Tabla 35. Nivel de inventario promedio

Descripción del producto	Capacidad de Almacenamiento mensual	Capacidad Diaria Tienda y Restaurantes
Inventario para la Venta		
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	333	15
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	400	18
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	367	17
Plato (Pack de 50 unidades)	67	3
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	50	2
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	17	1
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	50	2
Sorbete (Pack de 25 unidades)	30	1
Cubierto (Pack de 50 unidades)	31	1
Cuchara (Pack de 50 unidades)	33	2
Tenedor (Pack de 50 unidades)	30	1
TOTAL	1.408	64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Como indica la tabla N° 35 la capacidad de almacenamiento mensual es de 1.408 pacas (70.400 unidades) y la capacidad diaria de ventas es de 64 pacas (3.200 unidades) de productos biodegradables, entre ellos están los contenedores como producto estrella, platos, cucharas, sorbetes, vasos entre otros.

2.3.3. Número de trabajadores.

Para el correcto funcionamiento de las instalaciones, Ecover contará con colaboradores eficientes, eficaces que brinden una atención cálida y esmerada al cliente, pero, sobre todo, mantengan un buen clima laboral entre compañeros.

Tabla 36. Número de trabajadores

Cargo	N°	Función	Tiempo	Contrato
Gerente	1	Lleva la administración de la empresa planifica, organiza, direcciona, y controla de todas actividades de la Comercializadora.	8 horas diarias	Contrato Civil
Cajera	1	Recepta, entrega y custodia el dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor. Cancela pagos que correspondan a través de la caja.	8 horas diarias	Contrato Fijo
Bodeguero	1	Lleva el control cuidadoso del inventario. Revisa y controla la calidad del producto. Contacto y compra con proveedores. Despacho de la mercadería en tienda.	8 horas diarias	Contrato Fijo
Vendedor	1	Traslada el producto hasta los detallistas, toma pedidos y despacha.	8 horas diarias	Contrato Fijo
Contador	1	Reporta los ingresos y egresos mensuales al SRI, Formulario de impuestos, Balances Financieros a la Superintendencia de Compañías.	2 horas diarias	Honorarios Profesionales

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.4. Capacidad de producción

2.4.1. Capacidad de producción futura.

Para el cálculo de la capacidad instalada de los productos biodegradables que va a ofertar Ecover, se toma en cuenta la dimensión del local y el personal con el que se cuenta, de los valores que se obtiene en la tabla N° 35 se logra determinar una venta por día de 64 pacas(3.200 unidades), como se detalla a continuación:

Tabla 37. Capacidad de producción inicial

N° de Productos vendidos	Diario	64 pacas
	Semanal	320 pacas
	Mensual	1.408 pacas
	Anual	16.896 pacas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Del cálculo obtenido en la tabla N° 37 se puede describir que a diario se venderá un promedio de 64 pacas, semanal 320 pacas, mensual 1.408 pacas y para el año se calcula una venta de 16.896 pacas, que corresponde a 844.800 unidades de productos biodegradables.

Tabla 38. Capacidad de producción futura

Períodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Productos	16.896	16.975	17.055	17.135	17.216

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora






La proyección de la capacidad de producción futura de los cinco primeros años se ha realizado en base al promedio de la tasa de crecimiento de la Industria del Plástico del 0,47%, un fragmento que se deriva del porcentaje total del PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador (Revista EKOS, 2018) y se obtiene como resultado un total de ventas en el último período de 17.216 pacas de productos biodegradables, que equivale a un total de 860.800 unidades vendidas.

2.5. Definición de recursos necesarios para la producción







2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que puede presentar.

La comercializadora Ecover Cía. Ltda., compra y vende productos biodegradables terminados, elaborados a base del bagazo de caña, fécula de maíz y fibra de bambú. A continuación, se muestra los diferentes productos con las especificaciones técnicas, peso por cantidades y las unidades contenidas por paca.

Tabla 39. Especificación técnica de productos biodegradables

Ítem	Foto	Descripción	PESO (G)	Especificaciones (mm)	Unidades por paca
B024		Contenedor cuadrado pequeño	25	5 x 5 cm 145x140x46	50
B037		Contenedor cuadrado grande	32	9 x 9 cm 236x229x47/38	50
B001		Contenedor rectangular	37	9 x 6 cm 229x155X47/77	50
L010		Plato	13	10 cm Ø261x20.6	50
T005		Plato bandeja	19	8 x 6 cm 200x150x16	50

Continúa

L060		Vaso salsero	12	2oz/59ml Ø69 x 29	50
L051		Vaso estándar	15	8 oz, 260 ml Ø80x91	50
PSN01		Sorbete	1,5	L7,75 φ0,24 L19,6 cm x φ6mm	25
WDN-K01		Cubierto	2,7	6,5 ; 165 mm	50
WDN-S01		Cuchara	3,3	6.6 ; 167 mm	50
WDN-F01		Tenedor	2,6	6.5; 165 mm	50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

Estos productos biodegradables para alimentos, debido al crecimiento que tiene en el mercado e impacto ambiental que genera, van presentando grados de sustitución en la materia prima con el que son elaborados. A continuación, se presenta una tabla para mejor comprensión.

Tabla 40. Grado de sustitución de la materia prima en los contenedores biodegradables

Producto	Importancia	Sustitución	Proveedor
Contenedores	Recipiente para el almacenamiento y transporte de alimentos.	Bagazo de trigo Semilla de aguacate	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
Platos	Utensilio útil para colocar alimentos.	Hoja de plátano Hoja de palmera	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
Vasos	Recipiente utilizado para beber, contener o trasladar líquidos.	Cáscara de Yuca Bagazo de trigo	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
sorbetes	Cánula delgada que sirve para absorber líquidos.	Fibra de Bambú Semilla de aguacate	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
Cubiertos	Utensilio para cortar alimentos.	Cáscara de Yuca Fibra de abedul	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
Tenedores	Utensilio para pinchar o recoger los alimentos sólidos y llevarlos a la boca.	Semilla de papaya Fibra de abedul	Empaque Verde Kurtiy ALLPA
Cucharas	Utensilio para coger una pequeña porción del contenido de un recipiente, en especial para tomar y llevarse a la boca alimentos líquidos o blandos.	Cáscara de Yuca Fibra de abedul	Empaque Verde Kurtiy ALLPA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En la gráfica también se visualiza a las empresas Proveedoras con mayor oferta en el mercado, entre ellas se encuentra, Empaque verde ubicada en la ciudad de Quito Av. Interoceánica Lote 4 y Gonzalo Pizarro, contacto: 0998014334 infoventas@empaquerverde.com; Kurtiy ALLPA que se encuentra en la ciudad de Guayaquil Km. 1,5 vía a Samborondón, contacto: 0998014334 info@biodegraablesecuador.com.

2.6. Calidad

La calidad es la parte clave e importante en la compra y venta de un bien o servicio.

Al mejorar la calidad, se transfieren las horas-hombre y las horas máquina malgastadas a la fabricación del producto bueno y a dar un servicio mejor. El resultado es una reacción en cadena – se reducen los costes, se es más competitivo, la gente está más contenta en su trabajo, hay trabajo, y más trabajo (Deming, 1989, pág. 2).


Al mantener una buena calidad en los productos o servicios, se mejora automáticamente la productividad en la empresa u organización.

2.6.1. Método de control de calidad.

El método de control de calidad que la empresa Ecover utilizará son herramientas simples y sencillas, como lo es la hoja de control y el diagrama de Pareto.

La Hoja de Control o de registro es una herramienta que ayuda a definir con mayor claridad cualquier problemática o defecto que se presente en toda la cadena de valor y ayuda a realizar seguimientos en el proceso de solución de problemas, siendo ésta muy utilizada en los procesos de calidad.

Tabla 41. Control de recepción del producto a bodega


 INGRESO Y RECEPCIÓN DEL PRODUCTO A BODEGA		
HOJA DE CONTROL N°:	FECHA:	
PROVEEDOR:	REVISADO POR:	
FACTURA:		
CANT	DETALLE	OBSERVACIONES
100	Contenedor cuadrado pequeño	Ninguna
150	Contenedor cuadrado grande	Ninguna
90	Contenedor rectangular	Devueltas 10 pacas por fisuras
120	Plato normal	Ninguna
95	Plato Bandeja	Ninguna
80	Vaso salsero	Ninguna
50	Sorbete	Ninguna
100	Cubierto	Ninguna
75	Cuchara	No se recibieron 3 pacas al encontrarse en mal estado.
80	Tenedor	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Mediante una hoja de control el bodeguero receipta, revisa y almacena el producto en bodega, si encuentra algún daño o imperfección, la mercadería es devuelta al proveedor y posteriormente se recibe el producto en perfecto estado.

Tabla 42. Hoja de control para medición de la satisfacción del cliente

 HOJA DE CONTROL DE CALIDAD			
Nombre del inspector:			
Fecha:	Día	Mes	Año
Tipo de Producto			
Resultados			
PREGUNTAS: ¿Usted está satisfecho con?	SI	NO	
El ambiente interno del local de la empresa Ecover			
Precios correctos marcados en las estanterías			
Tiempo de demora de facturación del pedido			
Tiempo de entrega del producto			
El producto llega al detallista en mal estado			
Revisado por:	Firma		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El Diagrama de Pareto permite identificar y separar los problemas más relevantes de los no prioritarios, en base a la calidad de los servicios y defectos. En una situación de problemas en un negocio o empresa, se considera que el 80% se genera por el 20% de las causas.

Para una mejor comprensión se realiza un ejemplo que se detalla a continuación:

Tabla 43. Diagrama de Pareto cálculo de datos

Causa / Problema / Fenómeno	Datos recolectados	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
El ambiente interno del local no es agradable.	35	34%	34%
Los precios marcados en estanterías de productos son incorrectos.	32	31%	65%
Demora en la facturación del pedido.	29	28%	93%
Retrasos en la entrega de pedidos.	4	4%	97%
El producto llega al detallista en mal estado.	3	3%	100%
TOTAL	103	100%	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

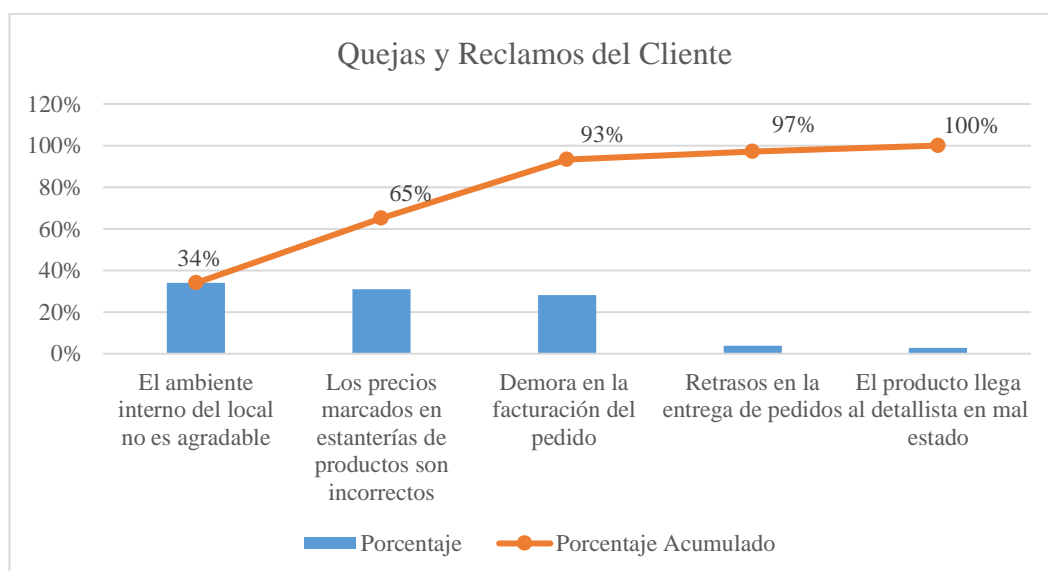


Gráfico 30. Diagrama de Pareto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Una vez que se realiza la curva del 80 – 20 en la gráfica, se determina que el 93% de los reclamos está concentrado en las primeras tres causas, lo que indica que se debe ejecutar acciones correctivas que mejoren la satisfacción del cliente, de esta manera se solucionarían los inconvenientes que se genera por el mal ambiente interno de la organización, la constante equivocación del precio del producto marcado en las estanterías y la demora en la facturación del pedido.

Es importante que al momento de efectuar las mejoras en la empresa se realice un nuevo análisis de Pareto, con el fin de ir analizando los cambios positivos y como consecuencia, mantener clientes satisfechos.

2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.

La normativa relacionada a la Seguridad e Higiene Ocupacional a aplicarse está en concordancia con el reglamento y leyes emitidas por el Ministerio de Trabajo y de Salud que rigen en el país. En el caso Ecover Cía. Ltda., es una empresa dedicada a la comercialización de productos biodegradables que no afectan al medio ambiente y a la salud de los colaboradores y compradores. Esta organización desarrollará sus actividades en un ambiente adecuado que garantice la salud, seguridad y bienestar de cada uno de los empleados; para ello deberá:

Orden y limpieza en el lugar de trabajo

- Se prohíbe estrictamente la introducción, tenencia e ingerir bebidas alcohólicas en el almacén. Así como la tenencia, consumo o estar bajo influencia de drogas o sustancias estupefacientes o psicotrópicas.
- Limpiar el área de trabajo.
- Fomentar en todos los trabajadores el aseo del sitio de trabajo.
- Se debe recipientes adecuados para los desperdicios.
- Eliminar los obstáculos del área de trabajo para evitar el riesgo de tropezar y estrellarse contra los alrededores (Ministerio del Trabajo, 2019).

Evitar accidentes

- Mantener cada cosa en su lugar.
- Almacenar los productos en forma adecuada y ordenada en condiciones que garanticen su estabilidad.

- Si se derrama algo, séquelo y si se le cae, levántelo. (Ministerio del Trabajo, 2019).

Prevención de incendios

- Debe contar con extinguidores contra incendios.
- No poner obstáculos que impidan el acceso a las mangueras y extinguidores.
- Se prohíbe la obstrucción de las salidas de escape para casos de incendios.
- Señalización de precaución entre otras (Cuerpo de Bomberos del cantón La Concordia, 2019).

Elementos de Protección Personal EPP

La empresa Ecover Cía. Ltda., al contar con una bodega de almacenamiento, los empleados del área realizarán trabajos en altura y carga de peso, por lo que es importante tener en cuenta los elementos de Protección Personal necesarios para el trabajo. “El elemento de Protección Personal (EPP), es cualquier equipo o dispositivo destinado para ser utilizado o sujetado por el trabajador, para protegerlo de uno o varios riesgos y aumentar su seguridad o su salud en el trabajo” (Brito, 2019). Entre ellos se encuentran:

- **Para trabajos en altura**

Para realizar trabajos a una altura mayor de 1.8 metros sobre el nivel del piso use arnés de seguridad completo:

Casco con barbuquejo.

Mosquetones y eslingas.

Línea de vida.

- **Para la cabeza y rostro**

Casco de seguridad: Cuando se exponga a riesgos eléctricos y golpes.

Gorro o cofia: Cuando se exponga a humedad o a bacterias.

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. Objetivos del estudio de organización y gestión

Definir la estructura organizacional y de gestión mediante indicadores que midan el cumplimiento de los objetivos, desarrollando un control de las actividades del proyecto.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. Misión de la empresa.

ECOVER Cía. Ltda., es una empresa ubicada en la ciudad de La Concordia, que se dedica a la comercialización de productos biodegradables para alimentos, hechos a base de fibras naturales cien por ciento compostables, comprometida a cuidar y conservar el medioambiente, devolviendo vida a la tierra y protegiendo la salud de la población.

3.2.2. Visión de la empresa.

Ser líderes en la comercialización de productos biodegradables para alimentos en toda la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y sus alrededores, convirtiéndose en una empresa que cuida el medioambiente y distribuye una alternativa rentable al plástico y espumados contaminantes con productos amigables con el ecosistema.

3.2.3. Objetivos y estrategias.

El análisis FODA se basa en las matrices EFE y EFI descritas en el capítulo I área de Marketing.

Tabla 44. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Incremento de la conciencia por el cuidado del ambiente.	Carencia de empresas comercializadoras de contenedores de comida biodegradables.
El producto es innovador y amigable con el medioambiente.	Tendencias al cuidado del medioambiente.
Durabilidad y resistencia a altas y bajas temperaturas.	Crecimiento constante de la población.
Productos con estándares de calidad.	Apoyo de las autoridades gubernamentales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Mayor costo en comparación a los productos convencionales.	Competencia del sector industrial del plástico con precios más bajos.
Existencia de locales con dimensiones reducidas para la ubicación del negocio.	Falta de conciencia ambiental en la población.
Poca capacidad de inversión.	Creación de nuevas empresas distribuidoras de productos biodegradables.
	Restricción de créditos bancarios para la inversión.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Una vez definida la misión y visión de la empresa, se establecen objetivos y estrategias a utilizar para cumplir con la meta propuesta, en este caso, se plantearán dentro de los primeros cinco años de funcionamiento de la distribuidora Ecover.

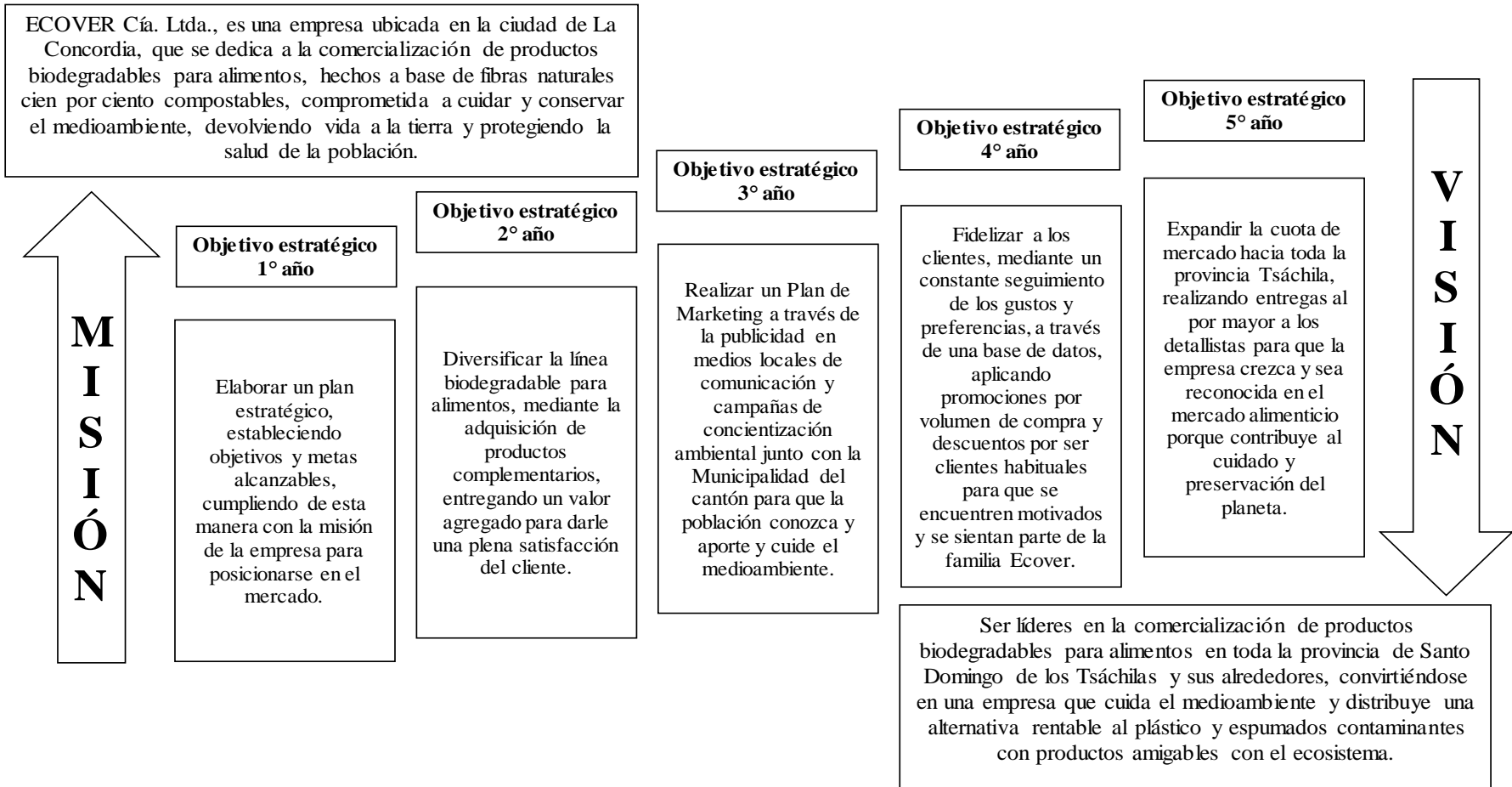


Gráfico 31. Mapa de Objetivos y Estrategias

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.3. Organización funcional de la empresa

3.3.1. Organización interna.

Para establecer la organización interna de la empresa Ecover, es necesario contar con el organigrama estructural de cargos y funciones, de esta manera se lleva a cabo un liderazgo y control de todas sus actividades; en consecuencia, cumplir con los objetivos y metas planteadas por la organización.

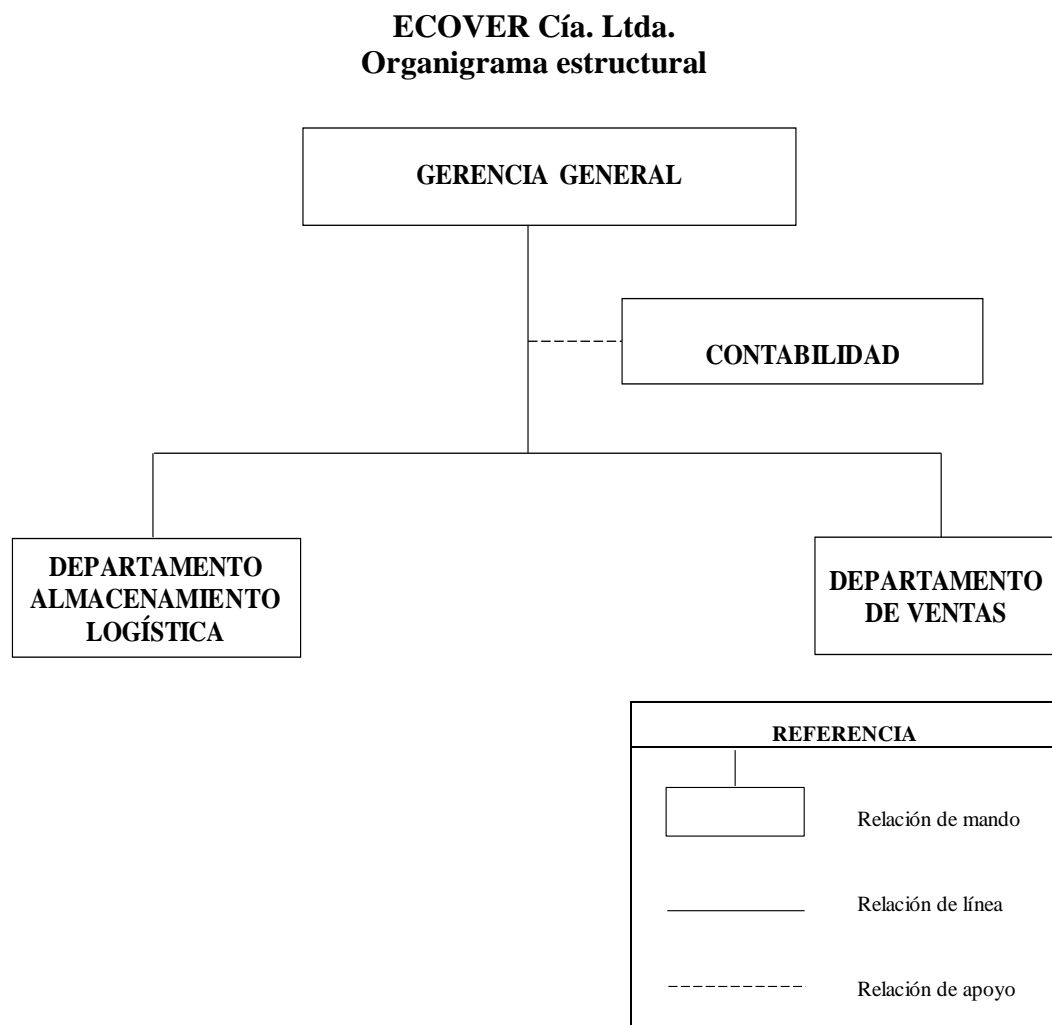


Gráfico 32. Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

ECOVER Cía. Ltda.
Organigrama funcional

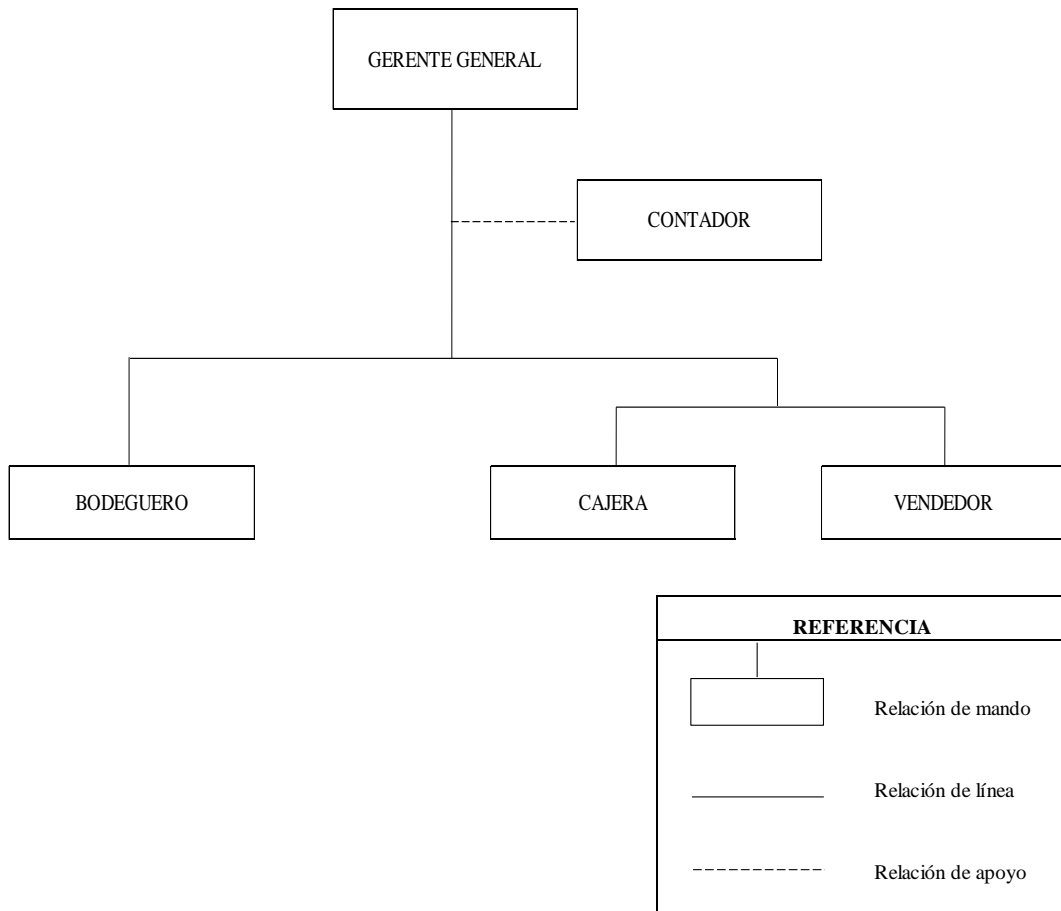


Gráfico 33. Organigrama Funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.3.2. Descripción de puestos.

Tabla 45. Descripción del cargo de Gerente General

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Cargo</i>	Gerente General
<i>Jefe inmediato superior</i>	Ninguno
<i>Supervisa a:</i>	Contador, Bodeguero, Cajera y Vendedor

II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable de la administración de la empresa desde la planificación, organización, dirección y control de todas actividades de la organización. Cumple con los objetivos y metas trazados en la misión y visión de Ecover.	

III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">– Representante legal de la empresa.– Planifica, organiza, dirige y controla todas las áreas de la organización.– Mantiene buenas relaciones con los subordinados, proveedores y entidades públicas.	

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	Ingeniero
<i>Experiencia</i>	Experiencia de 2 años en cargos gerenciales similares.
<i>Habilidades</i>	Orientado al cambio y desarrollo de la organización. Habilidades conceptuales, técnicas y humanas. Liderazgo. Alta motivación y dirección del personal. Trabajo en equipo. Integridad ética. Espíritu competitivo y emprendedor.
<i>Formación</i>	Administración de Empresas, Comercial, Contabilidad y Auditoría.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 46. Descripción del cargo de Cajera

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Cargo</i>	Cajera
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente General
<i>Supervisa a:</i>	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Recpta, entrega y custodia el dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor. Cancela pagos que correspondan a través de la caja.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> – Despacha las ventas en el local. – Registra directamente en la caja operadora la entrada y salida de dinero. – Recibe, entrega y custodia el dinero en efectivo, cheques y giros. – Realiza cualquier otra tarea relacionada con su cargo. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	Bachiller
<i>Experiencia</i>	Experiencia de 1 año en áreas similares.
<i>Habilidades</i>	Trato cortés y efectivo al público en general. Manejo de cálculos aritméticos. Arqueos de caja diarios. Técnicas actualizadas de manejo y control de la caja. Conteo y cambio del dinero con rapidez y exactitud.
<i>Formación</i>	Ciencias Generales, Contabilidad.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 47. Descripción del cargo de Bodeguero

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Cargo</i>	Bodeguero
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente General
<i>Supervisa a:</i>	Vendedor
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Lleva el control cuidadoso del inventario. Revisa y controla la calidad del producto. Contacto y compra con proveedores. Despacho de la mercadería en tienda.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> – Control del inventario en bodega de almacenamiento. – Control de calidad del producto. – Compra del producto a proveedores. – Percha el producto en las estanterías del local. – Recopila quejas y sugerencias de los clientes mayoristas. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	Tecnólogo
<i>Experiencia</i>	Experiencia de 1 año en áreas similares.
<i>Habilidades</i>	Honestidad, responsabilidad. Trabajo en equipo. Orientación al cliente. Conducción de motocicleta.
<i>Formación</i>	Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 48. Descripción de cargo de Vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
<i>Cargo</i>	Vendedor
<i>Jefe inmediato superior</i>	Bodeguero
<i>Supervisa a:</i>	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Visita a los detallistas. Toma y despacha los pedidos. Verifica que la mercadería llegue en buen estado. Transporta el inventario hacia su lugar de destino.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> – Visita al cliente para ofertar los productos biodegradables. – Toma los pedidos de los detallistas. – Despacha los productos hacia los detallistas. – Verifica que la mercadería llegue en buen estado. – Recapta los pagos sean en efectivo o cheque. – Elabora la factura para el cliente. – Registra las entregas y devoluciones de los productos. – Lleva un control del mantenimiento del vehículo. – Reporta cualquier emergencia o accidente. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
<i>Título profesional</i>	Tecnólogo
<i>Experiencia</i>	Experiencia de 1 año en áreas similares.
<i>Habilidades</i>	Honestidad, responsabilidad. Trabajo en equipo. Orientación al cliente. Conducción de motocicleta.
<i>Formación</i>	Administración de Empresas o carrera afines.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

3.4. Control de gestión

3.4.1. Indicadores de gestión.

Con el fin de medir cuantitativamente el cumplimiento de los objetivos de cada área de la organización, utilizará los siguientes indicadores de gestión.

Tabla 49. Indicadores de Gestión

No.	Nombre del proceso	Nombre del indicador	Definición operativa (alcance y dimensión)	Fórmula del indicador	Unidad de medida	Frecuencia (medición-actuación)	Nivel base 2019	Metas 2020
1	MARKETING	Satisfacción del cliente	Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.	Número de clientes satisfechos/ Número total de clientes	%	Semestral	75%	100%
		Tasa de crecimiento en el mercado	Es un porcentaje que indica el aumento experimentado a partir de una fecha o una cantidad.	Valor final - Valor inicial/ Valor inicial x 100	%	Anual	90%	100%
2	COMPRAS	Cumplimiento plan de compras	Disponibilidad de productos para la comercialización.	Productos comprados/ Productos Planificados	%	Mensual	90%	100%
				Cantidad recibida/ Cantidad Solicitada	%	Semestral	85%	100%
3	VENTAS	Ingreso por ventas	Las ventas que se realizan comparada con las ventas planificadas.	Ventas realizadas x 100/ Ventas planificadas	%	Mensual	90%	100%
		Facturación	La facturación es el proceso de emisión de facturas por parte de un profesional autónomo o empresa.	Número de facturas emitidas/ Total de facturas	%	Mensual	80%	90%
4	DISTRIBUCIÓN	Cantidad entregada	Es el número de pacas que se entregan al detallista.	Unidades entregadas	Paca (50u)	Mensual	1.408	1.428
		Entregas a tiempo	Es un conocimiento común para la entrega y recepción de productos.	(Cantidad de entregas a tiempo / Cantidad de entregas totales) x 100	%	Mensual	90%	100%
5	FINANCIERO	Ratio para el capital de trabajo	Son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través de los cuales la relación por división entre sí de dos datos financieros directos, permiten analizar el estado actual o pasado de una organización.	Ingresos año 1 - Ingresos año 2	%	Anual	5%	10%
		Rentabilidad	Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho.	Utilidad neta / Patrimonio	%	Anual	90%	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

3.5. Necesidades del personal

Al ser una empresa que recién iniciará sus operaciones, contará con cinco colaboradores; cuatro de ellos serán internos de la empresa, como es el caso del Gerente General, el bodeguero, Cajera y el Vendedor. Con respecto al área contable, se realizará una contratación externa (honorarios profesionales); este número de trabajadores se mantendrá durante los primeros cinco años sin variación alguna, hasta que la organización logre posicionarse en el sector y aumente su cuota de mercado.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. Objetivo del estudio jurídico legal

Establecer los factores jurídicos y legales que rigen en el país, cumpliendo paso a paso con las normativas y permisos indispensables para el funcionamiento y permanencia de la empresa.

4.2. Determinación de la forma jurídica

4.2.1. Proyecto de ley para reducir el uso del plástico en el Ecuador.

Ecuador al igual que muchos países en el mundo, se suma a la campaña internacional para reducir el uso de este material contaminante, ya que, según cifras oficiales, cada año más de 12 millones de toneladas de plástico terminan en los océanos, envenenando mares y destruyendo el ecosistema que vive en sus aguas.

El legislador ecuatoriano Esteban Albornoz presentó un proyecto legal que busca la eliminación progresiva de desechos de plástico en todo el país, como medida para reducir la contaminación ambiental, informó este 10 de enero del 2019 la Asamblea Nacional. Se trata de la Ley para la racionalización, reutilización y reciclaje de plásticos que se tramitará en la Comisión de Desarrollo Económico de la Asamblea, precisó esa entidad en un comunicado. Dentro de la iniciativa se espera que para 2020, el Ejecutivo implemente más servicios y proyectos ambientales para la ciudadanía, que permita la eliminación de plásticos de polietileno, como vasos, platos, cucharas y otros objetos. Para la creación de una compañía se lleva a cabo una serie de procesos legales, entre ellos los de organismos del Estado que determinan la Constitución Jurídica, mediante las cuales la organización tendrá existencia legal en el país (Comercio, 2019).

En Ecuador, el único lugar declarado libre de plástico desechable es Las Islas Galápagos, situada a 1.000 kilómetros de las costas continentales. Este proyecto de reducción de plástico está llevando en marcha ciudades como Guaranda, Quito y Guayaquil, estableciendo ordenanzas que son regidas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados cantonales. El artículo 19 que menciona las Políticas para Gestión Integral de Plásticos en el Ecuador, en el Título II de la Producción de Productos Plásticos describe lo siguiente:

Se debe fomentar a nivel nacional la investigación, transferencia de tecnología y desarrollo de bioplásticos y plásticos degradables, así como la conformación de laboratorios certificados para verificar que los materiales (polímeros) y aditivos impulsores de la degradación, no afecten al ambiente, por lo que, las entidades de educación superior, institutos de investigación en ciencia y tecnología, y organismos públicos y privados, pueden invertir en este tipo de estudios y proyectos para producción de bioplásticos y plásticos degradables en el Ecuador (Ministerio del Ambiente, 2014).

Gracias a las leyes y normativas vigentes en el país, las empresas comercializadoras de productos biodegradables de la línea alimenticia tendrán acogida y apoyo por parte de instituciones públicas, con el único fin de cuidar y preservar el medioambiente.

4.2.2. Constitución legal de la empresa Ecover.

La empresa Ecover se constituirá mediante una Compañía Limitada, donde comercializará contenedores de alimentos biodegradables a la población, pero con un enfoque especial en la cadena de Restaurantes del Cantón La Concordia, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

La Compañía Limitada está regulada por la Ley de Compañías, artículo 92 a partir de la Sección V que indica:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2018).

Como lo especifica la Superintendencia de Compañías del Ecuador, la constitución de una empresa debe ser registrada mediante escritura pública, a través de un proceso simplificado de constitución electrónica, que utiliza un programa que permite procesar la información ingresada por los usuarios, con la finalidad de generar nombramientos de Representantes Legales, el contrato de compañía, inscripción en el Registro Mercantil y obtención del Registro Único de Contribuyentes. Esta información debe quedar plasmada en formularios y para acceder a este servicio es necesario REGISTRARSE en el portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores, ingresar los datos solicitados por el sistema y contar con los documentos necesaria para realizar el proceso simplificado de constitución electrónica.

Los socios tienen la opción de escoger al Notario de su preferencia para presentar la documentación requerida. Éste revisará la solicitud de creación de la compañía donde aprobará o rechazará la solicitud, una vez aprobada, el Notario asignará fecha y hora donde deberá descargar e imprimir la Matriz preparada por el sistema, la cual tendrá que ser suscrita por los socios con sus firmas legítimas, por último, el Notario procederá a desmaterializar el documento, agregará su Firma Electrónica en el formulario respectivo para su utilización.

4.3. Patentes y marcas

Para el registro de la patente y la marca de la empresa Ecover Cía. Ltda., se debe realizar un proceso en el organismo que protege la propiedad intelectual, siendo el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), antes conocido como IEPI, el mismo que tiene un costo de \$208,00 dólares, este trámite se lo efectúa online ingresando al portal web del SENADI.

A continuación, se detalla una guía para el acceso correcto al portal.

- Ingresar a la página web institucional www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccionar la opción de SENADI en línea de la página principal.
- Si ya cuenta con un usuario registrado en el SENADI, ingresar a la opción: Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual.
- Automáticamente se desplegará un formulario que debe completar con el usuario y contraseña establecida cuando generó su casillero en SENADI.
- En caso de no contar con un casillero de SENADI, debe dirigirse a la opción: Crear Cuenta en Mi Casillero Virtual.
- Se reflejará el siguiente formulario:
- Llenar la Solicitud del Casillero Virtual con los datos requeridos. Al momento de registrar la información debe cumplir con todos los campos obligatorios.
- Recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en la solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Retornar a la página principal institucional del SENADI www.derechosintelectuales.gob.ec
- Dirigirse a la opción de Servicios en Línea.
- Dar clic en la opción Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual.
- Escribir el usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo electrónico.

- La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de realizar el cambio, se ha creado un casillero virtual y se procederá a cerrar la aplicación. Por medio de éste se recibirán todas las notificaciones generadas por los trámites ingresados.
- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.
- Escribir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales.
- Seleccionar el tipo de solicitud que desea ingresar.
- Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios. Toda la información descrita debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario. Recuerde que la información ingresada es la que será registrada en el trámite, si requiere realizar algún cambio de datos deberá hacerlo como un trámite de alcance o modificación al registro.
- Una vez completada la información, generar la vista previa de la solicitud.
- De no existir cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago.
- Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago del servicio.
- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente a la opción de Solicitudes en Línea.
- Identificar en la parte inferior la solicitud guardada y seleccionar Iniciar Proceso.
- Llenar los campos vacíos con el número de Depósito/Comprobante/CUR que se encuentra registrado en el comprobante de pago.
- Escanear en formato PDF el comprobante o el registro de pago.
- Seleccionar aceptar.

- Hay que tener en cuenta que, una vez iniciado el proceso, el sistema automáticamente asignará un número de trámite (Expediente) y otorgará la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de los datos.

Las solicitudes generadas no requerirán la entrega física en las ventanillas del SENADI, a no ser que se requiera ingresar documentación que no pudo ser adjuntada al trámite en línea. El estado de la solicitud se podrá verificar en la parte inferior de su buzón electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal web. (SENADI, 2019).

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

a) Requisitos para la obtención del RUC:

- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Llenar el formulario 01 del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

b) Requisitos para la obtención de la Patente Municipal:

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Permiso de bomberos.
- Permiso ambiental (inspección).
- Permiso de uso de suelo.
- Impuesto predial del año en curso.
- Formulario de declaración inicial de la actividad económica.
- Inspección de la patente municipal.

- c) Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos:
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
 - Copia del impuesto predial del año en curso.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - Informe de inspección del negocio.
 - Plan de evacuación con las respectivas señaléticas de emergencia.
- d) Requisitos para el permiso ambiental:
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
 - Llenar la solicitud.
 - Cancelar la tasa de inspección ambiental en las respectivas ventanillas del Municipio del Cantón La Concordia.
 - Permiso del cuerpo de bomberos.
- e) Requisitos para el permiso de Uso de Suelo:
- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde, donde se detalle claramente los nombres del solicitante, los nombres del propietario del predio, la actividad comercial y la clave catastral.
 - Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - Certificado de no adeudar al municipio.
- f) Requisitos para la obtención de calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS):
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
 - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
 - Copia de cédula de identidad de los empleados.
 - Llenar el formulario de Inspección patronal que se encuentra en la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. Objetivos del estudio de financiamiento

Desarrollar un estudio financiero que aplique planes y proyecciones económicas, determinando de esta manera la viabilidad económica, generando un margen de utilidad y ganancias a la organización.

5.2. Plan de inversiones

Para poder determinar el valor de la inversión de la empresa Ecover Cía. Ltda., se tomó en cuenta los costos de adecuación del local, muebles y enseres, gastos de constitución y demás gastos que son necesarios para el buen funcionamiento de la organización. A continuación, se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 50. Plan de Inversiones

Cant	Descripción	Valor unitario	Total, USD	Totales
ACTIVOS FIJOS				\$11.498,00
Muebles y enseres			3.472,00	
1	Escritorio para caja	\$ 250,00	\$ 250,00	
2	Escritorio de oficina	\$ 180,00	\$ 360,00	
3	Silla ejecutiva	\$ 64,00	\$ 192,00	
2	Archivador	\$ 120,00	\$ 240,00	
1	Sillón de recepción (3 puestos)	\$ 120,00	\$ 120,00	
1	Caja registradora	\$ 350,00	\$ 350,00	
8	Estantería de tienda	\$ 100,00	\$ 800,00	
2	Estantería de bodega 8 x 1,20 x 2 m	\$ 300,00	\$ 600,00	
1	Estantería de bodega 9,5 x 0,6x 2 m	\$ 150,00	\$ 150,00	
1	Estantería de bodega 11,5 x 0,6 x 2 m	\$ 200,00	\$ 200,00	
1	Estantería de bodega 6 x 0,6 x 2 m	\$ 100,00	\$ 100,00	
1	dispensador de agua	\$ 40,00	\$ 40,00	
1	Armario de caña y bambú	\$ 70,00	\$ 70,00	
Equipos de oficina			\$2.045,00	
2	Aire acondicionado	\$ 527,00	1.054,00	
1	Cámaras de seguridad	\$ 896,00	\$ 896,00	
1	TPLINK Inalámbrico	\$ 36,00	\$ 36,00	
1	Teléfono Panasonic inalámbrico con tres contestadores	\$ 59,00	\$ 59,00	
Equipos de computación			\$1.981,00	
2	Computadora de escritorio	\$ 650,00	\$1.300,00	
2	Impresora	\$ 228,00	\$ 456,00	
1	UPS protección de equipos	\$ 225,00	\$ 225,00	
Vehículos			\$4.000,00	
1	Motocarro	\$4.000,00	\$4.000,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN				\$5.200,00
1	Constitución de compañía	\$1.200,00	\$1.200,00	
1	Capacitación a personal	\$ 500,00	\$ 500,00	
1	Gasto de Instalación	\$3.000,00	\$3.000,00	
1	Patentes y Permisos de funcionamiento	\$ 500,00	\$ 500,00	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$16.698,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

De acuerdo al plan de inversiones se pudo determinar la inversión inicial por un valor de \$ 16.798,00 dólares, que incluye todo lo relacionado a muebles y enseres por un total de \$ 3.572,00, los equipos de oficina cotizados en centros comerciales locales de \$ 2.045,00, los equipos de computación por un valor de \$ 1.981,00, el vehículo con un precio referencial de \$ 4.000,00; Es importante considerar los gastos de constitución para el inicio de actividades de la comercializadora, que refleja un total de \$ 5.200,00. Además, se determina el capital de trabajo necesario para los tres primeros meses de operación.

Tabla 51. Capital de trabajo en el trimestre

Descripción	Valor
COSTOS DE OPERACIONES	\$ 43.537,79
Inventario para la venta	\$ 36.317,47
Mano de Obra Directa	\$ 5.882,31
Servicios Básicos	\$ 438,00
Alquiler de inmuebles	\$ 900,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.819,68
Sueldos y salarios	\$ 3.577,08
Suministros de oficina	\$ 134,70
Útiles de Limpieza	\$ 107,90
GASTOS DE VENTAS	\$ 966,03
Publicidad	\$ 966,03
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL	\$ 48.323,49
TOTAL INVERSIÓN INICIAL + CAPITAL DE TRABAJO	\$ 65.021,49

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Los valores que corresponden al capital de trabajo incluyen todo lo relacionado con los costos de operaciones, gastos administrativos y los gastos de ventas, sumando un total de \$ 48.323,49. Para determinar la inversión total del negocio se realiza la suma inicial más el capital de trabajo, obteniendo como resultado un valor de \$ 65.021,49 dólares del primer trimestre de operaciones del negocio.

5.3. Plan de financiamiento

5.3.1. Forma de financiamiento.

La empresa Ecover Cía. Ltda., cuenta con dos socios que conforman la compañía, para ello se estableció un aporte en partes iguales del 50% del total de la inversión. A continuación, se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 52. Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Total (%)
Recursos propios Socio 1	\$ 32.510,75	50%
Efectivo	\$ 32.510,75	50%
Recursos propios Socio 2	\$ 32.510,75	50%
Efectivo	\$ 32.510,75	50%
Total	\$ 65.021,49	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

El aporte de los socios será por medio de recursos propios en efectivo, por un valor de \$ 32.510,75 cada uno, que representa el 50% del total de la inversión.

5.4. Cálculo de costos y gastos

5.4.1. Detalle de costos.

Ecover considerará los costos que tendrá la empresa, entre ellos están los costos operacionales del Inventario para la Venta, Mano de Obra Directa, Servicios Básicos, Alquiler de Inmueble, Seguro y Mantenimiento del vehículo y las Depreciaciones con los respectivos valores mensuales, trimestrales y anuales, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 53. Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Costo Unitario	Valor mensual requerido (Proyección de 3 meses)	Costo mensual	Costo anual
Inventario para la venta						
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	Unidad	1.000	\$ 6,19	\$ 6.186,00	\$ 2.062,00	\$ 24.744,00
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	Unidad	1.200	\$ 14,19	\$ 17.028,00	\$ 5.676,00	\$ 68.112,00
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	Unidad	1.100	\$ 8,81	\$ 9.688,80	\$ 3.229,60	\$ 38.755,20
Plato (Pack de 50 unidades)	Unidad	200	\$ 4,75	\$ 950,40	\$ 316,80	\$ 3.801,60
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	Unidad	150	\$ 4,58	\$ 686,70	\$ 228,90	\$ 2.746,80
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	Unidad	50	\$ 2,46	\$ 123,00	\$ 41,00	\$ 492,00
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	Unidad	150	\$ 5,33	\$ 800,10	\$ 266,70	\$ 3.200,40
Sorbete (Pack de 25 unidades)	Unidad	90	\$ 0,44	\$ 39,96	\$ 13,32	\$ 159,84
Cubierto (Pack de 50 unidades)	Unidad	94	\$ 2,87	\$ 269,59	\$ 89,86	\$ 1.078,37
Cuchara (Pack de 50 unidades)	Unidad	100	\$ 2,87	\$ 286,80	\$ 95,60	\$ 1.147,20
Tenedor (Pack de 50 unidades)	Unidad	90	\$ 2,87	\$ 258,12	\$ 86,04	\$ 1.032,48
TOTAL				\$ 36.317,47	\$ 12.105,82	\$ 145.269,89
Mano de Obra Directa						
Cajera	Unidad	1	\$ 523,95	\$ 1.571,86	\$ 523,95	\$ 6.287,45
Vendedor	Unidad	1	\$ 718,41	\$ 2.155,23	\$ 718,41	\$ 8.620,90
Bodeguero	Unidad	1	\$ 718,41	\$ 2.155,23	\$ 718,41	\$ 8.620,90
TOTAL				\$ 5.882,31	\$ 1.960,77	\$ 23.529,25
Servicios Básicos						
Agua	mt2	150	\$ 0,04	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Energía eléctrica	Kw / h	2.000	\$ 0,04	\$ 240,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Internet	megas	1.500	\$ 0,02	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	Plan	1	\$ 30,00	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 438,00	\$ 146,00	\$ 1.752,00

continúa

Alquiler de inmuebles								
Arriendo local	Unidad	1	\$ 300,00	\$	900,00	\$	3.600,00	
TOTAL				\$	900,00	\$	3.600,00	
Seguro de vehículo								
Seguro contra accidentes	Unidad	1	\$ 300,00	\$	75,00	\$	300,00	
TOTAL				\$	75,00	\$	300,00	
Mantenimiento de vehículo								
Arreglo y mantenimiento	Unidad	1	\$ 240,00	\$	60,00	\$	240,00	
TOTAL				\$	60,00	\$	240,00	
Depreciación de operaciones								
Muebles y enseres	Unidad	1	\$ 2.878,00	\$	71,95	\$	287,80	
Equipos de oficina	Unidad	1	\$ 1.054,00	\$	26,35	\$	105,40	
Equipos de computación	Unidad	1	\$ 878,00	\$	73,16	\$	292,64	
Vehículo	Unidad	1	\$ 4.000,00	\$	200,00	\$	800,00	
TOTAL				\$	371,46	\$	1.485,84	
Total Costos					\$	14.681,41	\$	176.176,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se visualiza en la tabla 53, se detalla el costo de operaciones de los diferentes rubros de forma mensual, trimestral y anual. Para el efecto se analizará los rubros trimestrales de los costos, donde el Inventario para la Venta refleja un total de \$ 36.317,47; la Mano de Obra Directa el valor de \$ 5.882,31; el costo del Servicio Básico \$ 438,00 dólares; el Alquiler de Inmueble un total de \$ 900,00; Seguro del Vehículo \$ 75,00 dólares; Mantenimiento del Vehículo por un valor de \$ 60,00 y el total de las depreciaciones operacionales suman \$ 371,46 dólares; valores que suman un total de costos operacionales en el trimestre de \$ 14.681,41 dólares.

5.4.2. Proyección de costos.

Una vez que se obtiene el costo mensual, se realiza la proyección anual de costos estimados para los próximos cinco años, considerando la tasa promedio de la inflación anual del país de los últimos seis años hasta el 2019, siendo ésta del 1,36% de acuerdo con los datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador (BCE, 2019).

Tabla 54. Proyección de los Costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2	
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		
Inventario para la venta	\$ 12.105,82		\$ 145.269,89	\$ 145.269,89		\$ 147.247,98	\$ 147.247,98	
Mano de Obra Directa	\$ 1.960,77	\$ 23.529,25		\$ 23.529,25	\$ 23.849,64		\$ 23.849,64	
Servicios Básicos	\$ 146,00	\$ 1.752,00		\$ 1.752,00	\$ 1.775,86		\$ 1.775,86	
Alquiler de inmuebles	\$ 300,00	\$ 3.600,00		\$ 3.600,00	\$ 3.649,02		\$ 3.649,02	
Seguro de vehículo	\$ 25,00	\$ 300,00		\$ 300,00	\$ 304,09		\$ 304,09	
Mantenimiento de vehículo	\$ 20,00	\$ 240,00		\$ 240,00	\$ 243,27		\$ 243,27	
Depreciación de operaciones	\$ 123,82	\$ 1.485,84		\$ 1.485,84	\$ 1.485,84		\$ 1.485,84	
	\$ 14.681,41	\$ 30.907,09	\$ 145.269,89	\$ 176.176,98	\$ 31.307,71	\$ 147.247,98	\$ 178.555,69	
Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
	\$ 149.253,01	\$ 149.253,01		\$ 151.285,33	\$ 151.285,33		\$ 153.345,34	\$ 153.345,34
\$ 24.174,39		\$ 24.174,39	\$ 24.503,57		\$ 24.503,57	\$ 24.837,23		\$ 24.837,23
\$ 1.800,04		\$ 1.800,04	\$ 1.824,55		\$ 1.824,55	\$ 1.849,39		\$ 1.849,39
\$ 3.698,71		\$ 3.698,71	\$ 3.749,07		\$ 3.749,07	\$ 3.800,12		\$ 3.800,12
\$ 308,23		\$ 308,23	\$ 312,42		\$ 312,42	\$ 316,68		\$ 316,68
\$ 246,58		\$ 246,58	\$ 249,94		\$ 249,94	\$ 253,34		\$ 253,34
\$ 1.485,84		\$ 1.485,84	\$ 1.485,84		\$ 1.485,84	\$ 1.485,84		\$ 1.485,84
\$ 31.713,78	\$ 149.253,01	\$ 180.966,79	\$ 32.125,39	\$ 151.285,33	\$ 183.410,72	\$ 32.542,60	\$ 153.345,34	\$ 185.887,93

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

La proyección de los costos para el primer año es de \$ 176.176,98; para el segundo año se estima un valor de \$ 178.555,69; el tercer año refleja \$ 180.966,79; el cuarto año un total de inventario de \$ 183.410,72 y para el quinto año se considera la cantidad de \$185.887,93 dólares.

5.4.3. Detalle de gastos.

Tabla 55. Detalle de los Gastos

Gastos Administrativos						
Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor unitario	Valor mensual requerido (Proyección de 3 meses)	Valor mensual	Valor anual
Sueldos y salarios						
Gerente general	Unidad	1	\$ 1.092,36	\$ 3.277,08	\$ 1.092,36	\$ 13.108,30
Contador (Externo)	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL				\$ 3.577,08	\$ 1.192,36	\$ 14.308,30
Suministros de oficina						
Factureros	Unidad	5	\$ 12,00	\$ 60,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Esferos	Unidad	12	\$ 0,35	\$ 4,20	\$ 1,40	\$ 16,80
Lapiceros	Unidad	10	\$ 0,40	\$ 4,00	\$ 1,33	\$ 16,00
Clips	Caja	9	\$ 1,50	\$ 13,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Carpetas archivadoras	Unidad	6	\$ 3,50	\$ 21,00	\$ 7,00	\$ 84,00
Resmas de papel	Block	8	\$ 4,00	\$ 32,00	\$ 10,67	\$ 128,00
TOTAL				\$ 134,70	\$ 44,90	\$ 538,80

continúa

Útiles de Limpieza						
Trapeador	Unidad	4	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Desinfectantes	Unidad	4	\$ 5,00	\$ 20,00	\$ 6,67	\$ 80,00
Escoba	Unidad	4	\$ 3,50	\$ 14,00	\$ 4,67	\$ 56,00
Pala	Unidad	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Jabón Líquido	Unidad	4	\$ 4,10	\$ 16,40	\$ 5,47	\$ 65,60
Papel Higiénico	Unidad	18	\$ 0,50	\$ 9,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Tachos para basura	Unidad	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 4,17	\$ 50,00
TOTAL				\$ 107,90	\$ 35,97	\$ 431,60
Depreciación						
Muebles y enseres	Unidad	1	\$ 3.472,00	\$ 86,80	\$ 28,93	\$ 347,20
Equipos de oficina	Unidad	1	\$ 2.045,00	\$ 51,13	\$ 17,04	\$ 204,50
Equipos de computación	Unidad	1	\$ 1.981,00	\$ 49,53	\$ 16,51	\$ 198,10
TOTAL				\$ 131,53	\$ 43,84	\$ 526,13
Total Gastos Administrativos				\$ 3.951,21	\$ 1.317,07	\$ 15.804,83
Gastos de Constitución						
Constitución de compañía	Unidad	1			\$ 1.200,00	
Capacitación a personal	Unidad	1			\$ 500,00	
Gasto de Instalación	Unidad	1			\$ 3.000,00	
Patentes y Permisos de funcionamiento	Unidad	1			\$ 500,00	
Total Gastos de Constitución					\$ 5.200,00	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 56. Detalle de los Gastos de Ventas

Gastos de Ventas						
Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor unitario	Valor mensual requerido (Proyección de 3 meses)	Valor mensual	Valor anual
Publicidad						
Redes Sociales	Unidad	8000	\$ 0,00	\$ 36,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Cuñas publicitarias Radio Súper W	Unidad	22	\$ 3,64	\$ 240,04	\$ 80,01	\$ 960,17
Cuñas televisivas canal Ov Televisión	Unidad	22	\$ 6,82	\$ 449,99	\$ 150,00	\$ 1.799,95
Sello verde para Restaurantes	Unidad	1000	\$ 0,08	\$ 240,00	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL				\$ 966,03	\$ 322,01	\$ 3.864,12
Total Gastos de Ventas					\$ 322,01	\$ 3.864,12
Total Gastos					\$ 1.639,08	\$ 24.868,95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En esta tabla N° 55 se detalla las cuentas que componen los gastos administrativos, los mismos que se determinan para el ciclo mensual, trimestral y anual. Para el efecto se analizan los rubros trimestrales que corresponden a los sueldos y salarios del personal administrativo con una inversión de \$ 3.577,08 dólares; los suministros de oficina con un valor de \$ 134,70 dólares; los útiles de limpieza que son \$ 107,90; de igual manera se estiman los gastos por depreciación de los activos que suman \$ 131,53. Los gastos de constitución dentro del primer mes se determinan por un valor de \$ 5.200,00 dólares.

En la tabla N° 56 se visualiza las cuentas que integran los gastos de ventas para el ciclo mensual, trimestral y anual. En efecto se analizan los rubros trimestrales que corresponden a la publicidad por un valor de \$ 966,03 dólares. La suma total de los gastos anuales da como resultado un total de \$ 24.868,95 dólares.

5.4.4. Proyección de gastos.

Al obtener el gasto mensual, se procede a realizar la proyección anual estimada para los próximos cinco años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos seis años hasta el 2019, que es del 1,36% de acuerdo con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (BCE, 2019).

Tabla 57. Proyección de los Gastos

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2		
		Fijos	Variables		Fijos	Variables			
Gastos Administrativos	\$ 1.273,23	\$ 15.278,70		\$ 15.278,70	\$ 15.486,74		\$ 15.486,74		
Depreciación	\$ 43,84	\$ 526,13		\$ 526,13	\$ 526,13		\$ 526,13		
Gastos de Constitución	\$ 433,33	\$ 5.200,00		\$ 5.200,00					
Gastos de Venta	\$ 322,01		\$ 3.864,12	\$ 3.864,12		\$ 3.916,74	\$ 3.916,74		
Total	\$ 2.072,41	\$ 21.004,83	\$ 3.864,12	\$ 24.868,95	\$ 15.486,74	\$ 3.916,74	\$ 19.929,61		
	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
	\$ 15.697,62		\$ 15.697,62	\$ 15.911,37		\$ 15.911,37	\$ 15.913,54		\$ 15.913,54
	\$ 526,13		\$ 526,13	\$ 526,13		\$ 526,13	\$ 526,13		\$ 526,13
	\$ 3.970,07		\$ 3.970,07	\$ 4.024,13		\$ 4.024,13	\$ 4.078,92		\$ 4.078,92
	\$ 16.223,75	\$ 3.970,07	\$ 20.193,82	\$ 16.437,50	\$ 4.024,13	\$ 20.461,63	\$ 16.439,67	\$ 4.078,92	\$ 20.518,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Una vez que se proyectan los gastos, se estiman los siguientes valores, para el primer año un valor de \$ 24.868,95; el segundo año \$ 19.929,61; el tercer año un valor de \$ 20.193,82; para el cuarto año de \$ 20.461,63; y el quinto año con un valor de \$ 20.518,59 dólares.

5.4.5. Mano de obra.

La mano de obra que tendrá Ecover Cía. Ltda., está dividida en operativa (que son los empleados que están relacionados directamente en el proceso comercialización del producto) y el personal administrativo que direcciona a la empresa en el cumplimiento de los objetivos organizacionales. A continuación, se reflejan las tablas con los rubros correspondientes:

Tabla 58. Mano de Obra Administrativo

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Ap. Patr. IESS 12,15	Total mensual	Total proyección trimestral	Total anual
Gerente general	850,00	70,83	32,83	35,42	103,28	1.092,36	3.277,08	13.108,30
Contador (Externo)	100,00					100,00	300,00	1.200,00
Totales	950,00	70,83	32,83	35,42	103,28	1.192,36	3.577,08	14.308,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 59. Mano de Obra Operativa

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Ap. Patr. IESS 12,15	Total mensual	Total proyección trimestral	Total anual
Cajera	394,00	32,83	32,83	16,42	47,87	523,95	1.571,86	6.287,45
Vendedor	550,00	45,83	32,83	22,92	66,83	718,41	2.155,23	8.620,90
Bodeguero	550,00	45,83	32,83	22,92	66,83	718,41	2.155,23	8.620,90
Totales	1.494,00	124,50	98,50	62,25	181,52	1.960,77	5.882,31	23.529,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

De acuerdo con el detalle expuesto en las tablas 58 y 59, en el rol de pago se determina los rubros de sueldos, décimo tercero y décimo cuarto; Aporte patronal al IESS del 12,15% y vacaciones. La inversión trimestral total de la nómina se calcula en \$ 9.459,39 y el valor anual da como resultado un total de \$ 37.837,55 dólares.

5.4.6. Depreciación.

La depreciación es la disminución del coste de los activos de la inversión inicial, ya sea por el desgaste, uso, o vejez (vida útil), para lo cual se establece un valor porcentual periódico anual con la finalidad de reservar y reponer estos bienes.

La estimación de la depreciación se realizará de acuerdo con las normas contables establecidas en el país para el efecto del mismo.

Para el caso particular de la empresa:

- 10 años para equipos de oficina
- 10 años para muebles y enseres de oficina
- 5 años para el vehículo
- 3 años para equipo de computación

Dentro de los activos se encuentran aquellos que se deprecian y corresponden al costo y otros por el contrario, corresponden al gasto administrativo. En las tablas reflejadas se visualiza de mejor manera la clasificación:

Tabla 60. Depreciación Administrativa

Cálculo de Depreciaciones Administración				
Detalle del Bien	Vida Útil	Valor	% de Depreciación	Depreciación Anual
Muebles y enseres		\$ 594,00		\$ 59,40
Escritorio de oficina	10	\$ 180,00	10%	\$ 18,00
Silla ejecutiva	10	\$ 64,00	10%	\$ 6,40
Archivador	10	\$ 120,00	10%	\$ 12,00
Sillón de recepción (3 puestos)	10	\$ 120,00	10%	\$ 12,00
Dispensador de agua	10	\$ 40,00	10%	\$ 4,00
Armario	10	\$ 70,00	10%	\$ 7,00
Equipos de oficina		\$ 991,00		\$ 99,10
Cámaras de seguridad	10	\$ 896,00	10%	\$ 89,60
TPLINK inalámbrico	10	\$ 36,00	10%	\$ 3,60
Teléfono Panasonic inalámbrico con tres contestadores	10	\$ 59,00	10%	\$ 5,90
Equipos de computación		\$ 1.103,00		\$ 367,63
Computadora de escritorio	3	\$ 650,00	33,33%	\$ 216,65
Impresora	3	\$ 228,00	33,33%	\$ 75,99
UPS protección de equipos	3	\$ 225,00	33,33%	\$ 74,99
Total		\$ 2.688,00		\$ 526,13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 61. Depreciación Operativa

Cálculo de Depreciaciones Operación				
Detalle del Bien	Vida Útil	Valor	% de Depreciación	Depreciación Anual
Muebles y enseres		\$ 2.878,00		\$ 287,80
Escritorio de oficina	10	\$ 180,00	10%	\$ 18,00
Escritorio para caja	10	\$ 250,00	10%	\$ 25,00
Silla ejecutiva	10	\$ 128,00	10%	\$ 12,80
Archivador	10	\$ 120,00	10%	\$ 12,00
Caja registradora	10	\$ 350,00	10%	\$ 35,00
Estantería de tienda	10	\$ 800,00	10%	\$ 80,00
Estantería de bodega 8x1,20x2 m	10	\$ 600,00	10%	\$ 60,00
Estantería de bodega 9x0,6x2 m	10	\$ 150,00	10%	\$ 15,00
Estantería de bodega 11,5x0,60x 2 m	10	\$ 200,00	10%	\$ 20,00
Estantería de bodega 6x0,60x 2 m	10	\$ 100,00	10%	\$ 10,00
Equipos de oficina		\$ 1.054,00		\$ 105,40
Aire acondicionado	10	\$ 1.054,00	10%	\$ 105,40
Equipos de computación		\$ 878,00		\$ 292,64
Computadora de escritorio	3	\$ 650,00	33,33%	\$ 216,65
Impresora	3	\$ 228,00	33,33%	\$ 75,99
Vehículo		\$ 4.000,00		\$ 800,00
Motocarro	5	\$ 4.000,00	20%	\$ 800,00
Total		\$ 8.810,00		\$ 1.485,84

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

La suma total de la depreciación anual es de \$ 2.011,97 dólares, los rubros más altos se reflejan en el vehículo con un valor de \$800,00; Equipos de Computación de \$ 292,64 y Muebles y Enseres con un total de depreciación de \$287,80 dólares.

5.4.7. Proyección de la depreciación.

Para efectuar el cálculo de la depreciación se tomó en cuenta el método lineal, por lo que se detalla a continuación los valores generales de la siguiente manera:

Tabla 62. Proyección de la Depreciación

Detalle del bien	Años										Valor total de la Depreciación	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Muebles y enseres	\$ 347,20	\$ 347,20	\$ 347,20	\$ 347,20	\$ 347,20	\$347,20	\$347,20	\$347,20	\$347,20	\$347,20	\$347,20	\$ 3.472,00
Equipos de oficina	\$ 204,50	\$ 204,50	\$ 204,50	\$ 204,50	\$ 204,50	\$204,50	\$204,50	\$204,50	\$204,50	\$204,50	\$204,50	\$ 2.045,00
Equipos de computación	\$ 660,27	\$ 660,27	\$ 660,27									\$ 1.980,80
Vehículos	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00							\$ 4.000,00
Total	\$2.011,97	\$2.011,97	\$2.011,97	\$1.351,70	\$1.351,70	\$551,70	\$551,70	\$551,70	\$551,70	\$551,70	\$551,70	\$ 11.497,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

5.5. Cálculo de ingresos

La compañía Ecover Cía. Ltda., se dedica a la comercialización de contenedores biodegradables para comida, que sirven para el almacenamiento y transporte de alimentos, para complementar y ofrecer una satisfacción agradable al cliente ofrece un abanico de productos de la misma línea ecológica alimenticia. En la siguiente tabla se determina el costo de cada producto y el precio a la venta para el consumidor final de forma mensual.

Tabla 63. Cálculo de Ingresos

Inventario para la Venta	CANT PACK/MES	COSTO PRODUCTO	TOTAL	% UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	VENTA TOTAL
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	333	\$ 8,02	\$ 2.671,75	40%	\$ 11,22	\$ 3.740,45
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	400	\$ 16,02	\$ 6.407,70	40%	\$ 22,43	\$ 8.970,78
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	367	\$ 10,64	\$ 3.900,33	40%	\$ 14,89	\$ 5.460,46
Plato (Pack de 50 unidades)	67	\$ 6,58	\$ 438,75	40%	\$ 9,21	\$ 614,25
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	50	\$ 6,41	\$ 320,36	40%	\$ 8,97	\$ 448,51
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	17	\$ 4,29	\$ 71,49	40%	\$ 6,00	\$ 100,08
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	50	\$ 7,16	\$ 358,16	40%	\$ 10,03	\$ 501,43
Sorbete (Pack de 25 unidades)	30	\$ 2,27	\$ 68,20	40%	\$ 3,18	\$ 95,48
Cubierto (Pack de 50 unidades)	31	\$ 4,70	\$ 147,18	40%	\$ 6,58	\$ 206,05
Cuchara (Pack de 50 unidades)	33	\$ 4,70	\$ 156,58	40%	\$ 6,58	\$ 219,21
Tenedor (Pack de 50 unidades)	30	\$ 4,70	\$ 140,92	40%	\$ 6,58	\$ 197,28
Total productos	1.408		\$ 14.681,41			\$ 20.553,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se observa en el cálculo de los ingresos se ha determinado una estimación de 1.408 pacas de 50 unidades de productos biodegradables al mes, con un precio total de costos de \$ 14.681,41 dólares y un valor de ventas mensuales de \$ 20.553,98. Con estos datos se establecerá el costo unitario de producción y el precio de venta unitario.

Costo unitario = Costo de producción / N° de productos

Costo unitario = \$ 14.681,41 / 1.408 pacas = **\$ 10,43**

Precio de venta unitario = Ventas totales / N° de productos

Precio de venta unitario = 20.553,98 / 1.408 pacas = **\$ 14,60**

5.5.1. Proyección de ingresos.

Una vez que se obtiene el ingreso mensual se procede a realizar la proyección anual estimada para los próximos cinco años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos seis años hasta el 2019 de 1,36%, de acuerdo con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (BCE, 2019).

Tabla 64. Proyección de Ingresos

Descripción del Producto	2020 Período 1	2021 Período 2	2022 Período 3	2023 Período 4	2024 Período 5
VENTA DE PACK BIODEGRADABLES POR PERÍODO	16.896	17.126	17.359	17.596	17.835
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	\$ 44.885,43	\$ 45.496,62	\$ 46.116,13	\$ 46.744,08	\$ 47.380,58
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	\$ 107.649,39	\$ 109.115,22	\$ 110.601,00	\$ 112.107,02	\$ 113.633,54
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	\$ 65.525,49	\$ 66.417,73	\$ 67.322,12	\$ 68.238,82	\$ 69.168,00
Plato (Pack de 50 unidades)	\$ 7.371,01	\$ 7.471,37	\$ 7.573,11	\$ 7.676,23	\$ 7.780,75
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	\$ 5.382,09	\$ 5.455,38	\$ 5.529,66	\$ 5.604,96	\$ 5.681,28
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	\$ 1.200,99	\$ 1.217,34	\$ 1.233,92	\$ 1.250,72	\$ 1.267,75
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	\$ 6.017,13	\$ 6.099,07	\$ 6.182,12	\$ 6.266,30	\$ 6.351,62
Sorbete (Pack de 25 unidades)	\$ 1.145,72	\$ 1.161,32	\$ 1.177,13	\$ 1.193,16	\$ 1.209,41
Cubierto (Pack de 50 unidades)	\$ 2.472,63	\$ 2.506,30	\$ 2.540,43	\$ 2.575,02	\$ 2.610,09
Cuchara (Pack de 50 unidades)	\$ 2.630,46	\$ 2.666,28	\$ 2.702,59	\$ 2.739,39	\$ 2.776,69
Tenedor (Pack de 50 unidades)	\$ 2.367,42	\$ 2.399,65	\$ 2.432,33	\$ 2.465,45	\$ 2.499,02
	\$ 246.647,77	\$ 250.006,29	\$ 253.410,54	\$ 256.861,15	\$ 260.358,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Se refleja en la tabla 64 la cantidad de pacas vendidas en los cinco períodos y el precio total de venta, obteniendo como resultado, en el año 1 \$ 246.647,77; año 2 un valor de \$ 250.006,29; en el año 3 \$ 253.410,54; para el período 4 \$ 256.861,15 y para el último período un total de \$ 260.358,74 ventas de productos biodegradables. Estos valores son claves para la proyección del flujo de caja.

5.6. Flujo de caja

Tabla 65. Flujo de Caja

	DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES		\$ 246.647,77	\$ 250.006,29	\$ 253.410,54	\$ 256.861,15	\$ 260.358,74
	VENTA DE PRODUCTOS						
	Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)		\$ 44.885,43	\$ 45.496,62	\$ 46.116,13	\$ 46.744,08	\$ 47.380,58
	Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)		\$ 107.649,39	\$ 109.115,22	\$ 110.601,00	\$ 112.107,02	\$ 113.633,54
	Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)		\$ 65.525,49	\$ 66.417,73	\$ 67.322,12	\$ 68.238,82	\$ 69.168,00
	Plato (Pack de 50 unidades)		\$ 7.371,01	\$ 7.471,37	\$ 7.573,11	\$ 7.676,23	\$ 7.780,75
	Plato bandeja (Pack de 50 unidades)		\$ 5.382,09	\$ 5.455,38	\$ 5.529,66	\$ 5.604,96	\$ 5.681,28
	Vaso salsero (Pack de 50 unidades)		\$ 1.200,99	\$ 1.217,34	\$ 1.233,92	\$ 1.250,72	\$ 1.267,75
	Vaso estándar (Pack de 50 unidades)		\$ 6.017,13	\$ 6.099,07	\$ 6.182,12	\$ 6.266,30	\$ 6.351,62
	Sorbete (Pack de 25 unidades)		\$ 1.145,72	\$ 1.161,32	\$ 1.177,13	\$ 1.193,16	\$ 1.209,41
	Cubierto (Pack de 50 unidades)		\$ 2.472,63	\$ 2.506,30	\$ 2.540,43	\$ 2.575,02	\$ 2.610,09
	Cuchara (Pack de 50 unidades)		\$ 2.630,46	\$ 2.666,28	\$ 2.702,59	\$ 2.739,39	\$ 2.776,69
	Tenedor (Pack de 50 unidades)		\$ 2.367,42	\$ 2.399,65	\$ 2.432,33	\$ 2.465,45	\$ 2.499,02
							continúa
B	EGRESOS		\$ 199.033,96	\$ 196.473,33	\$ 199.148,64	\$ 201.860,39	\$ 204.394,56

	Costo del producto		\$ 174.691,14	\$ 177.069,85	\$ 179.480,95	\$ 181.924,88	\$ 184.402,09
	Gasto de Venta		\$ 3.864,12	\$ 3.916,74	\$ 3.970,07	\$ 4.024,13	\$ 4.078,92
	Gastos Administrativos		\$ 15.278,70	\$ 15.486,74	\$ 15.697,62	\$ 15.911,37	\$ 15.913,54
	Gastos de Constitución		\$ 5.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 47.613,81	\$ 53.532,96	\$ 54.261,90	\$ 55.000,76	\$ 55.964,18
D	INGRESOS NO OPERACIONALES						
	Capital Social		\$ 59.821,49				
		Parcial	\$ 59.821,49				
E	EGRESOS NO OPERACIONALES						
	15% Participaciones trabajadores		\$ 6.840,28	\$ 7.728,15	\$ 7.916,41	\$ 7.948,32	\$ 8.092,83
	25% Impuesto a la Renta		\$ 9.690,39	\$ 10.948,21	\$ 11.214,91	\$ 11.260,12	\$ 11.464,85
	ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
	Muebles y enseres		\$ 3.472,00				
	Equipos de oficina		\$ 2.045,00				
	Equipos de computación		\$ 1.981,00				
	Vehículos		\$ 4.000,00				
		Parcial	\$ 11.498,00	\$ 16.530,67	\$ 18.676,36	\$ 19.131,32	\$ 19.208,44
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		\$ 48.323,49	\$ 16.530,67	\$ 18.676,36	\$ 19.131,32	\$ 19.557,68
G	FLUJO NETO GENERADO (C-E)		\$ 48.323,49	\$ 31.083,14	\$ 34.856,60	\$ 35.130,58	\$ 36.406,50
H	SALDO INICIAL DE CAJA		\$ -	\$ 48.323,49	\$ 79.406,63	\$ 114.263,23	\$ 149.393,80
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)		\$ 48.323,49	\$ 79.406,63	\$ 114.263,23	\$ 149.393,80	\$ 185.186,13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Dentro del flujo de caja se detalla un informe financiero que permite visualizar la variación de los flujos de efectivo en un período de tiempo, es considerado como una herramienta financiera en el que los directivos de las organizaciones analizan el saldo inicial del dinero invertido, los ingresos y egresos con los respectivos saldos del período proyectado. En la tabla N° 64 se refleja valores positivos en todos los períodos, lo que significa valores razonables en base a la inversión inicial. Para el período uno el flujo neto de caja es de \$ 31.083,14; proyectado hasta el período cinco da como resultado un flujo neto de \$ 36.406,50 dólares.

5.7. Punto de equilibrio

Los productos biodegradables para alimentos que ofrece la empresa Ecover son varios y, por ende, los precios en sus costes cambian, por lo que, para determinar el punto de equilibrio, se aplicará el método del margen de contribución de promedio ponderado, con el propósito de establecer cuántas unidades deberán venderse de cada línea de productos para ubicarse en el punto de equilibrio.

Tabla 66. Datos para el Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$30.907,09	\$ 145.269,89	\$ 176.176,98
Gastos de Administración	\$15.278,70	\$ -	\$ 15.278,70
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 3.864,12	\$ 3.864,12
SUMAN	\$46.185,79	\$ 149.134,01	\$ 195.319,80
Ingresos totales			\$ 246.647,77
Números de Productos			16.896
Precio unitario de venta			\$ 14,60
Costo de venta Unitario			\$ 10,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Como se visualiza en la tabla se encuentran los valores de los costos fijos, el precio de venta unitario y el costo unitario del producto.

Tabla 67. Punto de Equilibrio de Productos

A	B	C	D	E	F	G	H	I	
PRODUCTO	Cantidades Proyectadas anual	Precio Unitario	Costo Var. Unitario	Marg. Contr. Unitario C - D	% part. cada/pro ducto B/Total B	Marg. Contr. Ponderado E*F	PE (Unidades Productos) PEQ General*F	PEM (Unidades Monetarias) H*C	Total contribución marginal E*H
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	4.000	11,22	8,02	3,21	23,67%	0,76	2.622	29.417,42	8.404,98
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	4.800	22,43	16,02	6,41	28,41%	1,82	3.146	70.552,24	20.157,78
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	4.400	14,89	10,64	4,25	26,04%	1,11	2.884	42.944,69	12.269,91
Plato (Pack de 50 unidades)	800	9,21	6,58	2,63	4,73%	0,12	524	4.830,88	1.380,25
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	600	8,97	6,41	2,56	3,55%	0,09	393	3.527,37	1.007,82
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	200	6,00	4,29	1,72	1,18%	0,02	131	787,12	224,89
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	600	10,03	7,16	2,87	3,55%	0,10	393	3.943,56	1.126,73
Sorbete (Pack de 25 unidades)	360	3,18	2,27	0,91	2,13%	0,02	236	750,89	214,54
Cubierto (Pack de 50 unidades)	376	6,58	4,70	1,88	2,23%	0,04	246	1.620,54	463,01
Cuchara (Pack de 50 unidades)	400	6,58	4,70	1,88	2,37%	0,04	262	1.723,98	492,56
Tenedor (Pack de 50 unidades)	360	6,58	4,70	1,88	2,13%	0,04	236	1.551,58	443,31
	16.896				100%	4,17	11.073	161.650,26	46.185,79
					Comprobación del Punto de Equilibrio		Costos Fijos Utilidad	46.185,79 0,00	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Para llegar al punto de equilibrio de varios productos se debe seguir los siguientes pasos:

- Para elaborar el cálculo del margen de contribución unitario (MCU) de cada producto (columna E) se resta el precio de venta unitario (columna C) del costo variable unitario (columna D).
- Para obtener el porcentaje de participación en ventas (columna F), se divide el número de cantidades proyectadas (columna B) de cada producto con el total de unidades vendidas (suma total columna B).
- El promedio ponderado de los márgenes de contribución unitario (columna G), se obtiene multiplicando el porcentaje de participación de ventas de cada producto (columna F), por el margen de contribución unitario (columna E). Este valor es más exacto que el promedio simple, porque toma en consideración el grado de importancia de cada uno de los datos; en este caso, de la participación en las ventas totales el promedio ponderado es de 4,17 (sumatoria columna G).
- Para realizar el (PEQ) punto de equilibrio general de la cantidad de servicios se dividen el costo fijo con el promedio ponderado del margen de contribución.

$$\text{PEQ} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{promedio ponderado del MC}}$$

$$\text{PEQ} = \frac{46.185,79}{0,29} = 161.650,26$$

- Para sacar el (PEQ) de cada línea de servicio (columna H), se multiplica el porcentaje de participación de cada producto (columna F) por el PEQ general. Esta operación se la realiza con cada producto.

- Para hallar el (PEM) punto de equilibrio en unidades monetarias (columna I) se multiplica el PEQ de cada servicio (columna H) por el Precio unitario del respectivo servicio (columna C). La suma total de los datos de la columna I determina el PEM general, en este caso es de \$ 161.650,26.

$$\text{PEMs} = \text{PEQs} * \text{PUs}$$

Ejm. Punto de equilibrio de contenedor cuadrado pequeño pack:

$$\text{PEMs} = 2.622 * \$ 11,22 = \$ 29.417,42$$

Es decir, 2.622 pacas de contenedor cuadrado pequeño biodegradable a un precio unitario de \$ 11,22 dólares, será igual a \$ 29.417,42 que representa el 23,67% de ventas al año.

En conclusión, en el punto de equilibrio (PEQ) se ha determinado que Ecover Cía. Ltda., debe vender anualmente 11.073 pacas de productos biodegradables para alimentos, de acuerdo con el porcentaje de la participación en las ventas de cada producto (ver columna H) y el punto de equilibrio en unidades monetarias (PEM) se determina un total de \$ 161.650,26 de ventas anuales (Columna I).

Se visualiza la siguiente fórmula:

$$\text{PEM} = \text{PEQ} * \text{PUV}$$

$$\text{PEM} = 11.073 * 14,60 = \$ 161.650,26$$

Para una mejor comprensión se visualiza a continuación el siguiente gráfico:

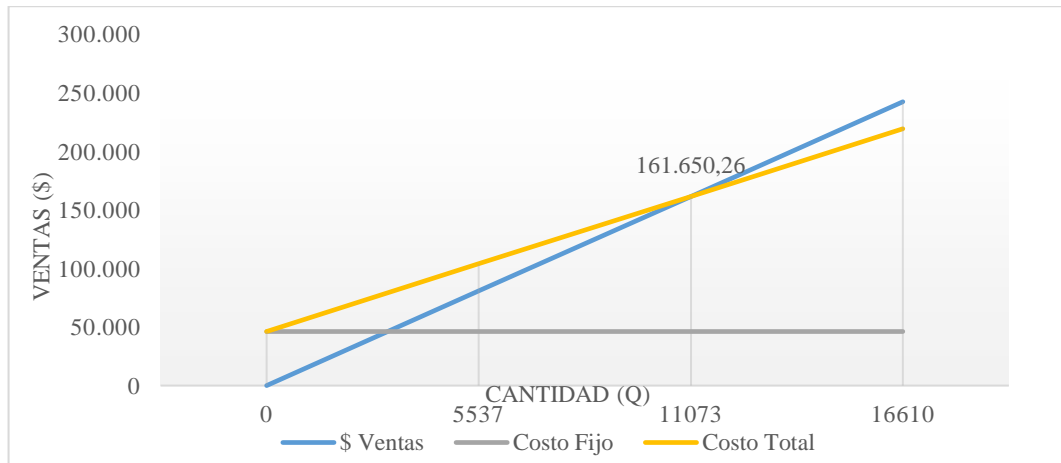


Gráfico 34. Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.8. Estado de resultados proyectado

Tabla 68. Estado de Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 246.647,77	\$ 250.006,29	\$ 253.410,54	\$ 256.861,15	\$ 260.358,74
Contenedor cuadrado pequeño (Pack de 50 unidades)	\$ 44.885,43	\$ 45.496,62	\$ 46.116,13	\$ 46.744,08	\$ 47.380,58
Contenedor cuadrado grande (Pack de 50 unidades)	\$ 107.649,39	\$ 109.115,22	\$ 110.601,00	\$ 112.107,02	\$ 113.633,54
Contenedor rectangular (Pack de 50 unidades)	\$ 65.525,49	\$ 66.417,73	\$ 67.322,12	\$ 68.238,82	\$ 69.168,00
Plato (Pack de 50 unidades)	\$ 7.371,01	\$ 7.471,37	\$ 7.573,11	\$ 7.676,23	\$ 7.780,75
Plato bandeja (Pack de 50 unidades)	\$ 5.382,09	\$ 5.455,38	\$ 5.529,66	\$ 5.604,96	\$ 5.681,28
Vaso salsero (Pack de 50 unidades)	\$ 1.200,99	\$ 1.217,34	\$ 1.233,92	\$ 1.250,72	\$ 1.267,75
Vaso estándar (Pack de 50 unidades)	\$ 6.017,13	\$ 6.099,07	\$ 6.182,12	\$ 6.266,30	\$ 6.351,62
Sorbete (Pack de 25 unidades)	\$ 1.145,72	\$ 1.161,32	\$ 1.177,13	\$ 1.193,16	\$ 1.209,41
Cubierto (Pack de 50 unidades)	\$ 2.472,63	\$ 2.506,30	\$ 2.540,43	\$ 2.575,02	\$ 2.610,09
Cuchara (Pack de 50 unidades)	\$ 2.630,46	\$ 2.666,28	\$ 2.702,59	\$ 2.739,39	\$ 2.776,69
Tenedor (Pack de 50 unidades)	\$ 2.367,42	\$ 2.399,65	\$ 2.432,33	\$ 2.465,45	\$ 2.499,02
(-) Costo de producción	\$ 176.176,98	\$ 178.555,69	\$ 180.966,79	\$ 183.410,72	\$ 185.887,93
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 70.470,79	\$ 71.450,60	\$ 72.443,75	\$ 73.450,43	\$ 74.470,81
(-) Gastos de venta	\$ 3.864,12	\$ 3.916,74	\$ 3.970,07	\$ 4.024,13	\$ 4.078,92
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 66.606,67	\$ 67.533,86	\$ 68.473,68	\$ 69.426,30	\$ 70.391,88
(-) Gastos Administrativos	\$ 21.004,83	\$ 16.012,87	\$ 15.697,62	\$ 16.437,50	\$ 16.439,67
(=) UTILIDAD NETA OPERACIONAL	\$ 45.601,84	\$ 51.520,99	\$ 52.776,06	\$ 52.988,80	\$ 53.952,22
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 45.601,84	\$ 51.520,99	\$ 52.776,06	\$ 52.988,80	\$ 53.952,22
(-) 15% Participaciones trabajadores	\$ 6.840,28	\$ 7.728,15	\$ 7.916,41	\$ 7.948,32	\$ 8.092,83
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 38.761,56	\$ 43.792,84	\$ 44.859,65	\$ 45.040,48	\$ 45.859,38
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 9.690,39	\$ 10.948,21	\$ 11.214,91	\$ 11.260,12	\$ 11.464,85
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 29.071,17	\$ 32.844,63	\$ 33.644,74	\$ 33.780,36	\$ 34.394,54

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la proyección del estado de resultados se puede observar que en el primer año de operaciones tiene una utilidad de \$ 29.071,17 y para los siguientes años demuestra una tendencia al alza positiva, esto se debe al incremento normal de la producción y el precio, valores que son estables y que demuestran que existe buena rentabilidad para el proyecto.

5.9. Evaluación financiera

Con la finalidad de determinar la rentabilidad del plan de negocios, se realizará una evaluación financiera, para que de esta manera los socios de la empresa puedan medir con anticipación la rentabilidad en el tiempo y tomar buenas decisiones en la inversión.

5.9.1. Indicadores.

Los modelos que se aplicarán para efectuar la evaluación económica determinarán finalmente la viabilidad del proyecto y el valor del dinero en el tiempo.

5.9.1.1. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto representa los beneficios que se obtienen después de recuperar la inversión inicial del proyecto, a más de los costes de oportunidad. Si el VAN es positivo el proyecto es aceptable; si es negativo no se debe ejecutar el proyecto, ya que la inversión se perderá en el tiempo; Si es igual a cero, no se perderá y quedará a decisión del inversionista, ya que el poder adquisitivo se mantendrá en tiempo de la vida útil de la empresa.

Para el cálculo del VAN, se debe establecer la Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), que significa el rendimiento económico que está dispuesto a recibir el inversionista por el valor dado en el proyecto.

El TMAR será calculado con la tasa de inflación existente en el país que de acuerdo a las cifras oficiales del Banco Central del Ecuador en los últimos seis años es de 1.36% (BCE, 2019), al tomarla como muestra, asegura que el capital invertido no perderá su valor adquisitivo; otro indicador que se sumará con la Inflación es la Tasa Pasiva “tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo, el mismo que se encuentra en 8,16% (Anexo 8) de acuerdo a la información económica del Banco Central del Ecuador” (BCE, 2019).

En base a la suma de estos datos se obtiene la Tasa Mínima de Rendimiento.

TMAR = Tasa de inflación + Tasa Pasiva

TMAR = 1,36% + 8,16% = 9,52%

Con este porcentaje se procede a realizar el cálculo del VAN con la siguiente fórmula:

$$VAN = Inv. In. + \frac{FINE 1}{(1+i)} + \frac{FINE 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = 59.821,49 + \frac{31.083,14}{1,09521} + \frac{34.856,60}{1,19949} + \frac{35.130,58}{1,31371} + \frac{35.792,32}{1,57579}$$

$$+ \frac{36.406,50}{1,57579}$$

$$VAN = 59.821,49 + 28.380,81 + 29.059,28 + 26.741,46 + 24.876,53$$

$$+ 23.103,55$$

$$VAN = \$ 132.161,64$$

De acuerdo con el cálculo se ha determinado que el VAN da como resultado un valor positivo, por lo tanto, el proyecto de inversión de la Comercializadora Ecover en términos económicos es viable.

5.9.1.2. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que genera una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que obtendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión y está muy relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN). Se puede definir como el valor de la tasa de descuento que hace que el Valor Actualizado Neto (VAN) sea igual a cero. Para el efecto se considera lo siguiente:

- Si $TIR > TMAR$, se acepta el proyecto.
- Si $TIR < TMAR$, se rechaza el proyecto.

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) se utiliza los flujos netos de efectivo y la ecuación siguiente:

$$VAN = -I_0 \sum_{T=0}^n \frac{Ft}{(1+i)^t}$$

$$= -I_0 + \frac{F 1}{(1 + TIR)} + \frac{F 2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F 3}{(1 + TIR)^3} + \frac{F 4}{(1 + TIR)^4} + \frac{F 5}{(1 + TIR)^5} = 0$$

$$= -59.821,49 + \frac{31.083,14}{(1+48,54843)} + \frac{34.856,60}{(1+48,54843)^2} + \frac{35.130,58}{(1+48,54843)^3} + \frac{35.792,32}{(1+48,54843)^4} + \frac{36.406,50}{(1+48,54843)^5}$$

$$= -59.821,49 + 20.924,58 + 15.796,06 + 10.717,19 + 7.350,51 + 5.033,14 = 0$$

TIR = 48,55%

5.9.1.3. Beneficio Costo

El análisis del costo – beneficio refleja una visión clara de la utilidad del proyecto en la inversión, por ende, esta herramienta financiera (B/C) también conocida como Índice Neto de Rentabilidad, es un cociente de la división entre el Valor Actual de los Ingresos Netos (VAI) con el Valor Actual de los Costos de Inversión (VAC) del ejercicio.

La fórmula de la relación costo-beneficio es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Calculando Valor Actual de los ingresos netos (VAI) se tiene;

$$VAI = \frac{V1}{(1+i)} + \frac{V2}{(1+i)^2} + \frac{V3}{(1+i)^3} + \frac{V4}{(1+i)^4} + \frac{V5}{(1+i)^5}$$

$$VAI = \frac{246.647,77}{(1+9,52)} + \frac{250.006,29}{(1+9,52)^2} + \frac{253.410,54}{(1+9,52)^3} + \frac{256.861,15}{(1+9,52)^4} + \frac{260.358,74}{(1+9,52)^5}$$

$$VAI = 225.204,54 + 208.425,50 + 192.896,59 + 178.524,67 + 165.223,55$$

$$VAI = \mathbf{970.274,84}$$

Calculando el Valor Actual de los Costos de inversión (VAC) se tiene;

$$VAC = \frac{C1}{(1+i)} + \frac{C2}{(1+i)^2} + \frac{C3}{(1+i)^3} + \frac{C4}{(1+i)^4} + \frac{C5}{(1+i)^5}$$

$$VAC = \frac{176.176,98}{(1+9,52)} + \frac{178.555,69}{(1+9,52)^2} + \frac{180.966,79}{(1+9,52)^3} + \frac{183.410,72}{(1+9,52)^4} + \frac{185.887,93}{(1+9,52)^5}$$

$$VAC = 160.860,39 + 148.858,49 + 137.752,27 + 127.474,86 + 117.964,40$$

$$VAC = \mathbf{692.910,40}$$

Una vez que se obtienen estos datos se calcula el valor del costo beneficio:

$$B / C = VAI / VAC$$

$$B / C = 970.274,84 / 692.910,40$$

$$B / C = \mathbf{1,40}$$

De acuerdo con el resultado se ha determinado que el costo – beneficio del proyecto será rentable, ya que el índice es de \$ 1,40; esto quiere decir, por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de \$ 0,40 centavos.

5.9.1.4. Período de Recuperación

Este instrumento permite medir el tiempo en el que se recupera el costo de la inversión inicial, tomando en cuenta además los Flujos de Efectivo Netos (FEN).

Para este caso se sumarán los flujos que se han generado hasta que se igualen a la inversión inicial, a continuación se presenta la siguiente tabla:

Tabla 69. Período de Recuperación

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	0,00	29.071,17	32.844,63	33.644,74	33.780,36	34.394,54
Flujo acumulado	59.821,49	30.750,32	2.094,31	35.739,05	69.519,41	103.913,95
PRI anterior al cambio de signo		1		Años	Meses	Días
Flujo acumulado período 1		30.750,32		1	12 x 0,94	
Flujo de Caja período 2		32.844,63		1	11,23	
FAP1 / FCp2		0,94		1	11	30 x 0,23
PRI		1,94		1	11	7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

La inversión que se realizará en la Comercializadora Ecover se recuperará en 1 año 11 meses y 7 días, por lo que representa un negocio atractivo para los socios de la organización.

5.9.2. Razones financieras.

5.9.2.1. Índice de Rentabilidad

El Índice de Rentabilidad es el beneficio o pérdida neta que tiene una inversión durante un ciclo de tiempo determinado, se define también como un porcentaje del costo inicial de la inversión. El beneficio de la inversión se detalla como los ingresos obtenidos más la ganancia recibida por la venta de la inversión.

$$\text{Rentabilidad neta sobre ventas} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas}) * 100$$

Tabla 70. Índice de Rentabilidad

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	45.601,84	51.520,99	52.776,06	52.988,80	53.952,22
Ventas	246.647,77	250.006,29	253.410,54	256.861,15	260.358,74
Resultado	18,49%	20,61%	20,83%	20,63%	20,72%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

De acuerdo con el cálculo observado se determina que la variación en el resultado es sostenible, lo que refleja que en el tiempo por cada dólar vendido, se obtendrá el 18,49% de beneficio.

CONCLUSIONES

- Mediante un estudio de mercado realizado en el cantón La Concordia, a través de una encuesta, se logró determinar que existe una demanda insatisfecha que estaría dispuesta a consumir productos biodegradables para el transporte de alimentos, amigables con el medioambiente.
- La empresa Ecover realizará el control de calidad mediante hojas de control del inventario para la venta, mediciones constantes de la satisfacción del cliente y a través del Diagrama de Pareto que por medio de la gráfica, ayuda a tomar decisiones para solucionar problemas.
- Estará conformada por cinco colaboradores, cuatro de ellos con contrato fijo, en los que se encuentran el Gerente General, bodeguero, vendedor, cajera y el contador externo por medio de honorarios profesionales.
- Se constituyó mediante una sociedad de Compañía Limitada, conformada por dos socios que regularizarán y cumplirán con los requisitos dispuestos por la Ley para su funcionamiento.
- Al efectuar los cálculos financieros, se pudo determinar que el proyecto es rentable y obtiene un costo beneficio de \$1,40 dólares, con un plazo máximo en recuperación de un año, once meses y siete días.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar un Plan de Marketing llamativo y que involucre a toda la población, en especial, realizando alianzas estratégicas con entidades públicas como la Prefectura de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y el Municipio del cantón, para la ejecución de campañas de concientización ambiental.
- Realizar una buena instalación del local, procurando que sea amplio y que motive al cliente a ser parte de una gran familia unida por un cambio y salvaguardando la vida de los ecosistemas del planeta.
- Ampliar la cuota de mercado a toda la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y sectores aledaños, ofreciendo valor agregado en el producto y servicio de entrega.
- Estar al día con la documentación y pagos anuales, exigidos por las entidades pertinentes que regulan el cumplimiento de la Ley.
- Brindar un buen clima laboral a los empleados, reconociendo y valorando el esfuerzo y dedicación que brindan al cumplir con las tareas encomendadas, recordando que de ellos depende la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- BCE. (30 de 12 de 2019). *BCE*. Obtenido de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201912.pdf>
- Camino, J. R. (2012). *Dirección de Marketing*. Madrid: ESIC.
- Comercio, E. (11 de 01 de 2019). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio : <https://www.elcomercio.com/tendencias/proyecto-ley-reduccion-plasticos-ecuador.html>
- Cuerpo de Bomberos del cantón La Concordia. (2019). *Cuerpo de Bomberos del cantón La Concordia*. Obtenido de Cuerpo de Bomberos del cantón La Concordia: <http://bomberoslaconcordia.gob.ec/>
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: DIAZ DE SANTOS.
- Fred R., D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Education.
- H. CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR. (16 de Diciembre de 2005). CODIGO DEL TRABAJO. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial del Ecuador.
- INEC. (Diciembre de 2019). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/Boletin_tecnico_12-2018-IPC.pdf
- INEC. (18 de 11 de 2019). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (09 de Enero de 2019). *INEC*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/Boletin_tecnico_12-2018-

IPC.pdfhttps://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/Boletin_tecnico_12-2018-IPC.pdf

INEC. (7 de Enero de 2019). *INEC*. Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/Boletin_tecnico_12-2018-IPC.pdfhttps://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Diciembre-2018/Boletin_tecnico_12-2018-IPC.pdf

Maldonado, J. A. (2018). *Gestión de Procesos*. Obtenido de Gestión de Procesos: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55606149/GESTION_DE_PROCESOS_2018.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGESTION_DE_PROCESOS.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200119%2Fus-east-1

Mercado, D. S. (2004). *Mercadotecnia Programada*. México: LIMUSA.

Ministerio del Ambiente. (03 de 04 de 2014). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de Ministerio del Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/Acuerdo-19.pdf>

Ministerio del Trabajo. (2019). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de Ministerio del Trabajo: <http://www.trabajo.gob.ec/biblioteca/>

Pérez, A. J. (2009). *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC.

Primicias. (18 de Oct de 2019). <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-alcanza-pico-maximo/>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-alcanza-pico-maximo/>: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-ecuador-alcanza-pico-maximo/>

Revista EKOS. (05 de Marzo de 2018). *EKOS*. Obtenido de EKOS: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/produccion-de-plasticos-un-pilar-para-el-encadenamiento-productivo>

- Santesmases Mestre, M., Velderrey Villar, F. J., & Sánchez Guzmán, A. d. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Azcapotzalco: Patria.
- SENADI. (09 de 12 de 2019). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de www.derechosintelectuales.gob.ec
- Silva, H., Juliao, D., Ortiz, M., Martínez, D., González, J., & Giraldo, M. (2014). *Marketing: Conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2018). *Superintendencia de Compañías Valores y Seguros*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>
- Tapia Barrera, C. L. (2009). *Macroambiente y Microambiente*. E.S.C.A Unidad Tepepan.

ANEXOS

Anexo 1. Glosario de Términos

Alianza estratégica es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente.

Bagazo de caña de azúcar residuo de materia después de extraído su jugo, cáscara de caña de azúcar.

Biodegradable producto o sustancia que puede descomponerse en elementos químicos naturales por la acción de agentes biológicos, como el sol, el agua, las bacterias, las plantas o los animales.

Bioplásticos es un material de origen biológico y/o biodegradable.

Comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo adquieran.

Compostable significa que se biodegrada dentro de una cierta cantidad de tiempo bajo ciertas condiciones.

Concientización es una acción que se relaciona con la toma de conciencia acerca de una situación determinada, con mostrar una verdad o hacer conocer las consecuencias de las propias decisiones. Concientizar es profundizar en el conocimiento de la realidad.

Contaminación es la introducción de sustancias u otros elementos físicos en un medio que provocan que este sea inseguro o no apto para su uso. El medio puede ser un ecosistema, un medio físico o un ser vivo. El contaminante puede ser una sustancia química, energía (como sonido, calor, luz o radiactividad).

Contenedor procede del inglés container, es un recipiente que se utiliza para el almacenamiento y transporte de alimentos.

Detallista Intermediario en el proceso de distribución de productos o servicios destinados al consumidor. Se dedica a la venta al por menor –también denominado minorista– y media entre el fabricante/mayorista y el destinatario final.

Ecológico hace referencia a Ecología, rama de la biología que estudia las relaciones de los diferentes seres vivos entre sí y con su entorno.

Elemento muestral es el elemento del cual se obtiene la medición, hace referencia a la ubicación espacial y geográfica del estudio.

Espumado desechables envases alimenticios hechos a base de espuma, entre los más comunes están los vasos, platos, contenedores en diferentes tamaños.

Fécula de maíz almidón obtenido del maíz que se usa como espesante en atoles, natillas y ahora sirve para la elaboración de productos biodegradables para alimentos.

Indicadores de Gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso.

Medioambiente es un sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.

Plan de negocio es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto

Plástico son aquellos materiales que, compuestos por resinas, proteínas y otras sustancias, son fáciles de moldear y pueden modificar su forma de manera permanente a partir de una cierta compresión y temperatura.

Valor agregado es un beneficio adicional que se ofrece, pero que es altamente valorado por el mercado. Y esto es la diferencia, debe ser apreciado por el cliente potencial, algo que realmente resuelva una necesidad o frustración que los competidores no resuelven adecuadamente.

Viabilidad económica es determinada por la diferencia entre el costo y beneficio del mismo, el cual debe cumplir con los objetivos que se establecen, que sea coste eficiente y debe sobrepasar en calidad, cantidad y otros aspectos relacionados a sistemas actuales.

Anexo 2. Instructivo en línea del SENADI

SERVICIO NACIONAL DE
DERECHOS INTELECTUALES

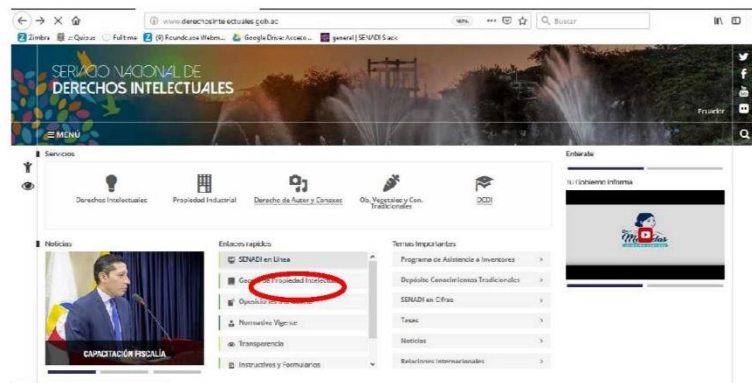


INSTRUCTIVO DE SOLICITUDES EN LÍNEA

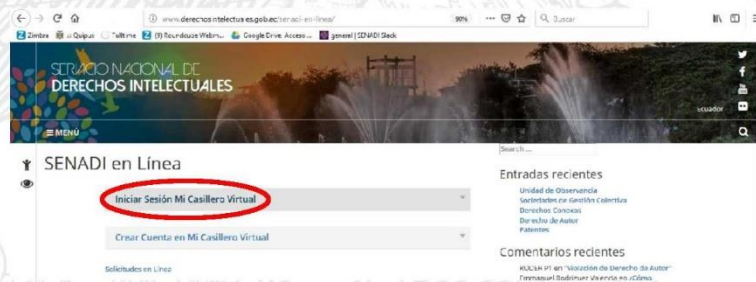
El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI, con el afán de mejorar el acceso a sus servicios, pone a disposición de todos los usuarios y ciudadanía en general, la implementación de su nuevo servicio en línea.

A continuación, una guía para su acceso correcto.

1. Ingrese a la página web institucional www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccione el botón de SENADI en Línea de la página principal.



3. Si ya cuenta con casillero registrado en el SENADI, ingrese a la opción: Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual.



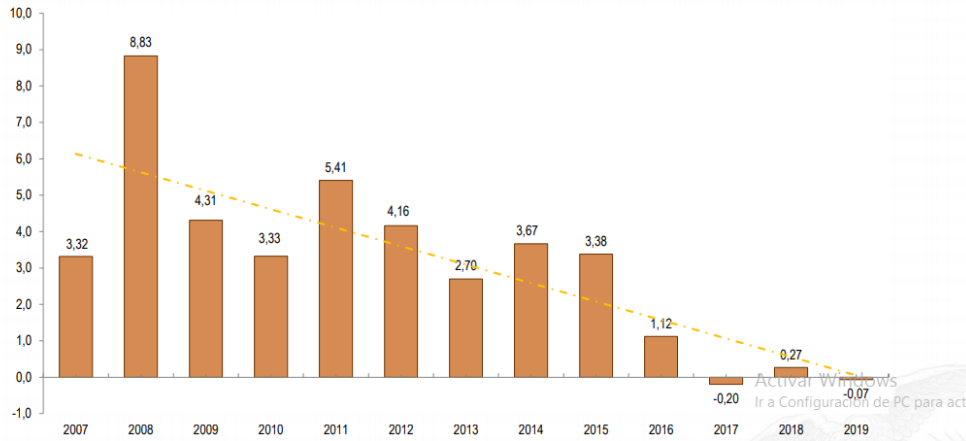
Dirección: Av. República 396 y Diego de Almagro, Edificio Forum 300 • Código Postal: 170518 / Quito - Ecuador • Teléfono: 593-2 394 0000
www.propiedadintelectual.gob.ec

Anexo 3. Evolución de la Inflación Anual

INFLACIÓN ACUMULADA EN DICIEMBRE DE CADA AÑO (Porcentajes, 2007-2019)



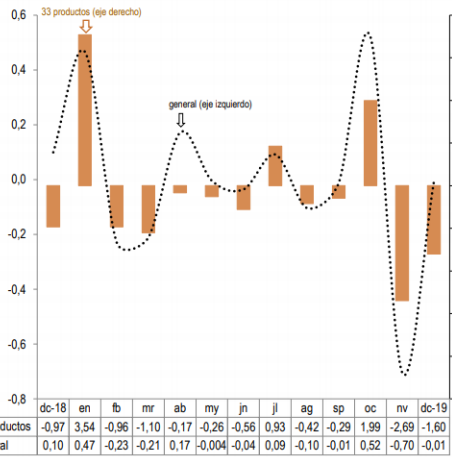
La inflación acumulada de diciembre de 2019 se ubicó en un porcentaje negativo de 0.07%, que constituye el segundo resultado negativo desde el periodo 2007-2019.



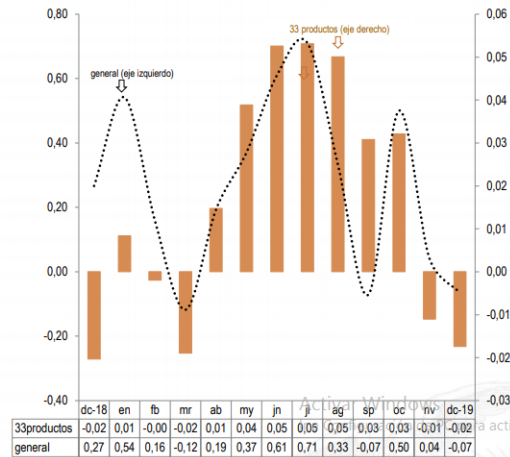
INFLACIÓN GENERAL Y DE 33 PRODUCTOS DE PRECIOS REFERENCIALES (Porcentajes, 2018-2019)



INFLACIÓN MENSUAL



INFLACIÓN ANUAL



año	Inflación
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
Total	8,17%
Promedio Inflación	1,36%

Anexo 4. Tasa de Interés Pasiva del Banco Central del Ecuador

Tasas de Interés			
diciembre - 2019			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.04	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	8.96	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.37	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero**	8.52	Productivo Agrícola y Ganadero**	8.53
Comercial Ordinario	8.50	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.78	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.84	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.01	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.28	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.69	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.44	Educativo	9.50
Educativo Social ³	6.42	Educativo Social ³	7.50
Vivienda de Interés Público	4.70	Vivienda de Interés Público	4.99
Inmobiliario	10.17	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	19.19	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista ^{1*}	25.18	Microcrédito Minorista ^{1*}	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	23.35	Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	20.10	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	23.50
Microcrédito Minorista ^{2*}	23.39	Microcrédito Minorista ^{2*}	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	22.70	Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	20.80	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	25.50
Inversión Pública	8.44	Inversión Pública	9.33
<p>1. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector financiero privado y de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 y mutualistas).</p> <p>2. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 2, 3, 4 y 5).</p> <p>3. De acuerdo a la Resolución 526-2019-F de 17 de junio de 2019, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.</p> <p>*Resolución 437-2018-F de 26 de enero de 2018 de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.</p> <p>** Conforme Resolución 496-2019-F de 28 de febrero de 2019, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera crea los segmentos de la cartera Productivo Agrícola y Ganadero; y, Microcrédito Agrícola y Ganadero, aplicable para todo el Sistema Financiero Nacional.</p>			
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.17	Depósitos de Ahorro	1.11
Depósitos monetarios	0.82	Depósitos de Tarjetahabientes	1.05
Operaciones de Reporto	1.50		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.66	Plazo 121-180	6.15
Plazo 61-90	5.71	Plazo 181-360	6.74
Plazo 91-120	6.06	Plazo 361 y más	8.16
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 133-2015-M)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	6.17	Tasa Legal	8.78
Tasa Activa Referencial	8.78	Tasa Máxima Convencional	9.33
Para mayor información, contáctenos: pub.econ@bce.ec			

Anexo 5. Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO CORRIENTE</u>	
Caja y Bancos	\$ 48.323,49	Participación trabajadores utilidades	\$ -
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 48.323,49	Impuesto Renta	\$ -
<u>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</u>		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	
Muebles y enseres	\$ 3.472,00	TOTAL DE PASIVOS	\$ -
Equipos de oficina	\$ 2.045,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipos de computación	\$ 1.981,00	Capital social pagado	\$ 59.821,49
Vehículos	\$ 4.000,00	Reserva Legal	\$ -
TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	\$ 11.498,00	Utilidad Retenida	\$ -
(-) Depreciaciones	\$ -	Utilidad Retenida del Periodo	\$ -
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 11.498,00	Utilidad (pérdida) neta	\$ -
			\$ -
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 59.821,49
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 59.821,49	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	59.821,49