



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Enfocada en la Producción y
Comercialización de Bolsas Biodegradables a Base de Almidón de Yuca**

JESSICA DOMINIQUE SÁNCHEZ NIETO

Octubre de 2019

QUITO - ECUADOR

Título del trabajo de titulación

Por

Jessica Dominique Sánchez Nieto

Octubre 2019

Aprobado:

Lic. Pedro Antonio Mosquera Mgt. Tutor

Lic. Diana Celeste González Mgt. Presidente del Tribunal

Ing. María Belén Catillo MBA. Miembro del Tribunal

Ing. Sandra del Rosario Villacis Mgt. Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: _____ Octubre, 30 del 2019

Lic. Pedro Antonio Mosquera Mgt.

Aceptado y Firmado: _____ Octubre, 30 del 2019

Ing. María Belén Catillo MBA.

Aceptado y Firmado: _____ Octubre, 30 del 2019

Ing. Sandra del Rosario Villacis Mgt.

_____ Octubre, 30 del 2019

Lic. Diana Celeste González Mgt.

Presidente(a) del Tribunal

Autoría del Trabajo de Titulación

Yo, Jessica Dominique Sánchez Nieto, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación titulado Propuesta "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSAS BIODEGRADABLES A BASE DE ALMIDON DE YUCA**" es de mi autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Jessica Dominique Sánchez Nieto

Correo electrónico: jesanchezni@uide.edu.ec

Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Jessica Dominique Sánchez Nieto, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado Título del trabajo de investigación "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOLSAS BIODEGRADABLES A BASE DE ALMIDON DE YUCA**", autorizo a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autor me corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.

D. M. Quito, Octubre del 2019



Jessica Dominique Sánchez Nieto

Correo electrónico: jesanchezni@uide.edu.ec

Dedicatoria

Quiero dedicar mi tesis a la mujer de mi vida, a mi madre por haberme dado la vida, por haberme guiado por un buen camino, por ser mi pilar y haberme enseñado a ser una mujer trabajadora, luchadora, humilde, por darme siempre fuerzas para continuar, eres mi mejor amiga, gracias por darme tu amor y la mano para volar juntas, eres mi ejemplo a seguir, eres la mejor madre del mundo te amo por siempre.

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios, por darme la vida y la oportunidad de poderme superar, de alcanzar mis metas y lograr un sueño más.

A mi madre por siempre darme las fuerzas para seguir adelante y darme su amor incondicional eres y serás siempre mi gran apoyo, con tu luz iluminando mi vida, eres la mejor madre del mundo

Le doy gracias a mi hermana por haber estado siempre a mi lado en las buenas y en las malas por ser mi compañera de aventuras, por sus consejos y escucharme siempre

A mi hermano por darme su cariño y sus consejos

En la vida encuentras personas que iluminan tu camino y ese eres tú mi amor, mi novio, mi esposo, mi mejor amigo, con el que todos estos años me acompañó, me guiaste para poder siempre ser mejor, me diste la mano para alcanzar mis sueños y volar alto, gracias por tus consejos y tu paciencia simplemente gracias mi amor, te amo con todo mi ser

Gracias a todos los docentes que me han acompañado en todo el transcurso de mi vida académica y a mi querida Universidad Internacional del Ecuador que siempre le voy a llevar en mi corazón

Mi profundo agradecimiento a mi Tutor Pedro Mosquera Domínguez por haberme acompañado y guiado para poder terminar mi tesis

Resumen Ejecutivo

Dentro del capítulo 1, se determina los objetivos que se desarrollaran dentro del plan de negocios, así como la problemática que identifica el problema central que se relaciona que no existe iniciativa de cuidado ambiental/ utilización de un porcentaje alto de fundas dentro de los supermercados. También se realiza un análisis del medio como es el diagnóstico del nivel Nacional, Regional y Local, de esta manera se presenta una amplia información para el desarrollo de la nueva organización dentro de un mercado ampliamente competitivo.

Dentro del capítulo 2 de análisis de investigación de mercado, en primera instancia se realiza un PESTEC, en el que se identifica oportunidades y amenazas que afrontará la organización, así como un análisis del microambiente mediante las fuerzas de PORTER, de esta manera se identifica la matriz DAFO, en la que se plantea estrategias para contrarrestar las amenazas que puede afectar el desarrollo de la nueva organización.

Dentro del capítulo 3, se detalla el plan de marketing y ventas, que tiene como objetivo promocionar un producto o servicio que se pondrá a disposición del mercado objetivo como es la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, en el cual se plantea estrategias a cumplir a través de la implementación de las cuatro P de marketing.

Dentro del capítulo 4, se detalla el estudio técnico y modelo de gestión organizacional, se define el tamaño del proyecto, es decir la capacidad que producirá la organización tomando en cuenta la maquinaria y el personal humano con el cual se contará. Es importante definir la localización, es decir el lugar idóneo para poner en marcha la nueva empresa y acorde a ciertos factores, estará ubicada en la parroquia de Cumbayá en la dirección Av. María Angélica Idrovo y Alba Calderón.

Dentro del capítulo 5, se efectúa un estudio financiero donde se detalla el valor de inversión que necesita para iniciar mi proyecto, el mismo que asciende a \$ 59.122,74 dicho monto será financiado por la aportación de los socios (bienes muebles o dinero), y terceros mediante un crédito gestionado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa de interés del 11, 83%, luego de haber efectuado el análisis financiero respectivo se determina que los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) da un resultado USD 22.041,26 mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es el 24,09%, con un periodo de recuperación de cuatro años demostrando de esta manera que el proyecto es factible para su puesta en marcha.

Abstract

Within chapter 1, the objectives that will be developed within the business plan are determined, as well as the problem that identifies the central problem that relates that there is no environmental care initiative / use of a high percentage of covers within the supermarkets. An analysis of the environment is also carried out, as is the diagnosis of the National, Regional and Local levels, in this way a broad information is presented for the development of the new organization within a broadly competitive market.

Within chapter II of market research analysis, in the first instance a PESTEC is carried out, which identifies opportunities and threats that the organization will face, as well as a microenvironmental analysis using the forces of PORTER, in this way it is identified. the SWOT matrix, in which strategies are proposed to counteract the threats that may affect the development of the new organization

Within chapter 3, the marketing and sales plan is detailed, which aims to promote a product or service that will be made available to the target market such as the production and marketing of biodegradable bags based on cassava starch, in which Strategies are proposed to be met through the implementation of the four marketing P's.

Within Chapter 4, the technical study and organizational management model is detailed, the project size is defined, ie the capacity that the organization will produce taking into account the machinery and the human personnel with whom it will be counted. It is important to define the location, that is, the ideal place to start up the new company and according to certain factors it will be located in the parish of Cumbayá in the Av. María Angélica Idrovo and Alba Calderón.

Within chapter V, a financial study is carried out detailing the investment value that you need to start my project, which amounts to \$ 59.122,74 that amount will be financed by the contribution of the partners (movable property or money), and Third parties through a loan managed by the National Financial Corporation (CFN) at an interest rate of 11, 83%, after having performed the respective financial analysis, it is determined that financial indicators such as Net Present Value (NPV) give a USD result 22.041,26 while the Internal Rate of Return (IRR) is 24,09%, with a recovery period of four years demonstrating in this way that the project is feasible for its implementation.

Tabla de Contenidos

Capítulo 1: Introducción	1
Objetivos.....	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos	2
Justificación de la Idea de Negocio	2
Análisis del Medio (contexto)	5
Diagnóstico del Nivel Nacional.....	5
Diagnóstico del Nivel Regional.....	5
Diagnóstico del Nivel Local	6
El Concepto del Negocio	7
Detalle del Modelo CANVAS	9
Socios clave	9
Actividad clave	9
Recurso clave	9
Propuesta de valor	9
Diferenciación del producto	10
Estructura de costos	10
Relación con el cliente	10
Fuentes de ingreso	11
Canales de distribución	11

Diseño el Producto o Servicio a Ofertar	11
Investigación+ Desarrollo + Innovación	11
Investigación	11
Desarrollo	12
Innovación	12
Diseño del producto	12
Logotipo del Producto	14
Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado	15
Análisis del Macro Entorno – PESTEC	15
Factor político.	15
Factor económico	16
Recesión económica	16
Factor social	17
Empleo y subempleo	17
Tecnológico	18
Ecológico y cultural	18
Análisis del Micro Entorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter	19
Proveedores	19
Clientes	19
Productos sustitutos	20
Nuevos entrantes y rivalidad competitiva	21

Competencia directa e indirecta.	21
Cadena de Valor	22
Diagnóstico de la Situación	24
Análisis DAFO	24
Matriz DAFO Cruzada / Estratégico	25
Impacto en los Objetivos Estratégicos	26
Los consumidores: Criterios de Segmentación del consumidor, perfil y características	27
Análisis Cualitativo Respecto de la Aceptación del Producto o Servicio	28
Análisis Cuantitativo	29
Población	29
Muestra	30
Diseño de la encuesta	30
Proyección Estimada de la Demanda	30
Demanda Insatisfecha Potencial	30
Proyección de la Demanda	31
Cálculo Estimado de Ventas con la Proyección Estimada	33
Conservador.....	33
Optimista	34
Pesimista.....	34
Flujo de Ingresos Proyectados	35
Análisis de Riesgos (considere el mapa de calor de riesgos)	35

Resumen	37
Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas	38
Establecimiento de Objetivos	38
Objetivos de Marketing	38
Criterios de Marketing.....	39
Formulación de Estrategias	41
Estrategia de venta del portafolio	41
Estrategia de precio	41
Estrategia de distribución / cobertura	41
Estrategia promocional	42
Estrategias publicidad	42
Estrategia de diferenciación	43
Aplicaciones Marketing Mix Promocional (Plan de acción)	43
Capítulo 4. Estudio Técnico y Modelo de Gestión organizacional	49
Tamaño del Proyecto	49
Capacidad Instalada.....	50
Localización	50
Ingeniería	51
Descripción de la Tecnología	53
Diseño del Proceso Productivo	53
Flujograma Proceso de Producción	53

Diseño Organizacional	56
Estructura organizacional	56
Estructura Funcional.....	57
Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización (funciones de los trabajadores).....	58
Competencias Genéricas	58
Funciones de los Trabajadores	58
Políticas de Selección	68
Políticas de Contratación	68
Políticas de Captación	68
Políticas de Remuneración	69
Políticas de Evaluación de Desempeño	69
Costos de la Mano de Obra	69
Constitución de la Empresa	71
Entes reguladores, Principales Disposiciones y Regulaciones al negocio	72
Requisitos para la Obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE),.....	72
Requisitos para la Obtención del Registro Único de Contribuyentes (SRI),	73
Requisitos para Obtener las Patentes y Marcas	73
Permiso de Cuerpo de Bomberos	74
Resumen	74
Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto	75

Costos de Inversión	75
Cálculo Demostrativo del Capital de trabajo	75
Costos de Operación y Mantenimiento	77
Gastos del Proyecto	77
Cálculo Demostrativo y análisis del punto de equilibrio	79
Punto de equilibrio en dólares	79
Punto de equilibrio en unidades	80
Evaluación Financiera	81
Análisis y Determinación de la Tasa de Descuento del Proyecto	81
Cálculo y análisis de indicadores de rentabilidad.....	81
Escenario conservador	81
Escenario pesimista	84
Resumen	87
Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones	88
Conclusiones.....	88
Recomendaciones	89
Limitaciones	89
Referencias	90
Apéndice A Resultados de la encuesta	93
Apéndice B Manejo de publicidad	98

Lista de Tablas

<i>Tabla 1 Tiendas de la parroquia de Cumbayá</i>	7
<i>Tabla 2 Empresas proveedoras</i>	19
<i>Tabla 3 Clientes (que podrían adquirir las bolsas biodegradables)</i>	20
<i>Tabla 4 Productos sustitutos</i>	20
<i>Tabla 5 Empresas competidoras</i>	21
<i>Tabla 6 Análisis DAFO</i>	24
<i>Tabla 7 Matriz cruzada</i>	25
<i>Tabla 8 Impacto de los objetivos</i>	26
<i>Tabla 9 Dimensión conductual</i>	27
<i>Tabla 10 Dimensión geográfica</i>	27
<i>Tabla 11 Dimensión demográfica</i>	28
<i>Tabla 12 Demanda insatisfecha potencial</i>	31
<i>Tabla 13 Proyección de la demanda</i>	31
<i>Tabla 14 Oferta paquetes de fundas</i>	32
<i>Tabla 15 Proyección de la oferta</i>	33
<i>Tabla 16 Demanda insatisfecha</i>	33
<i>Tabla 17 Ventas conservador</i>	34
<i>Tabla 18 Ventas optimista</i>	34
<i>Tabla 19 Ventas pesimista</i>	35
<i>Tabla 20 Ingresos proyectados</i>	35
<i>Tabla 21 Análisis de riesgos</i>	36
<i>Tabla 22 Objetivos de marketing</i>	38
<i>Tabla 23 Objetivos específicos</i>	39
<i>Tabla 24 Producto / Servicio (plan de acción)</i>	43

<i>Tabla 25 Precio (plan de acción)</i>	44
<i>Tabla 26 Plaza / canales de distribución (plan de acción)</i>	45
<i>Tabla 27 Promoción (plan de acción)</i>	45
<i>Tabla 28 Publicidad (plan de acción)</i>	46
<i>Tabla 29 Presupuesto y cronograma de las estrategias</i>	47
<i>Tabla 30 Tiempo de producción</i>	49
<i>Tabla 31 Capacidad instalada</i>	50
<i>Tabla 32 Matriz micro localización</i>	50
<i>Tabla 33 Distribución de áreas</i>	52
<i>Tabla 34 Descripción de la tecnología</i>	53
<i>Tabla 35 Competencias genéricas</i>	58
<i>Tabla 36 Funciones administrador</i>	59
<i>Tabla 37 Funciones asistentes contable</i>	60
<i>Tabla 38 Funciones: jefe del área de producción</i>	61
<i>Tabla 39 Funciones: jefe del área de ventas</i>	62
<i>Tabla 40 Funciones: Servicios de limpieza</i>	63
<i>Tabla 41 Funciones: Operarios</i>	64
<i>Tabla 42 Funciones: Bodeguero</i>	65
<i>Tabla 43 Funciones: Chofe</i>	66
<i>Tabla 44 Funciones: Vendedor</i>	67
<i>Tabla 45 Rol de pagos</i>	70
<i>Tabla 46 Características de sociedad Anónima</i>	71
<i>Tabla 47 Inversión</i>	75
<i>Tabla 48 Capital de trabajo</i>	76
<i>Tabla 49 Costos de operación</i>	77

<i>Tabla 50 Gastos administrativos</i>	77
<i>Tabla 51 Gastos de ventas</i>	78
<i>Tabla 52 Gastos financieros</i>	78
<i>Tabla 53 Estado de pérdidas y ganancias</i>	79
<i>Tabla 54 Tasa de descuento</i>	81
<i>Tabla 55 Valor actual Neto</i>	81
<i>Tabla 56 Tasa Interna de Retorno</i>	82
<i>Tabla 57 Periodo de Recuperación (PRI)</i>	82
<i>Tabla 58 Valor Actual Neto Optimista</i>	83
<i>Tabla 59 Tasa Interna de Retorno</i>	83
<i>Tabla 60 Periodo de recuperación Optimista</i>	83
<i>Tabla 61 Valor Actual Neto Pesimista</i>	84
<i>Tabla 62 Tasa Interna de Retorno Pesimista</i>	84
<i>Tabla 63 Periodo de recuperación Pesimista</i>	85
<i>Tabla 64 Análisis de Sensibilidad</i>	85
<i>Tabla 65 Balance del proyecto</i>	86

Lista de Figuras

<i>Figura 1. Árbol de problemas</i>	<i>4</i>
<i>Figura 2. Modelo CANVAS.....</i>	<i>8</i>
<i>Figura 3 Canal de distribución</i>	<i>11</i>
<i>Figura 4. Diseño del producto Bolsas biodegradables de 25 * 30 cm</i>	<i>13</i>
<i>Figura 5. Diseño del producto Bolsas Biodegradables de 35 * 40 cm.....</i>	<i>13</i>
<i>Figura 6. Diseño acorde a la necesidad del cliente</i>	<i>14</i>
<i>Figura 7. Logotipo del producto</i>	<i>14</i>
<i>Figura 8 Cadena de Valor.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 9 Mapa de Empatía</i>	<i>28</i>
<i>Figura 10 Matriz BCG</i>	<i>40</i>
<i>Figura 11 Canal de distribución</i>	<i>42</i>
<i>Figura 12 Micro localización.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 13 Distribución de planta.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 14 Flujograma de producción.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 15 Estructura organizacional.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 16 Estructura funcional.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 17 Punto de equilibrio.....</i>	<i>80</i>

Capítulo 1: Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del Ecuador representan aproximadamente el 95% de las unidades productivas, “generando el 60% de las fuentes de empleo en el país, de acuerdo al último Censo Nacional Económico (CENEC) que registra un total de 843.745 empresas, de las cuales el 95% corresponden al tipo microempresa” (Instituto Nacional de Estadística y Censo , 2016). Bajo esta perspectiva se ha demostrado que la correcta implementación de un plan de negocios influye directamente en la generación de fuentes de empleo para la población, favoreciendo al crecimiento y fortalecimiento de la matriz productiva del país. El crear un modelo de negocio sustentable, que controle y mitigue los impactos causados al ambiente es uno de los principales objetivos tanto de, emprendimientos como de empresas ya establecidas.

A nivel nacional el cultivo de yuca es fundamental para la seguridad alimentaria, además de emplearse comúnmente para el consumo animal y ser utilizada como materia prima con fines industriales. “Para que la yuca pueda ser aprovechada en la industria es necesario someterla al proceso denominado rallandería, del cual se obtendrán los siguientes derivados” (El Misionero del Agro , 2017, pág. 4):

- Almidón chillón; empleado en el engomado de telas, colas y embutidos.
- Almidón dulce; para consumo humano.
- Almidón industrial; aditivo de pegantes y producción de bio-polietileno (bio-PE).
- Cachaza; alimentación de ganado.

Buscando aprovechar los recursos naturales antes mencionados se plantea la creación de la empresa “Care Ambiental S.A.”, que se dedicará a la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base del biopolímero del almidón de yuca, las cuales contribuirán al cuidado del ambiente ya que su degradación en el medio es acelerada en comparación a las bolsas plásticas tradicionales. Además de contribuir al desarrollo económico de pequeños y

medianos grupos agrícolas al adquirir de manera directa sus productos (materia prima) incidiendo de forma positiva en la economía familiar. Para garantizar una eficiente gestión, así como el máximo beneficio económico se elaborará un plan de negocios que se ajuste al modelo de negocio descrito.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de bolsas biodegradables a partir del almidón de yuca, para prevenir y mitigar la contaminación ambiental.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio situacional para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presentará la nueva organización.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación del producto por parte del mercado objetivo.
- Establecer un plan de marketing y ventas para dar a conocer el producto dentro del mercado objetivo.
- Definir un estudio técnico donde se detalla los equipos, maquinaria e infraestructura necesaria para realizar el proceso productivo, así como el recurso humano necesario.
- Definir la constitución de la empresa, así como los requisitos necesarios para la puesta en marcha.
- Realizar un estudio financiero, para conocer la viabilidad del proyecto con el análisis de sus indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y La Tasa Interna de Retorno (TIR).

Justificación de la Idea de Negocio

La acumulación de polietileno en el ambiente ha aumentado drásticamente, en la última década. “Debido a la persistencia que tiene este tipo de plástico en el ambiente, el tiempo que puede llegar a tardarse en descomponerse es de 500 años” (Rodríguez, 2018, pág.

1). En el Ecuador el uso de bolsas plásticas en supermercados es una práctica habitual, influenciando de forma directa en el aumento de la tasa de contaminación de polietileno tanto en rellenos sanitarios, como en vertederos y/o fuentes de agua dulce.

Las alternativas al uso de polietilenos han identificado que el uso de bolsas de tela representa un valor de adquisición elevado y las bolsas de PVC un impacto y persistencia en el ambiente aún mayor debido a su composición y resistencia, que permiten su reutilización.

Es así que, al ser un suplemento necesario para transportar víveres y productos varios es indispensable buscar alternativas que sean amigables con el ambiente y satisfagan las necesidades de los consumidores. El uso del almidón de yuca como materia prima para la elaboración de bolsas biodegradables es una tecnología que se ha probado en varias ciudades del mundo y ha demostrado ser una opción factible para la mitigación del impacto ambiental generado. En el país existen empresas dedicadas a la producción de bolsas biodegradables de almidón de yuca que han sido establecidas en la última década, por lo que el nicho de mercado es relativamente nuevo y amplio debido a la cantidad de tiendas, supermercados y tiendas departamentales en el Distrito Metropolitano de Quito.

Es importante mencionar, que para la implementación del plan de negocios existe el apoyo de la entidad financiera pública “Corporación Financiera Nacional (CFN), la cual otorga una tasa de interés del 11,83% de forma anual, favoreciendo a la creación de nuevas empresas” (Corporación Financiera Nacional, 2019).

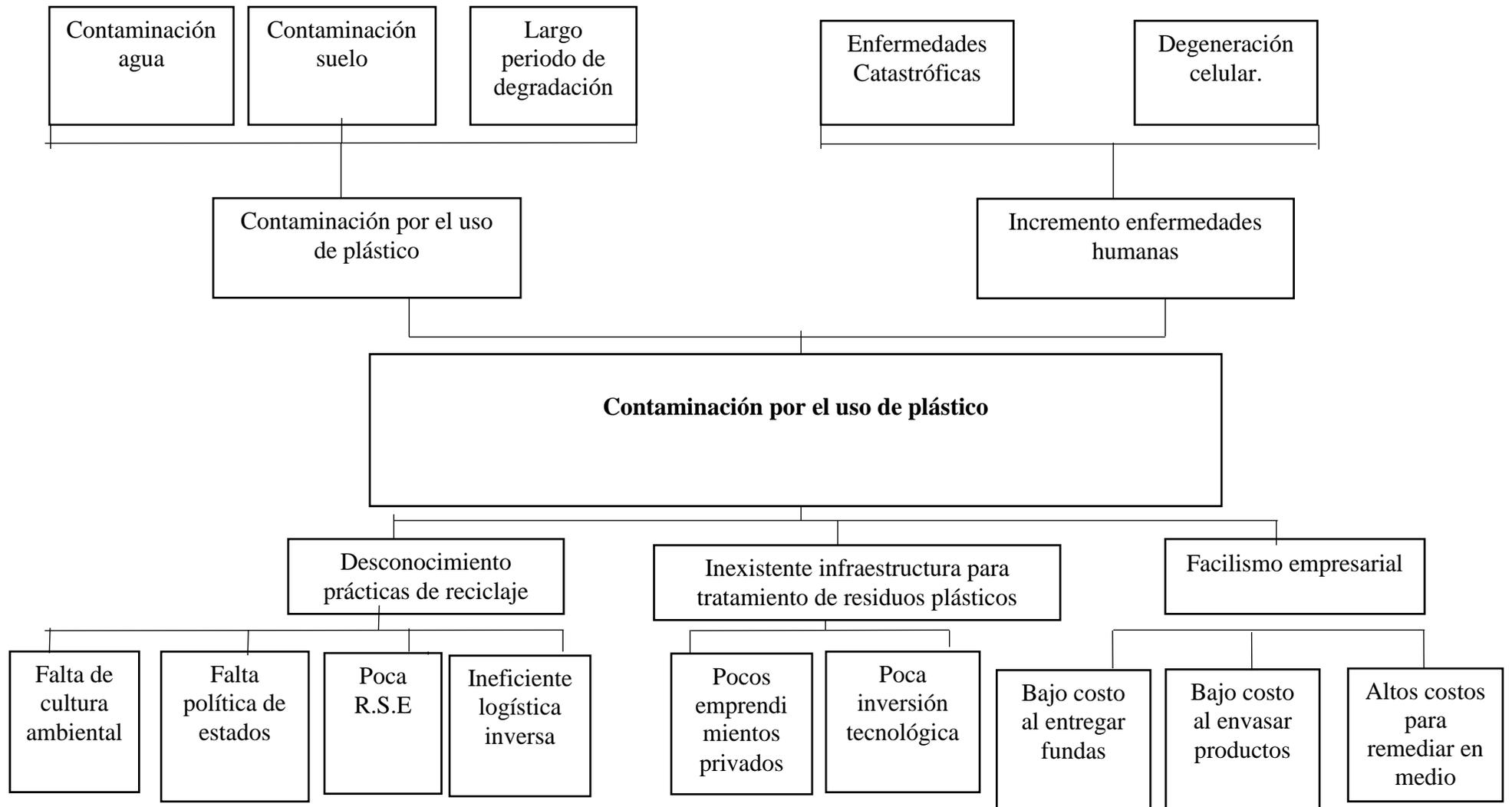


Figura 1. Árbol de problemas

Análisis del Medio (contexto)

Dentro del análisis del medio, con respecto a la creación de una empresa que se enfoca en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a partir del almidón de yuca, se analizará el diagnóstico a nivel Internacional, Nacional, Regional y Local.

Diagnóstico del Nivel Nacional

El diagnóstico a nivel nacional para la creación de un plan de negocios, permitirá conocer el sector de la industria, así como el factor económico que pueda afectar al desarrollo de la nueva organización dentro del mercado nacional. Se analiza el crecimiento de la industria de manufactura a la cual está involucrado el desarrollo del plan de negocios que de acuerdo al Producto Interno Bruto (PIB), en el año 2018 presentó un incremento positivo del 2,1% alcanzando un valor de USD 8.188,6 (millones) de acuerdo a los datos del (Banco Central del Ecuador , 2018). Este panorama de análisis permite conocer que es un sector que contribuye al crecimiento de la matriz productiva, con mayor generación de fuentes de empleo en el país. También es importante recalcar el factor económico como es la inflación, la cual a marzo del 2019 se presentó un -0,12% el cual se encuentra en signo negativo de acuerdo al (Banco Central del Ecuador , 2019), bajo este punto de vista sería una perspectiva alta para el desarrollo de la organización, sin embargo, al ser un factor externo difícil de controlar se convierte en una amenaza baja, es decir si se incrementa el indicador inflacionario provocaría el incremento de los precios de los bienes y servicios, por lo que el poder adquisitivo de la población se reducirá para su adquisición

Diagnóstico del Nivel Regional

Dentro del diagnóstico del nivel Regional, se habla del desarrollo provincial que ha presentado Pichincha en el aspecto productivo esto por la existencia de potenciales

recursos locales que busca el complemento entre los sectores de agricultura, industria y servicios (Revista Ekos , 2015). Bajo esta perspectiva la creación del plan de negocios para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, permitirá aún más mejorar estos indicadores para el desarrollo del nivel regional, dentro del sector de manufactura.

La Provincia de Pichincha tiene una participación alta dentro del Producto Interno Bruto (PIB), alcanzando un valor de USD. 23.646 millones y es de las mayores generadoras de servicios, a través de actividades principales como son profesionales, técnicas y administrativas, también es importante recalcar que las actividades industriales dentro de las más desatacadas están la fabricación de sustancias y productos químicos que ascienden a USD 510 millones, en la fabricación de productos textiles alcanza USD 492 millones y, en la producción de madera presenta USD 337 millones de acuerdo al (Banco Central del Ecuador , 2018). De esta manera se considera una provincia de alta productividad, generando un crecimiento económico y social para el desarrollo del país.

Diagnóstico del Nivel Local

El alcance que tendrá el proyecto para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, está direccionado al mercado objetivo de la parroquia de Cumbayá dentro del Distrito Metropolitano de Quito, producto que está direccionado hacia las tiendas y supermercados del sector por tratarse de una bolsa biodegradable que servirá para despachar los productos, en la siguiente tabla se aprecia la totalidad del mercado objetivo.

Tabla 1

Tiendas de la parroquia de Cumbayá

Detalle	Número de Tiendas por Categoría parroquia de Cumbayá
Categoría A	15
Categoría B	50
Categoría C	60
Total	125

Tomado de: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016)
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>.

El Concepto del Negocio

Para la organización del Plan de Negocios para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, se desarrolla el Modelo Canvas. A continuación, se presenta el siguiente:



Figura 2. Modelo Canvas

Detalle del Modelo CANVAS

Socios clave

Para la puesta en marcha del plan de negocios, es importante contar con dos socios los cuales permitirán cubrir una parte de la inversión. Dentro del socio clave también se toma en cuenta a los proveedores de materia prima quienes permitirán negociar tiempos de entrega y forma de pago, se obtendrá productos como el almidón de yuca y policaprolactona, que son los materiales directos para el proceso productivo de las bolsas biodegradables.

Actividad clave

La actividad clave que realizará la nueva empresa es la producción y comercialización bolsas biodegradables, para la cual es necesario contar con materia prima, que es obtenida de la yuca como es el proceso del almidón misma que se obtiene a través del proceso de lavado, molienda, extracción, decantamiento, secado y molienda, convirtiéndose, en un material amigable con el ambiente.

Recurso clave

Dentro del recurso clave para el desarrollo de la actividad y proceso de producción es necesario contar con un recurso humano calificado a las exigencias del mercado, de la misma manera se contará con maquinaria avanzada como es la maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD y, máquina empaquetadora y selladora de fundas.

Propuesta de valor

La propuesta de valor que la nueva organización tendrá dentro del lanzamiento del producto en primera instancia es ofrecer un producto biodegradable como es una bolsa, la cual esta direccionado a los supermercados o tiendas para que realicen el expendio de sus productos, estas fundas permitirán ser reutilizados para reciclarse por tal razón serán de diferentes colores como se describe a continuación.

Diferenciación del producto

- (a) Color verde (vidrio y botellas)
- (b) Color azul (cartón y papeles)
- (c) Color rojo (basura peligrosa)
- (d) Color amarillo (latas residuos plásticos)
- (e) Color naranja (orgánico)
- (f) Bolsas de tamaños de 25*30 cm, y 35*40cm.

Observación: La bolsa además de colores que identifica el tipo de producto a reciclar, presentará la información necesaria para su reutilización, también tendrá un slogan que genere conciencia en el cuidado del medio ambiente.

El producto al estar direccionado a un mercado objetivo como tiendas y supermercados para el expendio de sus productos, tendrá un espacio exclusivo para poner la marca de la organización.

Estructura de costos

Los costos que influyen en la producción y comercialización de bolsas biodegradables, están enmarcados en la adquisición de materia prima, los mismos que son tomados en cuenta para definir el precio de venta, contando con un margen de utilidad, que permita el desarrollo de la organización.

Relación con el cliente

Al estar direccionado el producto a un mercado objetivo como son los supermercados y tiendas, se tendrá una relación directa para ofertar el producto y demostrar las características diferenciadoras que tiene la competencia, para de esta manera captar la atención, y crecer en el número de cartera de clientes.

Fuentes de ingreso

Las fuentes de ingresos se obtendrán a través de la comercialización de las fundas biodegradables, las mismas que están direccionadas a los supermercados y tiendas para el expendio de sus productos en sus tamaños de 25*30 cm, y 35*40cm.

Canales de distribución

El canal de distribución que manejará la nueva empresa es directo, es decir empresa – cliente como se aprecia en la gráfica.



Figura 3 Canal de distribución

Observación: El producto está direccionado a brindar una opción a los supermercados y tiendas, para que expendan el producto que comercializan a través de una bolsa cien por ciento biodegradable.

Diseño el Producto o Servicio a Ofertar

El presente trabajo de investigación se pondrá en marcha un plan de negocios para la creación de una empresa enfocada a la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.

Investigación+ Desarrollo + Innovación

Para definir el producto también es importante analizar I+D+i, que se refiere a la investigación, desarrollo e innovación en la que se enmarcará la nueva organización

Investigación

Dentro de la investigación se analiza la situación del mercado, a través de la cual se plantea si el producto beneficiaría, al problema como es el cuidado del medio ambiente, de esta manera la nueva empresa para su proceso productivo utilizaría

maquinaria avanzada como es maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD y una maquina empaquetadora y selladora de fundas.

Desarrollo

Para que la organización pueda posicionarse dentro de un mercado ampliamente competitivo, tendrá que implementar estrategias de publicidad, promoción acorde a las necesidades de los clientes como son los supermercados y tiendas se realizará nuevos diseños de bolsas las cuales estarán acorde a las características o necesidades de los clientes potenciales.

Innovación

Es importante que las empresas siempre programen a futuro, por lo que la innovación es un factor que permitirá el crecimiento dentro del mercado, es decir que la nueva organización, siempre tendrá que buscar mayores alternativas en los productos, experimentar nuevos mercados, para de esta manera cubrir las expectativas de los clientes potenciales.

Diseño del producto

Este producto tiene como objetivo primordial el contribuir en la disminución de los índices de contaminación en el medio ambiente, por lo cual tendrá dos presentaciones, estos son:

- Bolsas biodegradables de 25 * 30 cm
- Bolsas Biodegradables de 35 * 40 cm



Figura 4. Diseño del producto Bolsas biodegradables de 25 * 30 cm



Figura 5. Diseño del producto Bolsas Biodegradables de 35 * 40 cm



Figura 6. Diseño acorde a la necesidad del cliente

Observación: Dentro de la bolsa existirá un espacio para poner la marca del producto que expende el cliente, así como un slogan referente al cuidado del medio ambiente.

Logotipo del Producto

El logotipo del producto permitirá identificar la cualidad principal que es la de contribuir con el cuidado del medio ambiente.



Figura 7. Logotipo del producto

Capítulo 2: Análisis e Investigación de Mercado

Dentro del capítulo dos de análisis e investigación de mercado, en primera instancia se determina los factores del macroentorno, posterior a ello los factores microentorno que se refiere a las 5 fuerzas competitivas de Porter, mediante la cual se define el diagnóstico situacional a través de la matriz FODA, que hace relación a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afrontará la nueva organización dentro del mercado objetivo.

Análisis del Macro Entorno – PESTEC

Dentro del análisis del macro entorno se determina los factores (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Cultural).

Factor político.

En el año 2019, Ecuador sufre cambios que crean incertidumbre, a la población la cual está enfocada en el alza del precio del combustible, dicha alza de la gasolina fue decretada a finales del año 2018, determinando que el 75% de los ecuatorianos se encuentran descontentos por esa medida (El Diario , 2019, pág. 1). Esta política implementada por parte del Estado causa polémica, por la especulación en los precios de los bienes y servicios que tienden a incrementarse sin ningún control, este tipo de problemática ocasiona problemas en el desarrollo de la sociedad, provocando un mayor índice negativo de desempleo.

Un factor político que está encaminado a contribuir con el desarrollo del país, es el apoyo que existe por parte las entidades públicas que ofrecen crédito a proyectos innovadores como es la Corporación Financiera Nacional (CFN), que oferta una tasa de interés del 8,95% (tasa para las PYMES) de manera anual, cuya misión consiste en impulsar el desarrollo de los sectores productivos y estratégicos, para el crecimiento de la matriz productiva (Corporación Financiera Nacional , 2019), bajo esta perspectiva se define como una oportunidad media para la puesta en marcha del plan de negocios

enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.

Factor económico

Dentro del factor económico se analiza la inflación que en el año 2019 en el mes de marzo fue negativa con un porcentaje de -0,12% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019). Bajo esta perspectiva este factor es considerado como una amenaza baja, si bien es cierto se encuentra la inflación en signo negativo que es favorable, sin embargo, al ser un factor macro que no se puede controlar puede incrementarse afectando al poder adquisitivo de los consumidores por el alza de precios.

En el factor económico también se analiza el Producto Interno Bruto (PIB), que de acuerdo al Banco Central del Ecuador da conocer que el 2019 se alcanzará un porcentaje del 2,2% que si comparamos con el 2018 fue del 2,5 es decir que se produjo una disminución del 0,3%, afectando de esta manera al crecimiento de la matriz productiva, la misma que influye en el desarrollo del país de manera económica y social (Banco Central del Ecuador , 2019). De esta manera se define que es una amenaza baja para el desarrollo del país, sin embargo, al realizar un plan de negocios para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, se podrá contribuir con el crecimiento de la matriz productiva con la creación de fuentes de trabajo.

Recesión económica

Dentro de la economía de Ecuador por la baja del precio del petróleo que fue generado en el año 2015 la economía ecuatoriana se ha visto afectada tanto en el aspecto productivo y el empleo, es decir que las finanzas públicas son negativas lo que provocó que el déficit fiscal se incremente afectando de manera directa la balanza comercial, por lo que en el año 2019 persistirá la situación económica recesiva. a pesar de la búsqueda de nuevos horizontes como son los acuerdos multipares y el incremento

del crudo de petróleo, que podrá mejorar la economía del país y beneficiará el desarrollo de los pequeños empresarios, bajo estos factores se considera como una amenaza baja, por la situación económica y social que afecta a los sectores más necesitados (Vicuña, 2018).

Factor social

Dentro del factor social, se habla de la forma de actuar de una población, también se analiza la desigualdad existente, se puede decir que en los últimos años se han implementado medidas paulatinas las cuales están encaminadas con una participación igualitaria de género que se respalda en la Constitución de la República del Ecuador (Jaén, 2014). De igual forma dentro del factor social se analiza el empleo y subempleo existente en el país.

Empleo y subempleo

De esta manera se determina que la tasa de empleo adecuado o pleno en el año 2019 cayó 3,2 puntos porcentuales frente a marzo del 2018, por lo que se establece que 261.767 personas perdieron su empleo pleno. También podemos decir que la tasa de desempleo aumentó en 0,2%, es decir que en marzo del 2018 se presentó un 4,4%, mientras que para el 2019 subió al 4,6% (Instituto de Estadística y Censos , 2019), bajo este tipo de análisis se puede determinar que este factor es una amenaza media para el desarrollo del País, sin embargo al diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización se podrá contribuir con la generación de fuentes de empleo.

Observación.- La nueva empresa contribuirá con la generación de empleos, es decir que es necesario contratar personal idóneo para el área de producción y administrativa, recurso humano que permitirá brindar un producto de calidad, beneficiando a los clientes potenciales (supermercados y tiendas).

Tecnológico

Dentro del factor tecnológico, se analiza el uso de la tecnología, o el acceso a la información Comunicación (TIC), en la cual se promueve el desarrollo de la sociedad con servicios tecnológicos de primera, por medio del acceso al internet, es decir brinda dotación de equipamiento y capacitación a niños, jóvenes y adultos del país, determinando así que 60 de cada 100 ecuatorianos tenían acceso a internet (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. , 2019). También es importante recalcar que en la actualidad de la misma manera se maneja tecnología de punta para los procesos productivos, lo que ha facilitado a las empresas mejorar la calidad del producto y lo más importante incrementar el índice de producción mejorando su nivel económico, bajo este análisis este factor se considera como una oportunidad media para el desarrollo del nuevo plan de negocios.

Ecológico y cultural

Dentro del aspecto ecológico y cultural, se habla de las estadísticas del Ecuador, en relación a la contaminación, en la que se está deteniendo y remediando daños al medioambiente, ocasionado por la irresponsabilidad de los ciudadanos lo que ha provocado que exista una alta contaminación y, lo que se busca es conciencia de cuidado al medioambiente por parte de la población y, empresas productoras que no llevan un control de contaminación de los residuos sólidos (Pino, 2017, pág. 1). En este aspecto es primordial que las organizaciones presenten proyectos que contribuyan al cuidado del medio ambiente, bajo esta perspectiva surge la iniciativa de realizar un plan de negocios, para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, en base a este tipo de producto se contribuirá con el cuidado del medio ambiente por lo que este factor se convierte en una oportunidad media.

Análisis del Micro Entorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter

Se define a las fuerzas de Porter, como un modelo que permite analizar el nivel de competitividad que puede presentar la nueva organización dentro de un mercado ampliamente competitivo, de esta manera se analiza los siguientes factores.

Proveedores

Dentro del microambiente se analiza los proveedores, los cuales permitirán contar con la materia prima de calidad como es el almidón de yuca y en base a ello poder realizar una producción de bolsa biodegradable, de esta manera al contar con varios proveedores se convierte en una oportunidad media, en la que se puede negociar tiempos de entrega y plazos de pago favoreciendo de esta manera al desarrollo de la nueva empresa, En la siguiente tabla se aprecia los principales proveedores con los que se trabajará.

Tabla 2

Empresas proveedoras

Empresas proveedoras	RUC	Productos	Dirección
Provermontina	1704839230001	✓ Proveedor de yuca	De Las Buganbillas N7-133 El Carrizal
		✓ Almidón de yuca.	La Tola Quito - Pichincha
Corporación Superior S.A	1707439566001	✓ Proveedor de yuca	Av. de la Prensa N56-87 y Pasaje
		✓ Almidón de yuca	Manuel Herrera Quito - Pichincha
Pequeños productores			Pequeños productores de la parroquia rural de Nono.

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías, 2019) <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>.

Clientes

Los clientes se convierten en una parte esencial para el desarrollo de la empresa, de esta manera al crear una organización que produzca y comercialice bolsas biodegradables, se brinda una alternativa al mercado objetivo como es el supermercado, micro mercados y tiendas del sector de Cumbayá que podrían adquirir el producto

mismo que les permitirá expender sus productos y de esta manera contribuir al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, este factor se considera como una amenaza baja, por la existencia de empresas proveedoras que brindan un producto similar.

Tabla 3

Clientes (que podrían adquirir las bolsas biodegradables)

N°	Clientes
1	Electro Bike Cumbayá
2	Kare Cumbayá
3	Tienda orgánica
4	Haga y Venda Bisutería
5	Almacenes Montero
6	Soporte técnico APPLE
7	Equipos Cotopaxi
8	Tatoo Aventura

Productos sustitutos

Los productos sustitutos al crear un plan de negocios que se dedicará a la producción y comercialización de bolsas biodegradables, es amplio por lo que este factor se considera como una amenaza alta, por la existencia de varias alternativas que reemplacen a una bolsa, sin embargo al ser un producto biodegradable que contribuye al cuidado del medio ambiente podría presentar una acogida amplia y, de esta manera lograr el posicionamiento de la empresa dentro de un mercado altamente competitivo, en la siguiente tabla se detallan los productos sustitutos que reemplazan a una bolsa.

Tabla 4

Productos sustitutos

PRODUCTOS SUSTITUTOS
Costal
Cartón
Canasta
Bolsas normales plásticas
Fundas de tela

Nuevos entrantes y rivalidad competitiva

Al hablar de nuevos entrantes y, la rivalidad competitiva en relación al plan de negocios que se implementará, se considera como una oportunidad baja, se califica de esta manera, pues al existir empresas nuevas que presenten un producto innovador hace que las organizaciones ya posicionadas mejoren sus productos y servicios, con el objetivo de mantenerse y satisfacer las exigencias de los clientes potenciales y contribuir al desarrollo del sector productivo.

Competencia directa e indirecta.

La competencia en la actualidad, dentro del ámbito que se desarrollará la nueva organización se considera como una amenaza baja, por la existencia de varias empresas que se dedican a este tipo de producción y comercialización, sin embargo, al ofertar un producto diferente que contribuye al medio ambiente, se podrá lograr un posicionamiento dentro de la alta competencia existente, en la siguiente tabla se detalla los principales competidores del sector.

Tabla 5

Empresas competidoras

Empresas competidoras	Actividad
Flexiplast	Suministros industriales (bolsas).
Plasticimport	Fabricante de fundas y rollos plásticos
Ecuaplast	Fabricante de plásticos, fundas
Displast	Todo en plástico, fundas.
Multipack	Variedad de fundas

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías , 2019) <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>.

Cadena de Valor

La cadena de valor permite describir las actividades de una organización empresarial, como se detalla en la siguiente matriz, las actividades primarias y secundarias, así como los recursos de personas, procesos y tecnología y capacidades.

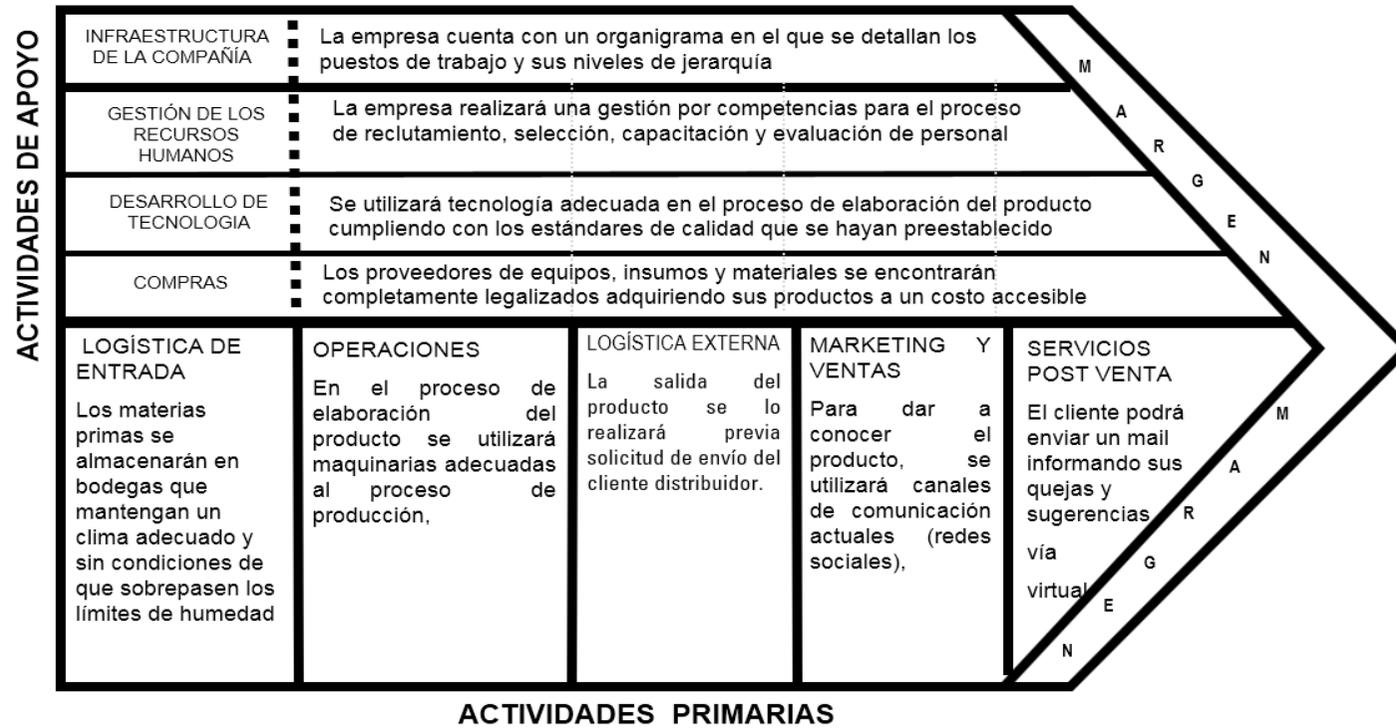


Figura 8 Cadena de Valor

Diagnóstico de la Situación

El diagnóstico situacional, es la identificación y descripción de la situación actual del mercado y de la organización.

Análisis DAFO

El análisis DAFO, permite validar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afrontará la nueva empresa dentro del mercado objetivo al que esta direccionado.

Tabla 6

Análisis DAFO

	Positivas	Negativas
Internas	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador que contribuye al cuidado del medio ambiente (observar modelo CANVAS). • Determinar el precio acorde a la competencia, más un margen de utilidad. • Contribuir con el cuidado ecológico y cultural. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser una empresa nueva en el mercado. • Falta de políticas para reclutar el personal. • No maneja una filosofía empresarial clara, acorde a la naturaleza de la empresa.
Externas	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo de la Corporación Financiera Nacional (CFN), créditos a una tasa de interés baja. • Tecnología avanzada para el proceso productivo (bolsas biodegradables). • Excelente manejo publicitario y promocional del producto (bolsas biodegradables). • Existencia de varias empresas proveedoras que permitirá mejorar el nivel de negociación. • Empresas nuevas entrantes (permite mejor los productos y servicios de empresas ya posicionadas) 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recesión actual que disminuye la capacidad adquisitiva de la población. • Disminución de la tasa del Producto Interno Bruto (afecta balanza comercial del país). • Incremento del índice de desempleo. • Clientes potenciales tienen sus propias empresas proveedoras de bolsas. • Variedad de productos sustitutos. • Existe un número alto de empresas competidoras.

Matriz DAFO Cruzada / Estratégico

Mediante la matriz DAFO, o cruzada permitirá definir estrategias para de esta manera contrarrestar las amenazas y mejorar las debilidades de la nueva organización.

Tabla 7

Matriz cruzada

FODA		
	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	<ul style="list-style-type: none"> •Producto innovador que contribuye al cuidado del medio ambiente (observar modelo CANVAS). •Determinar el precio acorde a la competencia, más un margen de utilidad. •Contribuir con el cuidado ecológico y cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> •Ser una empresa nueva en el mercado. •Falta de políticas para reclutar el personal. •No maneja una filosofía empresarial clara, acorde a la naturaleza de la empresa
Oportunidades (O)	Estrategia FO (Uso de fortalezas para aprovechar oportunidades)	Estrategia DO (Enfrentamiento de debilidades para aprovechar oportunidades)
<ul style="list-style-type: none"> •Apoyo de la Corporación Financiera Nacional (CFN), créditos a una tasa de interés baja. • Tecnología avanzada para el proceso productivo (bolsas biodegradables). •Excelente manejo publicitario y promocional del producto (bolsas biodegradables). •Existencia de varias empresas proveedoras que permitirá mejorar el nivel de negociación. •Empresas nuevas entrantes (permite mejor los productos y servicios de empresas ya posicionadas) 	<ul style="list-style-type: none"> • O3, F1, F2, F3 Implementar la herramienta del marketing digital. • F1; O4, O5 Negociación directa con los proveedores (tiempos de entrega y, formas de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> • D1; D2; O5 Implementar políticas de reclutamiento de personal. • D3; O4; O5 Definir la filosofía empresarial de la organización.
Amenazas (A)	Estrategia FA (Uso de fortalezas para prevenir amenazas)	Estrategia DA (Enfrentamiento de debilidades para prevenir amenazas)
<ul style="list-style-type: none"> •Recesión actual que disminuye la capacidad adquisitiva de la población. •Disminución de la tasa del Producto Interno Bruto (afecta balanza comercial del país). •Incremento del índice de desempleo. •Clientes potenciales tienen sus propias empresas proveedoras de bolsas. •Variedad de productos sustitutos. •Existe un número alto de empresas competidoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • F1; A4, A5, A6 Implementar material publicitario POP. • F2; A1; A6 Definir el precio acorde a los costos de producción más un margen de utilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • D2; A4; A5Capacitar al personal con temas de atención al cliente. • D3; O4 Realizar flujogramas de producción para un manejo eficiente del área.

Impacto en los Objetivos Estratégicos

En la siguiente tabla se detalla el impacto de los objetivos estratégicos que implementará la nueva organización, para poder posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo.

Tabla 8

Impacto de los objetivos

Estrategias	Objetivos	Indicadores	Meta
Implementar la herramienta del marketing digital.	Incrementar cartera de clientes	Crecimiento en ventas	10%
Negociación directa con los proveedores (tiempos de entrega y, formas de pago.	Reducir costos de adquisición de materia prima	Reducir costos de adquisición	20%
Implementar políticas de reclutamiento de personal.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%
Definir la filosofía empresarial de la organización.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%
Implementar material publicitario POP.	Incrementar cartera de clientes	Crecimiento en ventas	10%
Definir el precio acorde a los costos de producción más un margen de utilidad.	Reducir costos de adquisición de materia prima	Reducir costos de adquisición	20%
Capacitar al personal con temas de atención al cliente.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%
Realizar flujogramas y producción para un manejo eficiente del área.	Mejorar el nivel de producción en un 15%	Mejorar el nivel de producción	15%

Los consumidores: Criterios de Segmentación del consumidor, perfil y características

Dentro de la segmentación del consumidor se determina la dimensión conductual, geográfica y demográfica, como se refleja en las siguientes tablas.

Tabla 9

Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad:	Social
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	No
Actitud frente al producto:	Positiva (bolsa biodegradable)

Tabla 10

Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Quito
Parroquia	Cumbayá
Tamaño	31.463 población

Tabla 11

Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	Mayor 18 años	31.463 población Cumbayá
Sexo	Mujer/hombre	31.463 población Cumbayá
Socioeconómico	Nivel general	31.463 población Cumbayá
Mercado objetivo	Supermercados, micro mercados, tiendas	125 tiendas

Análisis Cualitativo Respecto de la Aceptación del Producto o Servicio

En la siguiente figura se aprecia el mapa de empatía en relación a la aceptación del producto y servicio, se realizó con la herramienta de la entrevista en grupo.



Figura 9 Mapa de Empatía

Observación.- El mapa de empatía permite que el cliente conozca las cualidades y beneficios que tiene el producto el mismo que corresponde a una bolsa biodegradable,

la cual podrá ser reutiliza para reciclar y de esta manera contribuir con la mejorar del estilo de vida de la población.

¿Qué ve? - Dentro de la entrevista en grupo se pudo definir que la mayoría está de acuerdo que ve, la calidad del servicio o producto al momento de adquirirlos, con el fin de cubrir una necesidad.

¿Qué oye? - Las personas dan a conocer que oye, los beneficios del producto y, en base a su conveniencia lo adquiere, con el objetivo de cubrir una necesidad.

¿Qué piensa y siente? - Al adquirir el producto de bolsas biodegradables las personas piensa y siente una satisfacción de contribuir con el medio ambiente al adquirir dicho producto.

¿Qué hace o dice? - Las personas entrevistadas dan a conocer que hace o dice las ventajas de recomendar un producto.

¿Qué frustraciones siente? - Al dar a conocer el producto 100% natural como las bolsas biodegradables, las personas dan a conocer que podrían tener frustraciones al no poder contribuir con el cuidado del medio ambiente.

¿Qué recompensa gana? - Al adquirir una bolsa biodegradable tiene la recompensa de satisfacer una necesidad, amas de ello contribuir con el cuidado del medio ambiente.

Análisis Cuantitativo

Dentro del análisis cuantitativo, se emplea la herramienta de encuestas la cual está direccionado al mercado objetivo (Número de Tiendas por Categoría parroquia de Cumbayá).

Población

La población se considera al número de tiendas por categoría de la parroquia de Cumbayá que corresponde al número de 125.

Muestra

Al contar con una población mínima no es importante aplicar la fórmula del tamaño de la muestra, es decir que se realizará la encuesta a la totalidad de la población que corresponde a 125 tiendas por categoría de la parroquia de Cumbayá.

Diseño de la encuesta

De esta manera se plantea una encuesta la cual tiene como objetivo, conocer la aceptación del producto por parte del mercado objetivo, (ver apéndice N° 1).

Proyección Estimada de la Demanda

Para estimar la demanda se toma en cuenta el mercado objetivo que corresponde a 125 el número de tiendas por Categoría de la Parroquia de Cumbayá, así como la pregunta de la encuesta que hace referencia a que si ¿Le gustaría que exista una empresa que comercialice bolsas biodegradables para que usted pueda expender sus productos, la cual presentará un costo igual a las que ya está comprando?

$$\text{Demanda}=125*89\%$$

Demanda =111 empresas que les gustaría que exista una empresa que comercialice fundas biodegradables.

Demanda Insatisfecha Potencial

Una vez determinada la demanda se calcula la demanda potencial, para la cual se toma en cuenta la pregunta de la encuesta que hace referencia ¿Cada qué tiempo usted compraría las fundas biodegradables? de esta manera se obtiene la demanda del producto como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 12

Demanda insatisfecha potencial

Población	Frecuencia	Población obtenida	Cantidad de consumo	Demanda	Paquetes que adquieren	Demanda en número de servicios
111	85,00%	94,35	52	4.906	12	58.874
111	8,00%	8,88	24	213	12	2.557
111	4,00%	4,44	12	53	24	1.279
111	2,00%	2,22	6	13	24	320
111	1,00%	1,11	4	4	24	107
Total	100,00%	111,00		5.190		63.137

Proyección de la Demanda

Obtenida la demanda del producto, se realiza la proyección para cinco años utilizando la tasa de crecimiento de tiendas de abarrotes de Cumbayá que corresponde al 6% de acuerdo al **(Instituto Nacional de Estadística y Censos , 2019)** obteniendo así los siguientes datos.

Tabla 13

Proyección de la demanda

Año	Demanda
1	63.137
2	66.925
3	75.197
4	89.561
5	113.068

Oferta

“Si bien es cierto en el país de Ecuador existen empresas que elaboran bolsas biodegradables, como son SUNCHODESA, PLASTISOL y PLASTIGOMEZ, que son organizaciones que abastecen a Esmeraldas, Manabí y el Norte de la provincia de Pichincha” **(El Universo , 2010)**. Bajo esta perspectiva y el análisis dentro del mercado

objetivo se determina que no se presentan empresas que realicen esta actividad de producción de bolsas biodegradables dentro de la parroquia de Cumbayá, sin embargo se cuantifica como oferta a las empresas competidoras que ofrecen bolsas comunes, dentro de la parroquia, de esta manera se cuantifica el número de paquetes que comercializan de manera anual

Tabla 14

Oferta paquetes de fundas

Empresas competidoras	Oferta paquetes de bolsas
Flexiplast	3.500
Plasticimport	4.000
Ecuaplast	4.500
Displast	4.000
Multipack	3.500
Total paquetes de bolsas	19.500

Adaptado de: (Superintendencia de Compañías , 2019) <https://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>.

Definida el número de paquetes de fundas que comercializa la competencia la cual corresponde a 19.500 paquetes se realiza la proyección de la oferta tomando en cuenta la tasa de crecimiento del sector de manufactura la cual corresponde al 3,3% de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

Tabla 15

Proyección de la oferta

Año	Población
1	19.500
2	20.144
3	21.495
4	23.694
5	26.980

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha esta relaciona con la proyección de la demanda menos la proyección de la oferta, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 16

Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
1	63.137	19.500	43.637
2	66.925	20.144	46.781
3	75.197	21.495	53.702
4	89.561	23.694	65.867
5	113.068	26.980	86.088

Observación: De esta manera se obtiene una demanda insatisfecha en número de paquetes de 43.637, demostrando que si cubrirá acorde a la capacidad instalada y utilizada

Cálculo Estimado de Ventas con la Proyección Estimada**Conservador**

El estimado de ventas conservador esta realizado en base a la capacidad instalada y utilizada del proceso de producción como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 17

Ventas conservador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsas biodegradables 25*30	27456	29103,36	30849,5616	32700,5353	34662,56741
Precio unitario	3,10	3,15	3,20	3,26	3,31
Total bosas biodegradables 25*30	85113,6	91707,24846	98811,69894	106466,5227	114714,3564
Bolsas biodegradables 35*40	14784	15671,04	16611,3024	17607,98054	18664,45938
Precio unitario	3,30	3,35	3,41	3,47	3,52
Total bosas biodegradables 35*40	48.787,20	52.566,69	56.638,96	61.026,72	65.754,38
Ingresos Totales	133.900,80	144.273,93	155.450,66	167.493,24	180.468,74

Optimista

Dentro del optimista se determina en base al crecimiento de las ventas en un 10% como se refleja en la siguiente tabla obteniendo así mejores ingresos económicos.

Tabla 18

Ventas optimistas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsas biodegradables 25*30	28828,8	30558,528	32392,03968	34335,56206	36395,69578
Precio unitario	3,10	3,15	3,20	3,26	3,31
Total bosas biodegradables 25*30	89369,28	96292,61088	103752,2839	111789,8488	120450,0743
Bolsas biodegradables 35*40	15523,2	16454,592	17441,86752	18488,37957	19597,68235
Precio unitario	3,30	3,35	3,41	3,47	3,52
Total bosas biodegradables 35*40	51.226,56	55.195,02	59.470,91	64.078,05	69.042,10
Ingresos totales	140.595,84	151.487,63	163.223,20	175.867,90	189.492,18

Observación.- Al ser un escenario optimista, se determina en relación al incremento de ventas, sin embargo al sobre pasar la capacidad del proyecto, se tendría que contratar nuevo personal para cubrir la demanda del mercado.

Pesimista

Dentro del pesimista se determina en base a la disminución de las ventas en un 10% como se refleja en la siguiente tabla obteniendo así menores ingresos.

Tabla 19

Ventas pesimistas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsas biodegradables 25*30	26083,2	27648,192	29307,08352	31065,50853	32929,43904
Precio unitario	3,10	3,15	3,20	3,26	3,31
Total bosas biodegradables 25*30	80857,92	87121,88603	93871,114	101143,1966	108978,6386
Bolsas biodegradables 35*40	14044,8	14887,488	15780,73728	16727,58152	17731,23641
Precio unitario	3,30	3,35	3,41	3,47	3,52
Total bosas biodegradables 35*40	46.347,84	49.938,35	53.807,02	57.975,38	62.466,66
Ingresos Totales	127.205,76	137.060,24	147.678,13	159.118,58	171.445,30

Observación.- Es importante definir un escenario pesimista del proyecto para en base a ello conocer si se presenta la rentabilidad, y en base a ello tomar decisiones para lograr la producción óptima.

Flujo de Ingresos Projectados

Los ingresos se encuentran proyectado de acuerdo a la capacidad utilizada, el precio está proyectado con la tasa de inflación promedio que corresponde a 2,13%, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 20

Ingresos proyectados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsas biodegradables 25*30	27456	29103,36	30849,5616	32700,5353	34662,56741
Precio unitario	3,10	3,15	3,20	3,26	3,31
Total bosas biodegradables 25*30	85113,6	91707,24846	98811,69894	106466,5227	114714,3564
Bolsas biodegradables 35*40	14784	15671,04	16611,3024	17607,98054	18664,45938
Precio unitario	3,30	3,35	3,41	3,47	3,52
Total bosas biodegradables 35*40	48.787,20	52.566,69	56.638,96	61.026,72	65.754,38
Ingresos Totales	133.900,80	144.273,93	155.450,66	167.493,24	180.468,74

Análisis de Riesgos (considere el mapa de calor de riesgos)

El análisis de riesgos de las estrategias, se pueden medir en tres parámetros como es óptimo, tolerable o deficiente, en base a ello se puede buscar soluciones para el cumplimiento eficiente de cada una de las estrategias. En beneficio del desarrollo de la organización.

Tabla 21

Análisis de riesgos

Estrategias	Objetivos	Indicadores	Meta	Óptimo	Tolerable	Deficiente
Implementar la herramienta del marketing digital.	Incrementar cartera de clientes	Crecimiento en ventas	10%	> ó = 10%	Entre > 10% a = 0%	< 0%
Negociación directa con los proveedores (tiempos de entrega y, formas de pago.	Reducir costos de adquisición de materia prima	Reducir costos de adquisición	20%	> ó = 20%	Entre > 10% a = 20%	< 0%
Implementar políticas de reclutamiento de personal.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%	> ó = 10%	Entre > 5% a = 10%	< 10%
Definir la filosofía empresarial de la organización.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%	> ó = 10%	Entre > 5% a = 10%	< 10%
Implementar material publicitario POP.	Incrementar cartera de clientes	Crecimiento en ventas	10%	0%	Entre > 5% a = 10%	0%
Definir el precio acorde a los costos de producción más un margen de utilidad.	Reducir costos de adquisición de materia prima	Reducir costos de adquisición	20%	> ó = 20%	Entre > 10% a = 20%	< 0%
Capacitar al personal con temas de atención al cliente.	Mejorar el nivel de servicio en un 10%	Mejorar el nivel de servicio	10%	> ó = 10%	Entre > 5% a = 10%	< 10%
Realizar flujogramas y producción para un manejo eficiente del área.	Mejorar el nivel de producción en un 15%	Mejorar el nivel de producción	15%	> ó = 15%	Entre > 5% a = 10%	< 10%

Resumen

Se realiza un diagnóstico, mediante un análisis PESTEC, en el cual se analiza los factores políticos, económicos, sociales tecnológicos, ecológico y cultural, también se efectúa un análisis del microambiente mediante las fuerzas de Porter en la que se define la matriz DAFO, identificando debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que afrontará la nueva empresa, de igual manera se plantea estrategias para contrarrestar las amenazas y debilidades, misma que facilitará para que la nueva organización pueda mantenerse dentro de un mercado altamente competitivo. Se efectúa también una matriz de impacto en la que se identifica estrategias, objetivos, indicadores y metas a cumplir. Dentro de este capítulo también se analiza la proyección de la demanda y la oferta a través de la cual se estima la demanda insatisfecha, que se pretende cubrir con el nuevo producto, se determina también la proyección de ventas en sus escenarios conservador, optimista y pesimista.

Capítulo 3: Plan de Marketing y Ventas

El plan de marketing se define como una herramienta que es utilizada por las empresas y tienen el objetivo de promocionar un producto o un servicio que se pone a disposición del mercado objetivo, de esta manera para el plan de negocios que se enfocará en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, se plantea un plan de marketing y ventas a través de la aplicación de las cuatro P de marketing, estrategias que permitirán que el producto tenga la acogida respectiva dentro de un mercado altamente competitivo.

Establecimiento de Objetivos

En primera instancia se determinan los objetivos para el plan de marketing y ventas, como se refleja en la siguiente estructura.

Objetivos de Marketing

(a) Macro

Tabla 22

Objetivos de marketing

Aspectos	Objetivo macro	Medida
Negocio	1. Ventas	Crecimiento en un 15%
	2. Rentabilidad	Crecimiento en un 10%
Clientes	1. Calidad	Calidad al 100%
	2. Satisfacción	Satisfacción en un 70%
Marca	1.Recomendación	Recomendación en un 100%
	2.Valoración	Valoración en un 70%

Observación.- En la tabla anterior se puede apreciar los objetivos macro de marketing y ventas, las cuales permitirán dar a conocer el servicio y producto dentro de un mercado competitivo.

(b) Específicos

Tabla 23

Objetivos específicos

Objetivos macro	Objetivos específicos	Medida
1. Ventas	Incrementar la cartera de clientes en un 15% en el primer trimestre.	Crecimiento en un 15%.
2. Rentabilidad	Incrementar la rentabilidad en un 10%.	Crecimiento en un 10%.
3. Calidad	Mejorar la producción en un 80%.	100% de calidad.
4. Satisfacción	Cubrir las exigencias de los clientes potenciales en un 80%.	Satisfacción en un 80%.
5. Recomendación	Posicionarse dentro del mercado objetivo, (reconocimiento del mercado).	Reconocimiento de la empresa en un 70%.
6. Valoración	Ingresar a la mente de los clientes potenciales en 60%.	Fidelización de los clientes potenciales en un 60%.

Observación.- En la tabla anterior se aprecia los objetivos específicos que se aplicarán dentro del plan de negocios misma que se enfoca en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.

Criterios de Marketing

Dentro de los criterios de marketing, se analiza la matriz BCG, la cual permite analizar la posición de un producto dentro de un mercado objetivo, al ser un plan de negocios se tiene una perspectiva de la competencia sobre el bien, como se refleja en la siguiente figura.

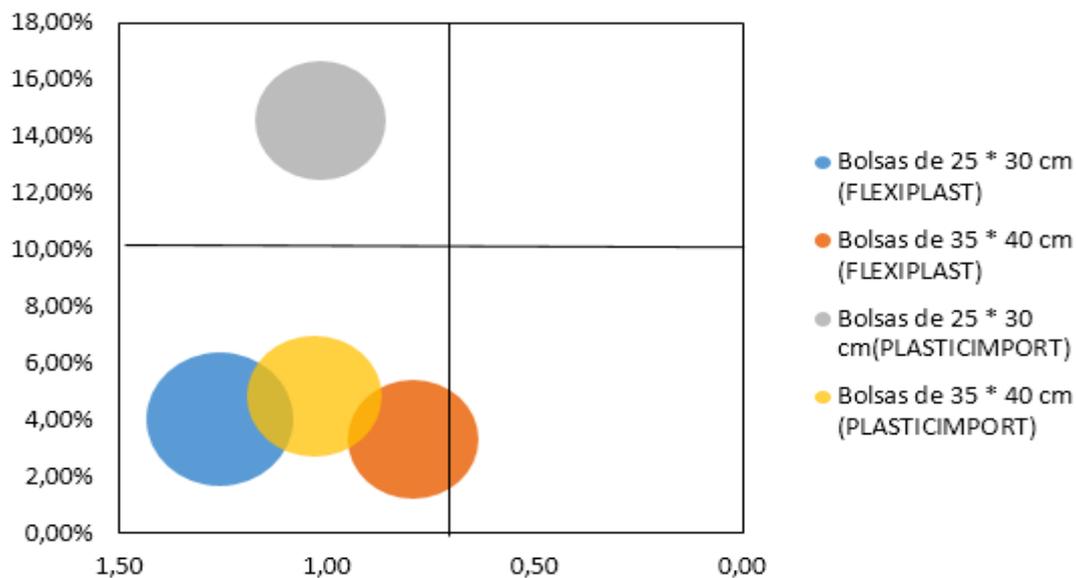


Figura 10 Matriz BCG

Observación.- Como se refleja en la matriz BCG los productos de bolsas de 35*40 cm de las empresas FLEXIPLAST Y PLASTICIMPORT, se encuentra como un producto vaca es decir que genera fondos y utilidades, sin embargo, el producto de bolsas de 25 * 30 cm, de la empresa PLASTICIMPORT, se encuentra como un producto estrella es decir necesito una alta inversión para generar de la misma manera una rentabilidad alta, logrando de esta manera la estabilidad de la organización.

Observación.- La matriz BCG se analizó con las empresas que comercializan bolsas dentro de la ciudad de Quito, sin embargo no cuenta con el plus de ser una bolsa biodegradable que contribuya con el cuidado del medio ambiente, sin embargo de acuerdo al análisis al análisis realizado por el diario el Universo , menciona que si existen empresas que realizan bolsas biodegradables las cuales no se encuentran dentro de la provincia de Pichincha, sin embargo abastecen a Esmeraldas, Manabí y el Norte de la provincia de Pichincha, de esta manera de determina que en la parroquia de Cumbayá no se brinda esta alternativa, determinando así que no existe una oferta, favoreciendo de esta manera al posicionamiento de la nueva empresa dentro de su mercado objetivo.

Formulación de Estrategias

Dentro del plan de negocios, es importante plantear estrategias de marketing y ventas, las cuales están enmarcadas a favorecer al reconocimiento del producto dentro de un mercado altamente competitivo.

Estrategia de venta del portafolio

La estrategia de venta de portafolio, permitirá a la nueva empresa que se enfoque en la estrategia de impulso de volumen, es decir que la venta por volumen permitirá obtener mejores réditos económicos y realizar descuentos especiales al cliente potencial.

Estrategia de precio

El precio es parte esencial para poder competir dentro del mercado objetivo, para cual se plantea las siguientes estrategias.

- Implementar la estrategia más por más, misma que se refiere que se fijará el precio del producto en relación a la competencia, también en relación a las cualidades del producto es decir a mayor calidad mayor es el precio.
- Estrategia de fijación de precios, es decir que el precio se determina en realización al costo de producción más un margen de utilidad la cual influye en el desarrollo de la nueva empresa dentro del mercado altamente competitivo.

Estrategia de distribución / cobertura

La distribución del producto que manejará la nueva empresa la cual se dedica a la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, empleará la siguiente estrategia.

- Utilizará canal directo, es decir que el producto cumplirá con la siguiente distribución empresa – cliente final como se aprecia en la siguiente figura.



Figura 11 Canal de distribución

Estrategia promocional

Las estrategias promocionales, están direccionadas a lograr una fidelización hacia los clientes potenciales, para la cual se empleará las siguientes.

- Promociones de ventas, es decir descuentos especiales por la compra por volumen.
- Promociones de lanzamiento, descuentos por compra al por mayor o unidades.
- Venta directa, es decir conexión directa con el cliente para ofertar el nuevo producto.
- Fuerzas de ventas, se contará con un recurso humano calificado para cumplir con las ventas personales.
- Relaciones públicas, se realizará el lanzamiento de producto en eventos del cuidado del medio ambiente.

Estrategias publicidad

La estrategia de publicidad dentro de la nueva empresa, permitirá dar a conocer el producto al mercado objetivo, así como las características diferenciadoras de la competencia.

- Implementar la herramienta del marketing digital, es decir que la publicidad se la realizara en medios digitales como página web, redes sociales que se manejan en la actualidad por el sistema empresarial.
- Implementar material publicitario POP., permitirá fidelizar a la marca a través de un objeto, como esferos, llaveros, tazas en la que se encuentre la marca de la empresa.

Estrategia de diferenciación

La estrategia de diferenciación permite ofertar al mercado, un producto diferenciador, de esta manera se ofrece una bolsa 100% biodegradable misma que esta direccionada a las tiendas o supermercados, para el expendio de sus productos en la cual contará con un espacio para publicitar la marca de la organización que adquiera el producto a ofrecer.

Aplicaciones Marketing Mix Promocional (Plan de acción)

La aplicación del marketing mix permitirá conocer las estrategias, acciones ventajas responsable tiempo y costo para implementar cada una de las estrategias como se aprecia a continuación.

Tabla 24

Producto / Servicio (plan de acción)

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
Incrementar la cartera de clientes en un 15% en el primer trimestre.	Relaciones directas con los clientes	Diseño de la publicidad (información del producto).	Hacer conocer el producto	Administrador	2 MESES	\$800,00
		Identificar a los clientes frecuentes y no frecuentes	Atraer nuevos clientes			
		Enviar vía mail publicidad y ofertas	Motivar al cliente al consumo			
	Realizar evaluaciones continuas a los clientes	Elaborar formularios físicos y virtuales para evaluar grado de satisfacción del producto	Conocer las sugerencias de los clientes	Administrador	3 MES	\$500,00
Colocar buzones de sugerencias y reclamos		Evaluar y proponer acciones estratégicas				

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
	Mejoramiento continuo de la calidad	Diseñar e implementar programas de capacitación en temas administrativos y atención al cliente	Optimización de recursos Resultados eficaces Conocimientos actualizados	Administrador	3 MESES	\$800,00

Tabla 25
Precio (plan de acción)

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
		Fijar precio en relación a la competencia				\$600,00
	Implementar la estrategia más por más.	Identificar los precios del mercado.	Competir dentro del mercado. Incidir en la compra.	Administrador	2 MESES	
Posicionarse dentro del mercado objetivo, (reconocimiento del mercado).		Definir los precios en relación al costo de producción.	Ofrecer el mercado un precio competitivo.			\$300,00
	Estrategia de fijación de precios	Generar un margen de utilidad.	Generar rentabilidad para la empresa.	Administrador	3 MES	

Tabla 26
Plaza / canales de distribución (plan de acción)

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
		Ofrecer el producto de manera directa al cliente potencial				\$500,00
			Competir dentro del mercado.			
Cubrir las exigencias de los clientes potenciales en un 80%.	Implementar canal directo	Ofrecer un precio competitivo.	Incidir en la compra.	Administrador	2 MESES	
			Ofrecer un producto diferenciador y llamativo			
		Ofrecer un producto diferenciador				

Tabla 27
Promoción (plan de acción)

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
		Verificar los costos de producción				\$300,00
		Atraer a los clientes potenciales	Atraer al mercado objetivo.			
	Ejecutar descuentos especiales		Competir dentro de un amplio mercado	Administrador		
Posicionarse dentro del mercado objetivo, (reconocimiento del mercado).		Ofertar un producto de calidad.			2 MESES	
		Visitas al cliente de manera presencial.				\$400,00
	Implementar Venta directa	Ofertar el producto y descuentos especiales.	Fidelizar al cliente.	Administrador		
					3 MES	

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
	Implementar Fuerzas de ventas	Contar con un recurso humano calificado para el área de ventas.	Mejorar la cartera de clientes.	Administrador	3 MESES	\$600,00
	Relaciones públicas	Dar a conocer el producto al mercado objetivo.	Ampliar la cartera de clientes	Administrador	1 MES	\$800,00

Tabla 28

Publicidad (plan de acción)

Objetivo	Estrategia	Acción	Ventajas	Responsables	Tiempo	Costo
Ingresar a la mente de los clientes potenciales en 60%.	Implementar la herramienta del marketing digital	Crear una página web.	Dar a conocer el producto dentro del mercado objetivo. Ofrecer un producto diferenciador.	Administrador	2 MESES	\$1.500,00
		Crear una página de Facebook				0
	Implementar material publicitario POP.	Realizar un diseño exclusivo de esferos, tazas con el logotipo de la empresa.	Fidelizar al cliente.	Administrador	3 ME	\$600,00
		Entregar a los clientes que realizan sus compras por volumen.				

Resumen

Dentro del capítulo 3, se detalla el plan de marketing y ventas, que tiene como objetivo promocionar un producto o servicio que se pondrá a disposición del mercado objetivo como es la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, en el cual se plantea estrategias a cumplir a través de la implementación de las cuatro P de marketing, como es el producto, precio, plaza, promoción y publicidad y, a través del plan de acción se identifica las acciones, ventajas, responsables, tiempos y costos de ejecución a cumplir para el logro de los objetivos en beneficio del posicionamiento y rentabilidad de la nueva organización, también se detalla el presupuesto y cronograma de las estrategias mismo que corresponde a un valor de \$7.700,00, capítulo importante que permite conocer el tipo de estrategias a implementar y, en base a esta perspectiva lograr el posicionamiento requerido para su permanencia dentro de un mercado ampliamente competitivo, lo importante es que se implementará un producto que contribuye con el cuidado del medio ambiente.

Capítulo 4. Estudio Técnico y Modelo de Gestión organizacional

Para la creación de un plan de negocios de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables, es primordial realizar un estudio técnico, en cual permitirá conocer la capacidad de producción con la que contará la nueva organización, para la cual es indispensable determinará la maquinaria, equipos y personal humano necesario para ofertar un producto de calidad dentro de un mercado altamente competitivo (sector industrial), de igual manera se define el modelo de gestión organizacional, donde se analiza el marco normativo en cuál se enfoca a conocer como estará legamente constituida la nueva empresa así como obtener los permisos necesarios para su puesta en marcha dentro del mercado objetivo.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto permitirá conocer el nivel de producción que tendrá la nueva organización, la cual se analiza en relación a la maquinaria y al recurso humano dentro de un proceso productivo, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 30

Tiempo de producción

Actividad a desarrollar proceso productivo	Tiempo	Personal
Orden de trabajo	10 minutos	1
solicitar materia prima	15 minutos	1
Efectuar proceso productivo (lote)	365 minutos	2
Empaquetado del producto	60 minutos	1
Embodegar el producto (producto terminado)	15 minutos	1
Tiempo de producción de un lote 202 paquetes cada paquete contiene 50 unidades	480 minutos	

Observación.- Acorde a la maquinaria y al recurso humano se determina que la organización podrá producir de forma diaria un lote de 202 paquetes, cada paquete contiene 50 unidades de fundas biodegradables, esto por la utilización de un maquinaria avanzada, tiempos que se aprecia en la tabla 30 de tiempo de producción.

Capacidad Instalada

De esta manera, se determina la capacidad instalada que tendrá la capacidad de producir de manera anual la cantidad de 53.327 paquetes de fundas biodegradables, cada uno de ellos contiene 50 unidades.

Tabla 31

Capacidad instalada

Capacidad de producción	unidades	
Producción diaria	202	Paquetes
Producción mensual	4.444	Paquetes
Producción anual	53.327	Paquetes

Localización

Dentro del aspecto de localización es importante analizar el factor de micro localización, lugar donde se pondrá en marcha la nueva empresa enfocada a la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, para la cual se analiza la siguiente matriz.

Tabla 32

Matriz micro localización

Factores	Peso	Parroquia Yaruqui		Parroquia Cumbaya		Parroquia Tumbaco	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía Clientes	0,12	7	0,84	9	1,08	8	0,96
Proveedores	0,15	8	1,2	9	1,35	7	1,05
Local Propio	0,1	6	0,6	6	0,6	9	0,9
Servicios Básicos	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Policía	0,13	9	1,17	10	1,3	8	1,04
Bomberos	0,12	8	0,96	10	1,2	8	0,96
Comunicación	0,11	9	0,99	9	0,99	8	0,88
Categoría Comercial	0,12	7	0,84	8	0,96	8	0,96
TOTAL	1		7,8		8,83		7,95

De esta manera con aplicación de la matriz de micro localización, en relación a los factores que involucra en el desarrollo de la empresa se determina que la parroquia de Cumbayá presenta una calificación más alta de los 8,83 puntos determinando que es el lugar ideal para la puesta en marcha del plan de negocios. De esta manera en la siguiente figura se define la dirección exacta donde se localizará la nueva organización dentro de la parroquia de Cumbayá.

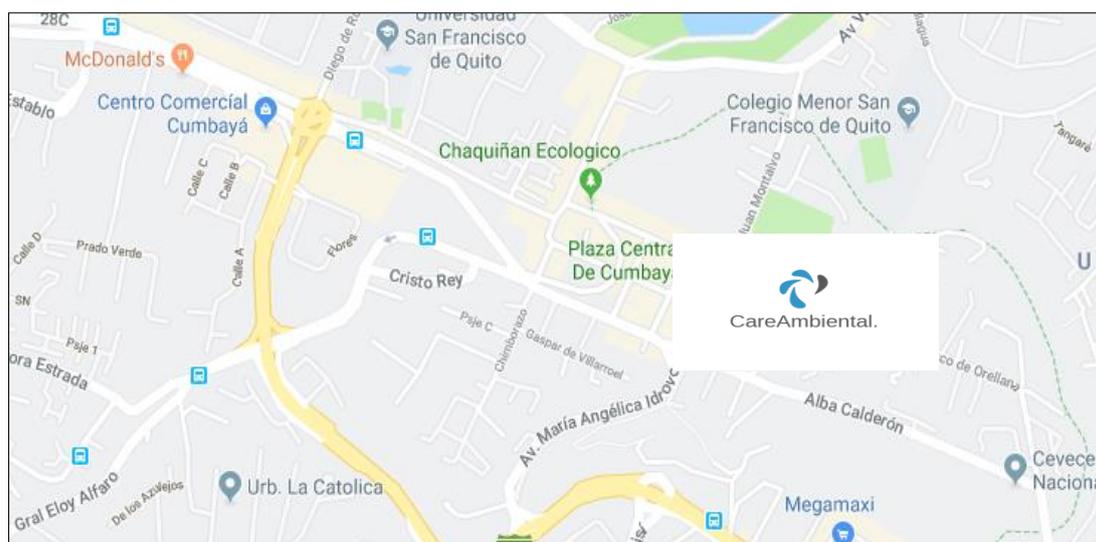


Figura 12 Micro localización

La nueva empresa funcionará en la parroquia de Cumbayá en la siguiente dirección Av. María Angélica Idrovo y Alba Calderón.

Ingeniería

Dentro de la ingeniería se detalla el espacio físico con el cual deberá contar la nueva empresa para poder producir y comercializar, bolsas biodegradables a base de almidón de yuca, para la cual es importante contar con un espacio físico de 600 m^2 tanto para el área administrativa como operativa distribuidos bajo las siguientes características.

Tabla 33

Distribución de áreas

Áreas	Equipos	Dimensiones m^2	Espacio requerido m^2
Área administrativa	Escritorio, silla	$2*3 m^2$	$60 m^2$
Área de ventas	Escritorio, silla	$2*3 m^2$	$60 m^2$
Área operativa (producción).	Maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD, maquina empaquetadora y selladora de fundas.	$4*3 m^2$	$120 m^2$
Área de bodega	Estand de materia prima. Estand productos terminados.	$2*2 m^2$	$40 m^2$
Sala de estar	Juego de muebles de estar	$3*1 m^2$	$30 m^2$
Salón para el personal	Dos comedores	$2*2 m^2$	$40 m^2$
Área de recepción	Escritorio, sillas	$2*2 m^2$	$40 m^2$
Baños	Útiles de aseo	$3*1 m^2$	$30 m^2$
Parqueadero	Área de parqueadero de autos.	$18*10 m^2$	$180m^2$
Total m^2			$600 m^2$

De esta manera se aprecia que es necesario contar un área de $600 m^2$ para realizar la producción y comercialización de bolsas biodegradables, bajo esta perspectiva lograr una producción de calidad para cubrir con las expectativas del mercado objetivo.



Figura 13 Distribución de planta

Descripción de la Tecnología

En la siguiente tabla se detalla la maquinaria necesaria que permitirá producir y comercializar bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.

Tabla 34

Descripción de la tecnología

N°	Maquinaria	Nivel de producción
1	Maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD	202 paquetes de manera diaria, cada paquete contiene 50 unidades de bolsas biodegradables.
1	Maquina empaquetadora	202 paquetes de manera diaria de bolsas biodegradables.
1	Selladora de fundas	202 paquetes de manera diaria de bolsas biodegradables.

De acuerdo a la maquinaria y tecnología con la que contará la nueva empresa podrá producir 202 paquetes, cada uno de ellos contiene 50 unidades de bolsas biodegradables.

Diseño del Proceso Productivo

El proceso productivo se refiere al conjunto de operaciones que son necesarias para poder elaborar el producto de bolsas biodegradables y, de esta manera cubrir una necesidad dentro el mercado objetivo.

Flujograma Proceso de Producción

- **Recibir la materia prima.** – El área operativa recibe la materia prima, se verifica el control de pureza del almidón de yuca (se revisa las características acorde a la lista de chequeo Checklist de compras), si esta correcta se procede con la producción.
- **Proceso de producción.** - Se utiliza la maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD, para realizar el proceso de producción, en primera instancia se ingresa el almidón a la maquinaria se pasa por el tornillo de arrastre, continua por la filtración y tamizado, posterior a ello el enfriamiento, se realiza la impresión y pasa por la pigmentación de coloración.

- **Inspección final.** – Una vez finalizado el proceso productivo, se visualiza la calidad de la bolsa biodegradable (se verifica que no exista roturas, desperfecto en la medida de la bolsa), para posteriormente a ello realizar el empaquetado y sellado de las fundas.
- **Empaquetado y sellado.** – Efectuado el proceso de producción se realiza el empaquetado y sellado de los paquetes de las fundas biodegradables, cada paquete contendrá 50 unidades.
- **Almacenamiento.** - El almacenamiento de la producción se ubicará en la bodega en un ambiente adecuado para que no exista daños en la mercadería, y posteriormente a ello realizar la comercialización y distribución del producto.

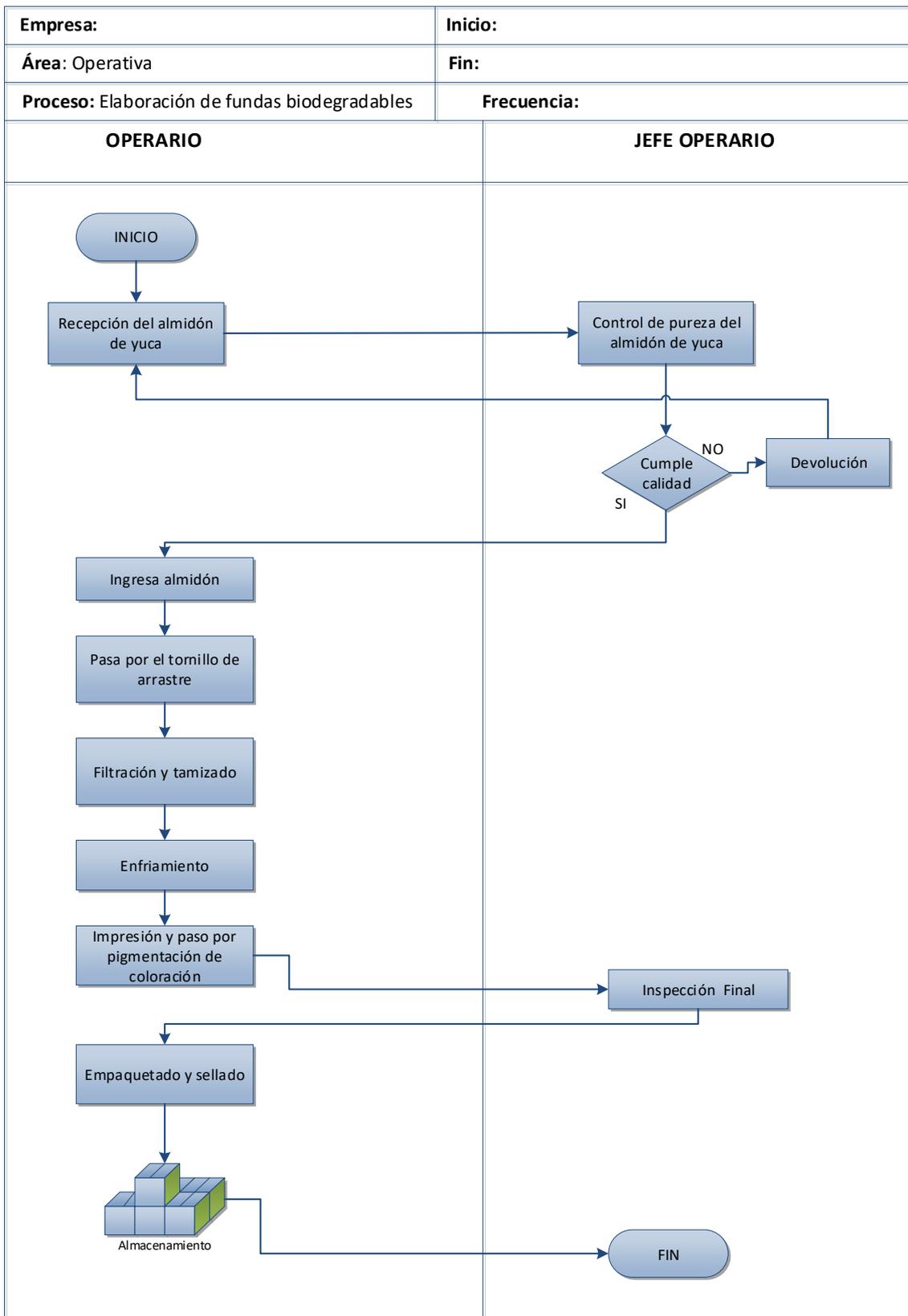


Figura 14 Flujograma de producción

Diseño Organizacional

El diseño organizacional permitirá determinar el personal idóneo y necesario que facilitará la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.

Estructura organizacional

La estructura organizacional permitirá definir el personal administrativo y operativo necesario para poner en marcha las actividades de la empresa

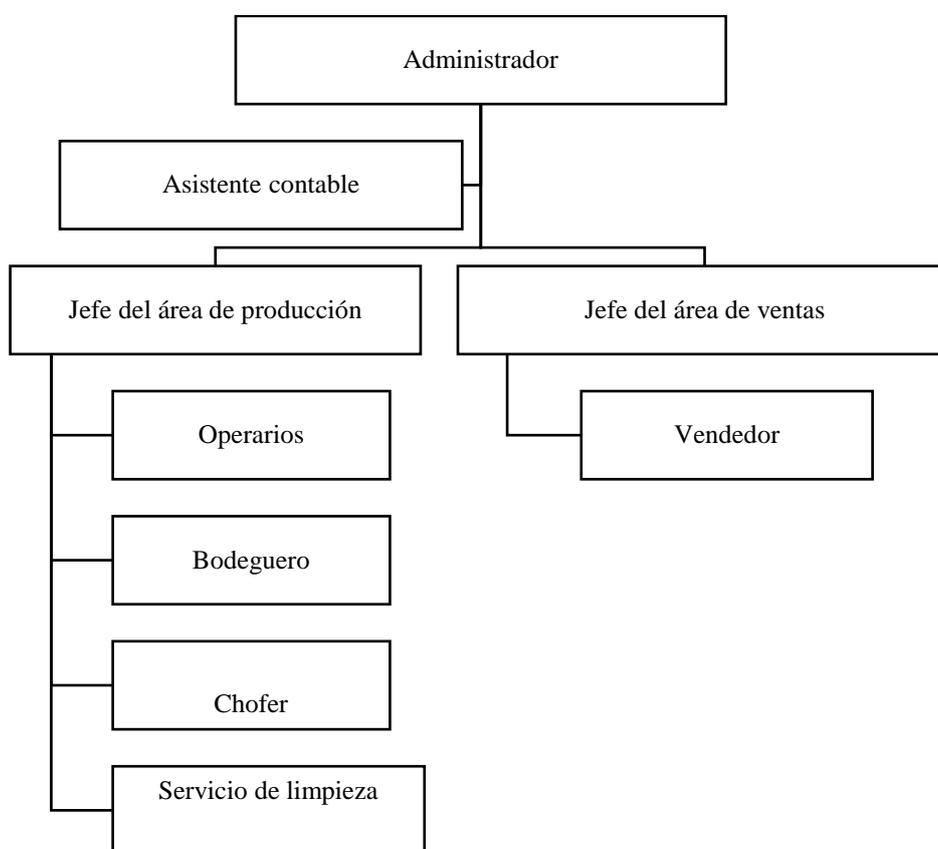


Figura 15 Estructura organizacional

Observación.- La empresa contará con nueve trabajadores, divididos en el área administrativa en la que se contará con dos personas como es el Administrador y el asistente contable, y siete trabajadores operativos como es el jefe de producción, jefe de ventas, operarios, bodeguero, chofer y servicio de limpieza.

Estructura Funcional

Dentro de la estructura funcional, se define las funciones más principales que tendrán que desempeñar cada uno de los colaboradores tanto del área administrativa y operativa.

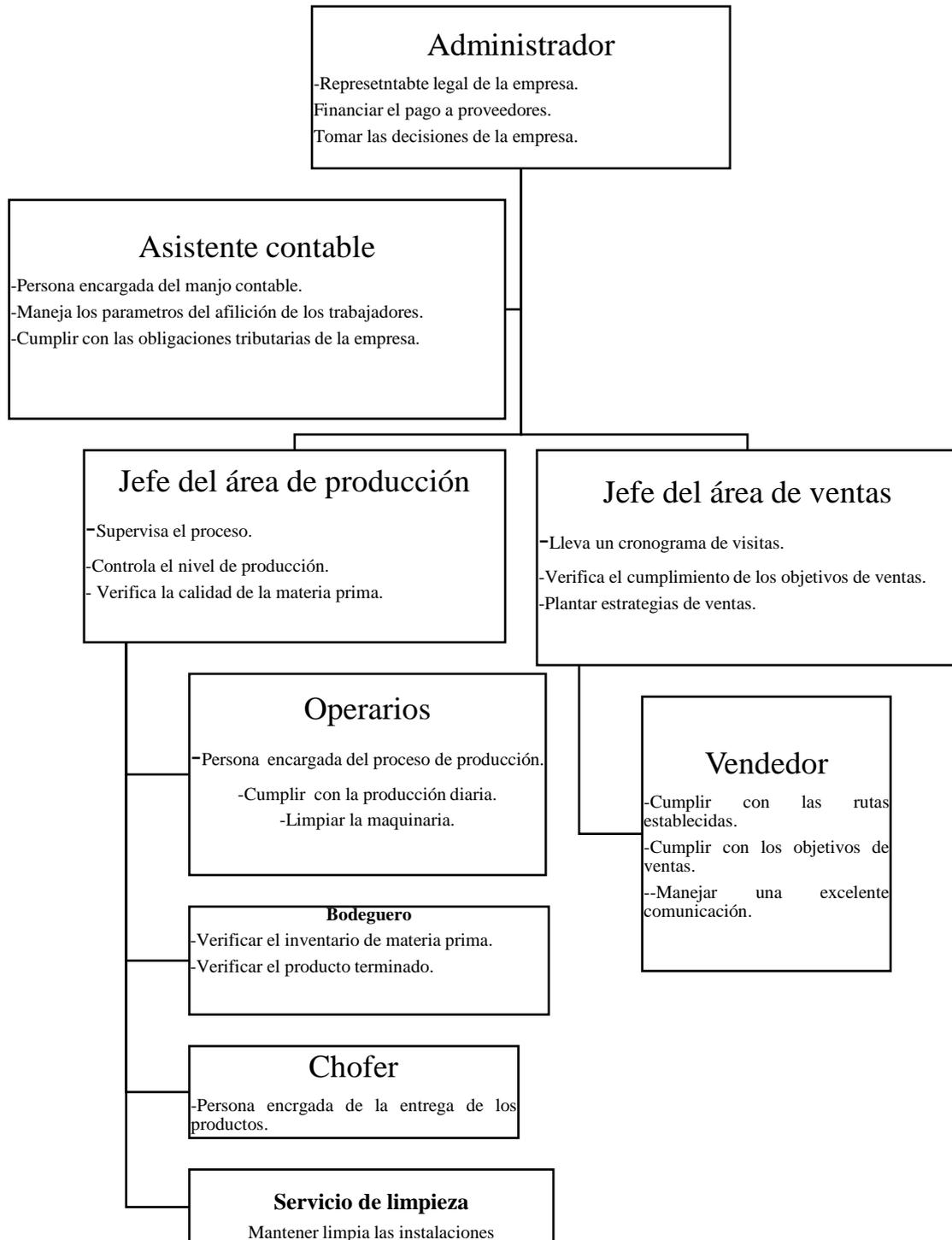


Figura 16 Estructura funcional

Diseño de Perfiles Profesionales del Personal de la Organización (funciones de los trabajadores.

Competencias Genéricas

Dentro del diseño de perfiles es primordial definir las competencias que deberán cumplir cada uno de los empleados, de esta manera en la siguiente tabla se detallan los objetivos propuestos y la competencia requerida por parte de la empresa.

Tabla 35

Competencias genéricas

Objetivos propuestos	Competencia requerida
Trabajadores formen parte de la organización	-Compromiso -Empoderamiento
Sinergias en el ambiente laboral	-Trabajo en equipo
Personal calificado a las exigencias de producción.	-Conocimiento dentro del proceso de producción.

Funciones de los Trabajadores

En las siguientes tablas se detallan, las funciones y competencias de cada uno de los trabajadores tanto del área administrativa como del área operativa.

Tabla 36

Funciones administrador

I. Datos primarios	
Puesto	Administrador
Jefe inmediato superior	Junta de accionistas
Supervisa a	Administrador
II. Objetivo del puesto	
<p>Manejar de manera eficiente los procesos de la empresa para lograr los objetivos propuestos.</p>	
III Funciones del administrador	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la empresa. • Poder negociar los tiempos de entrega y formas de pagos con los proveedores. • Implementar estrategias en beneficio de mejorar las áreas administrativa y operativa. • Persona encargada de la selección del personal. • Persona que toma las decisiones para mejora de la empresa. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administración de empresas
Experiencia	Tres años
Habilidades	Proactivo, facilidad de comunicación.
Formación	Tercer Nivel

Tabla 37

Funciones asistentes contable

I. Datos primarios	
Puesto	Asistente contable
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada del manejo contable de la organización, así como validar los pagos de los impuestos cumplir con el Código de Trabajo.</p>	
III Funciones del asistente contable	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el manejo contable de la empresa. • Cumplir con la afiliación de los trabajadores de la empresa. • Realizar el pago a los proveedores. • Realizar los roles de pagos de manera mensual. • Apoyar al área administrativa con datos contables. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Contabilidad
Experiencia	Tres años
Habilidades	Proactivo, facilidad de comunicación.
Formación	Tercer Nivel

Tabla 38

Funciones: jefe del área de producción

I. Datos primarios	
Puesto	Jefe del área de producción
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada del manejo productivo, verificar el nivel de productividad de manera diaria.</p>	
III Funciones de producción	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa el proceso. • Controla el nivel de producción. • Verifica la calidad de la materia prima. • Supervisa el producto final. • Verifica que se cumpla con el proceso de manera diaria. • Está pendiente del mantenimiento de la maquinaria. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administración de empresas
Experiencia	Dos años
Habilidades	Proactivo, facilidad de comunicación.
Formación	Tercer Nivel

Tabla 39

Funciones: jefe del área de ventas

I. Datos primarios	
Puesto	Jefe del área de ventas
Jefe inmediato superior	Administrador
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada de gestionar el proceso de ventas, generando un crecimiento de la cartera de clientes.</p>	
III Funciones del jefe del área de ventas	
<ul style="list-style-type: none"> • Lleva un cronograma de visitas. • Verifica el cumplimiento de los objetivos de ventas. • Plantear estrategias de ventas. • Buscar nuevas herramientas para promocionar el producto. • Controlar al cumplimiento de las ventas de manera mensual. • Implementar la cartera de clientes. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administración de empresas o afines
Experiencia	Dos años
Habilidades	Proactivo, facilidad de comunicación.
Formación	Tercer Nivel

Tabla 40

Funciones: Servicios de limpieza

I. Datos primarios	
Puesto	Servicios de limpieza
Jefe inmediato superior	Jefe del área de producción
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
Personal encargado de la limpieza tanto del área administrativa como operativa, estar pendiente de mantener	
III Funciones de servicios de limpieza	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las instalaciones limpias tanto del área administrativa y operativa • Estar pendiente de aseo de la sala de estar. • Estar pendiente del inventario de los útiles de aseo. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	1 año
Habilidades	Proactivo.
Formación	Bachiller

Tabla 41

Funciones: Operarios

I. Datos primarios	
Puesto	Operativos
Jefe inmediato superior	Jefe del área de producción
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada del proceso productivo, de las bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.</p>	
III Funciones de los operarios	
<ul style="list-style-type: none"> • Persona encargada del proceso de producción. • Verificar la calidad de la materia prima. • Cumplir con la producción diaria. • Limpiar la maquinaria. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	1 año
Habilidades	Proactivo, liderazgo, trabajo en equipo
Formación	Bachiller

Tabla 42

Funciones: Bodeguero

I. Datos primarios	
Puesto	Bodeguero
Jefe inmediato superior	Jefe del área de producción
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada del proceso productivo, de las bolsas biodegradables a base de almidón de yuca.</p>	
III Funciones del bodeguero	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el inventario de materia prima. • Verificar el producto terminado. • Estar pendiente del stock de los útiles de oficina. • Despachar los productos para la entrega. • Verificar la orden de despacho. • Llevar un control de la salida de los productos. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tecnólogo Administración de empresas
Experiencia	1 año
Habilidades	Proactivo, liderazgo, trabajo en equipo
Formación	Tercer nivel

Tabla 43

Funciones: Chofer

I. Datos primarios	
Puesto	Chofer
Jefe inmediato superior	Jefe del área de producción
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada de realizar la entrega de los productos, acorde a la orden de pedido, así como la mensajería del área administrativa.</p>	
III Funciones del chofer	
<ul style="list-style-type: none"> • Persona encargada de la entrega de los productos. • Verificar las rutas de entrega del producto. • Estar pendiente de la mensajería del área administrativa. • Estar pendiente del mantenimiento del vehículo. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título profesional (licencia de conducir)
Experiencia	1 año
Habilidades	Proactivo, liderazgo, trabajo en equipo
Formación	Título profesional (licencia de conducir)

Tabla 44

Funciones: Vendedor

I. Datos primarios	
Puesto	Vendedor
Jefe inmediato superior	Jefe del área de producción
Supervisa a	Ninguno
II. Objetivo del puesto	
<p>Persona encargada de realizar las ventas de manera personal (visitas a las empresas).</p>	
III Funciones del vendedor	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las rutas establecidas. • Cumplir con los objetivos de ventas. • Manejar una excelente comunicación. • Visitar las veces que el cliente lo solicite. • Buscar nuevas estrategias para incrementar la cartera de clientes. 	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administración de empresas
Experiencia	2 año
Habilidades	Proactivo, liderazgo, trabajo en equipo, facilidad de comunicación.
Formación	Tercer nivel.

Gerencia de Talento Humano

Dentro de la gerencia talento humano se analiza los subsistemas como son las políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, evaluación de desempeño

Políticas de Selección

- Identificar y evaluar a cada uno de los candidatos.
- La selección de personal se llevará a cabo bajo la política de igualdad de derechos y oportunidades.
- Se mantendrá como prioridad realizar una selección interna si se lo requiere, acorde al puesto de trabajo disponible.
- Se informará sobre la vacante en medios escritos.

Políticas de Contratación

- La contratación se lo realizará acorde a las necesidades de la nueva organización.
- Se cumplirá con las normas de contratación de personal acorde al Ministerio de Trabajo.
- Se seleccionará a la persona que cuente con aptitudes y actitudes requeridas para el puesto.

Políticas de Captación

- Capacitar al personal de manera trimestral, en temas de atención al cliente.
- Capacitar en temas de ventas, para mejorar la cartera de clientes de manera trimestral.
- Realizar evaluaciones de cada capacitación.

Políticas de Remuneración

- Plantear los salarios acordes a los puestos de trabajo.
- Cumplir con los pagos de manera mensual, bajo el rol de pagos.
- Contar con bonos económicos por el cumplimiento de los objetivos.

Políticas de Evaluación de Desempeño

- Los empleados y el jefe inmediato superior deberán establecer objetivos claros, medibles y alcanzables al inicio de cada periodo.
- Las evaluaciones de desempeño se realizan de manera anual.
- Será responsable el área de recursos humanos enviar las evaluaciones de desempeño a cada uno de los empleados

Costos de la Mano de Obra

En la siguiente tabla se visualiza el rol de pagos que manera la nueva organización, misma que se encuentra proyectado para cinco años.

Tabla 45

Rol de pagos

Cant	Cargo	Ingresos	Valor a pagar	Patronal	XIII	XIV	Vacaciones	Total provisiones	Costo mano de obra	Sueldos y salarios	Fondos de reserva +2do año	Sueldos y salarios anuales	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		SBU		11,15%							AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2		1.150,00	1.150,00	128,23	95,83	65,67	47,92	337,64	1.487,64	17.851,70	95,83	19.295,90	19.613,89	19.937,13	20.265,69	
1	Administrador	700,00	700,00	78,05	58,33	32,83	29,17	198,38	898,38	10.780,60	58,33	11658,26	11850,39	12045,69	12244,20	
1	Asistente contable	450,00	450,00	50,18	37,50	32,83	18,75	139,26	589,26	7.071,10	37,50	7637,63	7763,50	7891,44	8021,49	
7		2.938,00	2.938,00	327,59	244,83	229,83	122,42	924,67	3.862,67	46.352,04	244,83	50.053,93	50.878,81	51.717,30	52.569,60	
1	Jefe del área de producción	450,00	450,00	50,18	37,50	32,83	18,75	139,26	589,26	7.071,10	37,50	7637,63	7763,50	7891,44	8021,49	
1	Operarios	400,00	400,00	44,60	33,33	32,83	16,67	127,43	527,43	6.329,20	33,33	6833,51	6946,12	7060,59	7176,95	
1	Bodeguero	394,00	394,00	43,93	32,83	32,83	16,42	126,01	520,01	6.240,17	32,83	6737,01	6848,04	6960,89	7075,61	
1	Chofer	400,00	400,00	44,60	33,33	32,83	16,67	127,43	527,43	6.329,20	33,33	6833,51	6946,12	7060,59	7176,95	
1	Jefe del área de ventas	450,00	450,00	50,18	37,50	32,83	18,75	139,26	589,26	7.071,10	37,50	7637,63	7763,50	7891,44	8021,49	
1	Vendedor	450,00	450,00	50,18	37,50	32,83	18,75	139,26	589,26	7.071,10	37,50	7637,63	7763,50	7891,44	8021,49	
1	Servicios de limpieza	394,00	394,00	43,93	32,83	32,83	16,42	126,01	520,01	6.240,17	32,83	6737,01	6848,04	6960,89	7075,61	
		4.088,00	4.088,00	455,81	340,67	295,50	170,33	1.262,31	5.350,31	64.203,74	340,67	69.349,82	70.492,71	71.654,43	72.835,29	

Análisis del Marco Normativo

El análisis normativo permitirá definir el tipo de constitución que manejará la organización para su puesta en marcha

Constitución de la Empresa

La nueva empresa que está enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca se constituirá como sociedad anónima, bajo las Normas de la Superintendencia de Compañías con el nombre comercial “CareAmbiental S.A”, misma que presenta las siguientes características.

Tabla 46

Características de sociedad Anónima

Constitución	Socios	Capital mínimo	Capacidad
Toda constitución se realiza a través de escritura pública.	Es importante contar con al menos dos socios.	El monto para constituirse como compañía anónima es de. (800,00 USD)	Es necesario tener la capacidad civil para contratar.

Adaptado: (Superintendencia de Compañías, 2019) <http://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>.

Filosofía empresarial

Dentro de la filosofía empresarial para la nueva empresa se detalla la misión, visión y la finalidad, parámetros que permitiría conocer la actividad principal.

Misión

Fabricar y comercializar bolsas biodegradables utilizando materia prima que contribuya al cuidado del medio ambiente, contando con un recurso humano calificado para el servicio y proceso de producción.

Visión

Posicionar en el año 2024 dentro del mercado objetivo, brindando un producto de calidad con el fin de reducir el índice de contaminación, contando con un recurso idóneo para el proceso de producción y comercialización.

Finalidad

Contribuir al cuidado del medio ambiente y ofrecer una alternativa a los negocios para el uso de bolsas biodegradables.

Entes reguladores, Principales Disposiciones y Regulaciones al negocio

Dentro de los entes reguladores para la puesta en marcha de la nueva empresa, está la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), la obtención del Registro Único de Contribuyentes (SRI), así como también el registro de las patentes y marca, el permiso del cuerpo de bomberos, para la cual es importante definir los requisitos para obtener cada uno de los permisos.

Requisitos para la Obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE),

La LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas) es el “acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el desarrollo de actividades económicas. Para la legalización de la empresa que se plantea constituir, la LUAE unifica, los siguientes permisos administrativos (Foros Ecuador, 2018).

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS).
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Rotulación (Identificación de la actividad económica).
- Permiso Ambiental.

- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Económicas (LUAE, 2018)
- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad o ciudadanía del representante legal.
- Copia de la papeleta de votación del representante legal.

Requisitos para la Obtención del Registro Único de Contribuyentes (SRI),

- Original y copia de la cédula de identidad, pasaporte (extranjero residente) o credencial de refugiado (extranjero no residente).
- Original y copia del certificado o papeleta de votación.
- Original de la factura, planilla y comprobante de pago de servicios básicos.
- Copia de la factura o estados de cuenta de otros servicios como telefonía fija, móvil, televisión pagada o internet.
- Copia del comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural.
- Copia del contrato o factura de arrendamiento.
- Copia de la Patente Municipal.

Requisitos para Obtener las Patentes y Marcas

- Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Ingresar al sitio web del IEPI en www.iepi.gob.ec, hacer click en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”, descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.

- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Nacional, 2018).

Permiso de Cuerpo de Bomberos

El permiso de Cuerpo de Bomberos permitirá que la empresa cuenta con instalaciones correctas para que no afecte a la integridad de nuestros clientes, también llega un control de los extintores en caso de incendios” (Cuerpo de bomberos , 2018).

Resumen

En el estudio técnico y modelo de gestión organizacional, se determina el tamaño del proyecto mismo que hace referencia a la capacidad que producirá la organización tomando en cuenta la maquinaria y, el personal humano con el cual se contará dentro del área administrativa y el área operativa, de la misma manera se detalla la localización es decir el lugar idóneo para poner en marcha la nueva empresa la cual estará ubicada en la parroquia de Cumbayá en la dirección Av. María Angélica Idrovo y Alba Calderón, dentro de este capítulo también se da conocer la distribución de la planta es decir las instalaciones que facilitará para brindar un servicio y producto de calidad. Dentro de este parámetro también se define el diseño organizacional tomando en cuenta el recurso humano tanto administrativo y operativa con el cual contará la nueva empresa así como sus funciones para cada cargo, finalmente se define la forma de constitución de la organización la cual estará bajo la Superintendencia de Compañías como sociedad anónima con razón social “CareAmbiental S.A

Capítulo 5: Evaluación Financiera del Proyecto

El estudio financiero es parte principal para demostrar si el plan de negocios es factible dentro de los primeros cinco años del proyecto, en la que es importante calcular los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), y La Tasa Interna de Retorno (TIR) que son factores que determinan la factibilidad para su puesta en marcha dentro de un mercado altamente competitivo, también nos permite determinar el valor necesario de inversión y cómo se financiará, que puede ser con aportación propia o financiamiento de terceros.

Costos de Inversión

En la siguiente tabla se detalla el valor de inversión para la puesta en marcha del plan de negocios la misma que equivale a \$59.122,74 que corresponde a inversión de activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Tabla 47

Inversión

DETALLE	VALORES
Activos Fijos	33.330,00
Activos Diferidos	2.130,00
Capital de Trabajo	23.662,74
INVERSIÓN TOTAL	59.122,74

Cálculo Demostrativo del Capital de trabajo

El capital de trabajo se encuentra calculado de manera contable por el método de desfase, es decir para los tres primeros meses de iniciado el proyecto, perspectiva que permitirá cubrir los rubros importantes para realizar el proceso de producción.

Tabla 48

Capital de trabajo

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total, usd
	Capital de trabajo		23.662,74
	Caja bancos		1.115,84
	Útiles de oficina		148,00
6	Agendas	8,00	48,00
4	Esferos color negro (docena)	5,00	20,00
4	Perforadora	4,00	16,00
4	Grapadora	4,00	16,00
4	Papel bond A4 (resmas)	5,50	22,00
4	Carpetas doble aro	3,50	14,00
4	Clips (caja 100 unidades)	3,00	12,00
	Útiles de aseo		78,00
4	Líquidos de limpieza presentación galón	4,00	16,00
4	desinfectantes naturales	6,00	24,00
4	Escobas	4,50	18,00
4	Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable	5,00	20,00
	Publicidad prepagada		1.925,00
	Publicidad virtual		1.925,00
	Arriendo prepagado		1.800,00
	Arriendo oficina		1.800,00
	Sueldos y salarios prepagados		16.050,94
	Sueldos y Salarios		16.050,94
	Materiales e insumos		2.544,96
	Costo de producción		2.544,96

Observación.- El valor de la publicidad prepagada, se determina en relación a la tabla número 27 que hace referencia al presupuesto y cronograma de las estrategias, misma que está calculada para los tres primeros meses de la puesta en marcha del proyecto.

De igual manera la cuenta arriendo, sueldos y los materiales e insumos están calculados para los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa, las cuales se encuentran cuantificadas dentro del capital de trabajo por ser rubros principales para el proceso de producción y comercialización de las bolsas biodegradables.

Costos de Operación y Mantenimiento

Dentro de los costos del proyecto se toma en cuenta los sueldos operativos, mantenimiento de activos y costo de la materia prima para la producción de la bolsa biodegradable, valores que se reflejan para los cinco años del proyecto.

Tabla 49

Costos de operación

Descripción del producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos operativos	3.862,67	46.352,04	50.053,93	50.878,81	51.717,30
Mantenimiento y reparación activos	328,65	3.943,80	4.008,79	4.074,86	4.142,01
Costo de materia prima.	848,32	10.179,84	10.930,09	11.736,16	12.602,23
TOTAL	5.039,64	60.475,68	64.992,81	66.689,83	68.461,54

Gastos del Proyecto

Dentro de los gastos del proyecto se detalla los gastos administrativos, ventas y financieros mismos que se refleja en las siguientes tablas.

Tabla 50

Gastos administrativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Sueldos Administrativos		19295,90	19613,89	19937,13	20265,69
	17.851,70				
Gastos Depreciación activos fijos					
	5.779,67	5.779,67	5.779,67	4.713,00	4.713,00
Gastos Amortización gastos de constitución		426,00	426,00		
	426,00			426,00	426,00
Gasto Útiles de Oficina		601,76	611,67	621,75	632,00
	592,00				
Gasto Útiles de Aseo		317,14	322,37	327,68	333,08
	312,00				
Gasto Arriendo		7684,59	7811,23	7939,96	8070,81
	7.560,00				
Gasto Servicios Básicos		3073,84	3124,49	3175,98	3228,32
	3.024,00				
Gasto Uniformes de Trabajo		192,11	195,28	198,50	201,77
	189,00				
Gasto combustible y matriculación		1112,13	1130,46	1149,09	1168,03
	1.094,10				
Gastos reposición neumáticos		0,00	336,00	0,00	0,00

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	36.828,47	38.483,13	39.351,06	38.489,10	39.038,70

Observación.- La cuenta de amortización son rubros de activos fijos que se utiliza dentro del área administrativa y se registra de manera contable dentro de los gastos administrativos, mismos que influyen dentro del estado de resultados para determinar la pérdida o la utilidad del proyecto.

Tabla 51

Gastos de ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Publicidad	8.085,00	8.218,24	8.353,68	8.491,35	8.631,28
Total gastos de ventas	8.085,00	8.218,24	8.353,68	8.491,35	8.631,28

Tabla 52

Gastos financieros

Detalle	Valor anual
Gastos Interés	4.036,70
Total gastos financieros	4.036,70

Observación.- Los gastos son cuentas que permiten brindar un servicio y producto de calidad, el cual se enfocada a cubrir una necesidad dentro del mercado objetivo al que esta direccionado.

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que permite visualizar si la empresa desde el primer año de funcionamiento presenta una pérdida o ganancia, como se refleja en la siguiente tabla

Tabla 53

Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	133.900,80	144.273,93	155.450,66	167.493,24	180.468,74
(-) Costos de Ventas	60.475,68	64.992,81	66.689,83	68.461,54	70.312,68
(=) Utilidad bruta en ventas	73.425,12	79.281,12	88.760,83	99.031,70	110.156,05
(-) Gastos de Ventas	8.085,00	8.218,24	8.353,68	8.491,35	8.631,28
(=) Utilidad neta en ventas	65.340,12	71.062,88	80.407,15	90.540,35	101.524,77
(-) Gastos Administrativos	36.828,47	38.483,13	39.351,06	38.489,10	39.038,70
(=) Utilidad operacional	28.511,65	32.579,75	41.056,09	52.051,26	62.486,07
(-) Gastos Financieros	4.036,70	3.359,02	2.598,79	1.745,97	789,28
(=) Utilidad antes de participaciones	24.474,95	29.220,73	38.457,30	50.305,28	61.696,79
(-) - 15% de Participación Trabajadores	3.671,24	4.383,11	5.768,59	7.545,79	9.254,52
(=) Utilidad antes de impuestos	20.803,70	24.837,62	32.688,70	42.759,49	52.442,27
(-) 25 % Impuesto a la Renta	5.200,93	6.209,41	8.172,18	10.689,87	13.110,57
(=) Utilidad neta	15.602,78	18.628,22	24.516,53	32.069,62	39.331,70

Observación.- Los costos de ventas se determinan en relación a la tabla número 47 que hace referencia a los costos de operación, en la que se toma en cuenta a los sueldos operativos, mantenimiento y reparación de activos, y los costos de materia prima.

Cálculo Demostrativo y análisis del punto de equilibrio**Punto de equilibrio en dólares**

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares es importante aplicar la siguiente fórmula, obteniendo si un valor de \$85.096,03.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE = \frac{51.799,87}{1 - \frac{52.392,36}{133900,80}}$$

$$PE = \frac{51.799,87}{0,608722547}$$

$$PE = 85.096,03$$

Punto de equilibrio en unidades

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se emplea la siguiente fórmula, obteniendo así 27.490 paquetes.

$$PEQ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVQ} - \text{CVU}}$$

$$PEQ = \frac{51.799,87}{3,20 - 1,32}$$

$$PEQ = \frac{51.799,87}{1,88}$$

$$PEQ = 27.490$$

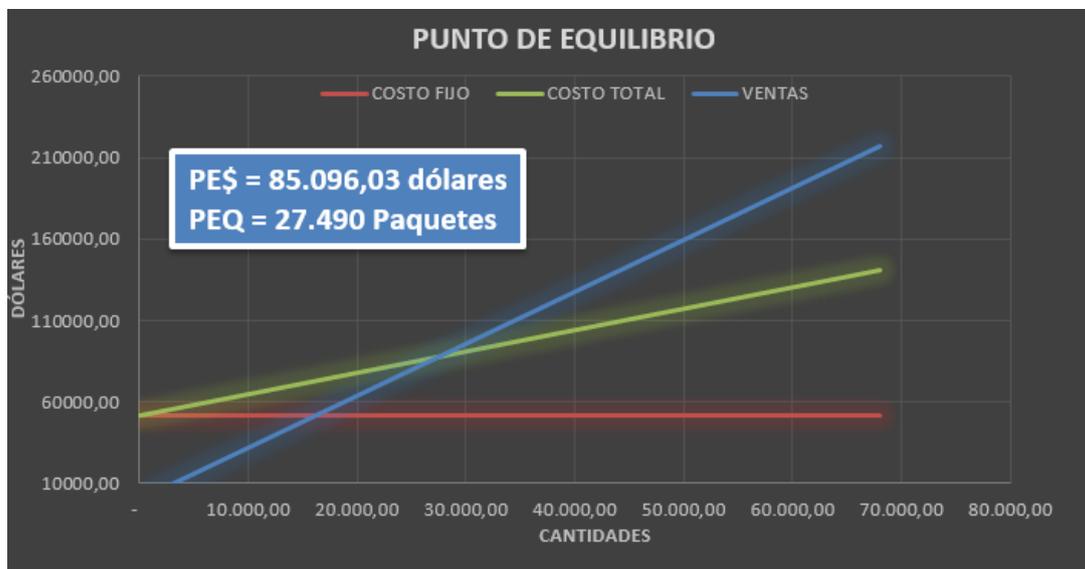


Figura 17 Punto de equilibrio

Observación.- Dentro del gráfico se puede apreciar que se presenta un punto de equilibrio cuando los ingresos por ventas sean de \$85.096,03 se venderán 27.490.

Paquetes de bolsas biodegradables.

Evaluación Financiera

Análisis y Determinación de la Tasa de Descuento del Proyecto

Para el cálculo de la tasa de descuento se emplea la siguiente fórmula determinando de esta manera una tasa del 11, 82%, misma que permitirá calcular el Valor Actual Neto (TIR).

$$i = \% \text{recursos terceros (\%interés)} + \% \text{recursos propios} \\ (\% \text{inflación} + \% \text{riesgo} + \% \text{riesgo} * \% \text{inflación})$$

Tabla 54

Tasa de descuento

Préstamo	Tasa activa	Recursos propios	Riesgo	Inflación
60,00%	11,83%	40,00%	10,00%	1,65%
i= 11,82%		Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento		

Cálculo y análisis de indicadores de rentabilidad

Escenario conservador

Dentro del escenario conservador se presenta un Valor Actual Neto (VAN) de \$22.041,26 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 24,09% demostrando de esta manera que el proyecto es factible para su puesta en marcha dentro de un mercado altamente competitivo.

Tabla 55

Valor Actual Neto Conservador

Años	FNC	(1+i)^n	Valor Actual
0	-59.122,74		-59.122,74
1	18.910,97	1,12	16.911,50
2	14.106,90	1,25	11.281,54
3	20.862,89	1,40	14.920,37
4	28.509,80	1,56	18.233,41
5	34.649,72	1,75	19.817,17
Total			22.041,26

Tabla 56

Tasa Interna de Retorno Conservador

TIR = 24,09%	
Tasa de Descuento	Valor Actual NETO (VAN)
11,5%	25.119,41
20,0%	8.033,25
24,09%	0,00
27,8%	-3.399,41
31,03%	-7.193,89

Tabla 57

Periodo de Recuperación (PRI)

Años	FNC	FNC actualizado	FNC actualizado acumulado
0	-59.122,74	-59.122,74	-59.122,74
1	18.910,97	16.911,50	-42.211,23
2	14.106,90	11.281,54	-30.929,69
3	20.862,89	14.920,37	-16.009,32
4	28.509,80	18.233,41	2.224,09
5	34.649,72	19.817,17	22.041,26

Escenario optimista

Dentro del escenario optimista, se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de \$40.696,22 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34,06%, demostrando que al incrementar las ventas en un 10% se obtiene mayor rentabilidad.

Tabla 58

Valor Actual Neto Optimista

Años	FNC	$(1+i)^n$	Valor Actual
0	-59.305,78		-59.305,78
1	25.067,29	1,12	22.416,91
2	18.506,46	1,25	14.799,95
3	25.605,81	1,40	18.312,33
4	33.622,72	1,56	21.503,37
5	40.161,35	1,75	22.969,43
TOTAL			40.696,22

Tabla 59

Tasa Interna de Retorno Optimista

TIR = 34,06%	
Tasa de descuento	Valor Actual Neto (VAN)
20,0%	23.836,33
27,8%	10.029,78
34,06%	0,00
37,08%	-1.998,51

Tabla 60

Periodo de recuperación Optimista

Años	FNC	FNC actualizado	FNC actualizado acumulado
0	-59.305,78	-59.305,78	-59.305,78
1	25.067,29	22.416,91	-36.888,86
2	18.506,46	14.799,95	-22.088,91
3	25.605,81	18.312,33	-3.776,58
4	33.622,72	21.503,37	17.726,78
5	40.161,35	22.969,43	40.696,22

Escenario pesimista

Dentro del análisis del escenario pesimista se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de \$3.386,30 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 13,75% demostrando que el proyecto aún es factible sin embargo no presenta los réditos económicos necesarios

Tabla 61

Valor Actual Neto Pesimista

Años	FNC	$(1+i)^n$	Valor Actual
0	-58.939,70		-58.939,70
1	12.754,64	1,12	11.406,09
2	9.707,35	1,25	7.763,14
3	16.119,98	1,40	11.528,42
4	23.396,89	1,56	14.963,45
5	29.138,09	1,75	16.664,91
Total			3.386,30

Tabla 62

Tasa Interna de Retorno Pesimista

TIR = 13,75%	
Tasa de descuento	Valor Actual Neto (van)
10,0%	8.898,81
11,5%	5.849,70
14,81%	0,00
20,0%	-7.769,82

Tabla 63

Periodo de recuperación Pesimista

Años	FNC	FNC actualizado	FNC actualizado acumulado
0	-58.939,70	-58.939,70	-58.939,70
1	12.754,64	11.406,09	-47.533,61
2	9.707,35	7.763,14	-39.770,47
3	16.119,98	11.528,42	-28.242,05
4	23.396,89	14.963,45	-13.278,61
5	29.138,09	16.664,91	3.386,30

Análisis de sensibilidad

Dentro del análisis de sensibilidad se analiza los tres escenarios como es el conservador. Optimista y pesimista determinando así su factibilidad del proyecto a través de los indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y el Periodo de Recuperación (PRI), como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 64

Análisis de Sensibilidad

Análisis de sensibilidad	Valor Actual Neto (VAN),	Tasa Interna de Retorno (TIR)	Periodo de Recuperación (PRI)
Conservador	22.041,26	24,09%	4 años
Optimista	40.696,22	34,06%	4 años
Pesimista	3.386,30	13,75%	5 años

Balance General

El Balance General se determina para los cinco años del proyecto donde se determina los activos pasivos y patrimonio como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 65

Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES	17.392,78	46.196,89	66.408,65	93.370,40	123.705,95	163.374,53
BANCOS	17.166,78	46.151,69	66.362,71	93.323,69	123.658,48	163.326,28
INV. UTILES DE OFICINA	148,00	29,60	30,09	30,58	31,09	31,60
INV. UTILES DE ASEO	78,00	15,60	15,86	16,12	16,38	16,65
OTROS ACTIVOS	8.399,96	4.286,48	3.961,29	3.642,11	3.329,35	3.023,49
PUBLICIDAD PREPAGADA	1.925,00	808,50	821,82	835,37	849,13	863,13
ARRIENDO PREPAGADO	1.800,00	756,00	768,46	781,12	794,00	807,08
MATERIALES E INSUMOS	2.544,96	1.017,98	1.093,01	1.173,62	1.260,22	1.353,28
AMORTIZACIÓN	2.130,00	2.130,00	2.130,00	2.130,00	2.130,00	2.130,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		426,00	852,00	1.278,00	1.704,00	2.130,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	33.330,00	27.550,33	21.770,67	15.991,00	14.478,00	9.765,00
MUEBLES Y ENSERES	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
DEPRECIACIÓN		108,00	216,00	324,00	432,00	540,00
ACM. MUEBLES Y ENSERES						
EQUIPOS DE OFICINA	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
DEPRECIACIÓN		30,00	60,00	90,00	120,00	150,00
ACUM. EQUIPOS DE OFICINA						
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
DEPRECIACIÓN		1.066,67	2.133,33	3.200,00	-	-
ACUM. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00	11.100,00
DEPRECIACIÓN		1.110,00	2.220,00	3.330,00	4.440,00	5.550,00
ACUM. MAQUINARIA Y EQUIPOS						
VEHÍCULO	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00
DEPRECIACIÓN		3.400,00	6.800,00	10.200,00	13.600,00	17.000,00
ACUM. VEHÍCULO						
EQUIPO DE SEGURIDAD	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
DEPRECIACIÓN		65,00	130,00	195,00	260,00	325,00
ACUM. EQUIPOS DE SEGURIDAD						
TOTAL ACTIVOS	59.122,74	78.033,70	92.140,61	113.003,50	141.513,31	176.163,03
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES	-	8.872,17	10.592,52	13.940,77	18.235,67	22.365,09
PARTICIPACIÓN A LOS TRABAJADORES		3.671,24	4.383,11	5.768,59	7.545,79	9.254,52
IMPUESTO A LA RENTA		5.200,93	6.209,41	8.172,18	10.689,87	13.110,57
PASIVOS NO CORRIENTES	35.473,64	29.909,66	23.668,00	16.666,11	8.811,40	0,00
PRÉSTAMO POR	35.473,64	29.909,66	23.668,00	16.666,11	8.811,40	0,00

PAGAR						
TOTAL PASIVO	35.473,64	38.781,83	34.260,52	30.606,88	27.047,07	22.365,09
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	23.649,09	23.649,09	23.649,09	23.649,09	23.649,09	23.649,09
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL NEGOCIO		15.602,78	18.628,22	24.516,53	32.069,62	39.331,70
UTILIDADES RETENIDAS			15.602,78	34.231,00	58.747,52	90.817,14
TOTAL PATRIMONIO	23.649,09	39.251,87	57.880,09	82.396,62	114.466,24	153.797,94
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	59.122,74	78.033,70	92.140,61	113.003,50	141.513,31	176.163,03

Fuente: Investigación propia

Resumen

Al realizar un plan de negocios, es primordial efectuar un estudio financiero en la que se determina el valor de inversión para la creación de una empresa enfocada en la producción y comercialización de bolsas biodegradables a base de almidón de yuca que corresponde a un valor de \$59.122,74 que corresponde a inversión de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, valor que es financiado por aportación de los socios y terceros mediante la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa de interés del 11, 83%. De la misma manera se detalla los costos y gastos del proyecto así como los ingresos por ventas, y a través de los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) \$22.041,26 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 24,25% con un periodo de recuperación de cuatro años demostrando de esta manera que el proyecto es factible para su puesta en marcha dentro de un mercado altamente competitivo.

Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- A través del análisis situacional se determinó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que la organización tendrá que lograr posicionarse dentro del mercado.
- Dentro de la investigación de mercado, se aplicó la herramienta de encuestas, la misma que se direccionó a las tiendas por categoría de la parroquia de Cumbayá que corresponde a 125, determinando así que el 89% está de acuerdo que exista una empresa que comercialice bolsas biodegradables.
- El plan de marketing permitió definir las estrategias enfocadas a las 4 “P” de marketing, para de esta manera dar a conocer el producto de las bolsas biodegradables a comercializar dentro de la parroquia de Cumbayá, la cual se enmarcará en la estrategia general de diferenciación, al ofertar un producto 100% biodegradable.
- Se contará con una maquinaria de fundas biodegradables CW-500 ZD, la cual tendrá un nivel de producción de 202 paquetes de manera diaria, cada paquete contiene 50 unidades de bolsas biodegradables, de igual manera se determina el recurso humano contando con 9 personas para cubrir el área administrativa y operativa.
- La empresa se constituirá como Sociedad Anónima, bajo las Normas de la Superintendencia de Compañías con el nombre comercial “CareAmbiental S.A”, y cumplirá con los permisos como, la Licencia Única de Actividades Económicas, el Registro Único de Contribuyentes, permiso Cuerpo de Bomberos, así como la Patente y Marcas.
- El estudio financiero determinó que el proyecto es económicamente factible basado en el análisis de los indicadores financieros correspondientes a el Valor

Actual Neto (VAN) que es positivo de \$ 22.041,26 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 24,09% con un periodo de recuperación de cuatro años.

Recomendaciones

- Es recomendable realizar una evaluación de mercado de manera anual, en la que se aplicará una encuesta direccionada a los clientes potenciales, mediante la cual se conocerá que atributos se podría mejorar en el producto.
- Se emplearan nuevas estrategias de comercialización, con el fin de buscar nuevos mercados para en base a ello poder cumplir con la visión de la organización.
- Si es necesario la organización implementará una maquinaria adicional, con el fin de incrementar la producción y en base a ello poder crecer dentro del mercado objetivo.
- De manera semestral se realizará una evaluación de las razones financieras, con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos, caso contrario poder reajustarlos para lograr el desarrollo de la organización.

Limitaciones

- No cumplir con la propuesta de venta de cada año, perjudicando la rentabilidad de la organización y su sostenibilidad en el tiempo.
- No contar con la totalidad de aportación de los socios, por lo que perjudicaría el valor de inversión inicial.
- Presentar problemas en el proceso productivo, dificultades en las maquinarias o errores del personal.
- No emplear correctamente las estrategias de marketing para dar a conocer el servicio y producto de las bolsas biodegradables dentro del mercado objetivo.

Referencias

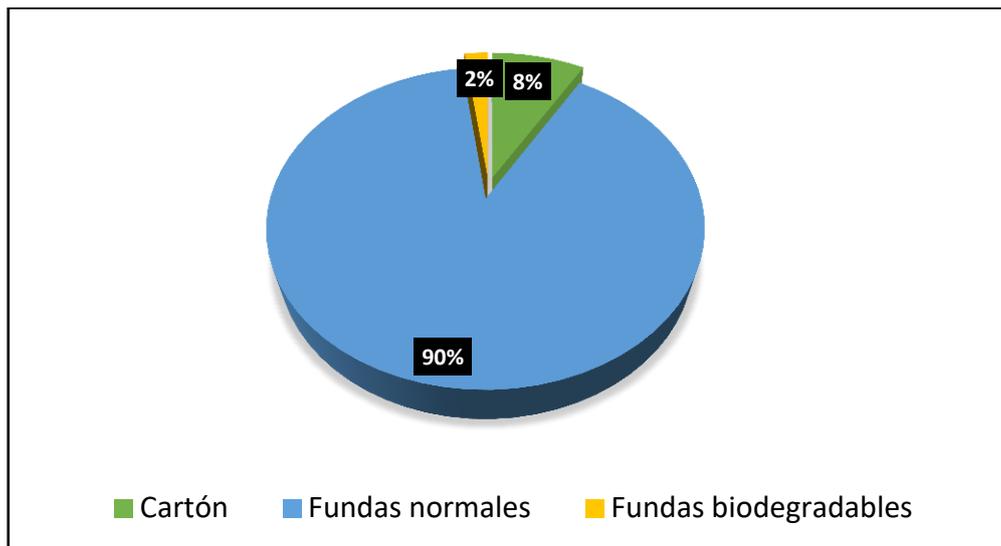
- Banco Central del Ecuador . (01 de Mayo de 2018). *Producto Interno Bruto* . Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Banco Central del Ecuador . (22 de 05 de 2018). *Producto Interno Bruto por Industria* . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indices/m1995052018.htm>
- Banco Central del Ecuador . (04 de Abril de 2019). *Inflación mensual de marzo del 2019*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/inflacion-marzo-canasta-inec-ecuador.html>
- Banco Central del Ecuador . (06 de Junio de 2019). *Producto Interno Bruto (PIB)* . Obtenido de <https://www.ecuadortv.ec/noticias/actualidad/ecuador-crecera-economia-2018-2019-fmi>
- Corporación Financiera Nacional . (06 de Junio de 2019). *Tipos de crédito* . Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/>
- Corporación Financiera Nacional. (18 de Abril de 2019). *Lineamientos de crédito*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/>
- Cuerpo de bomberos* . (10 de Enero de 2018). Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/>
- El Diario . (01 de Enero de 2019). *Ecuador inicia el 2019 con incertidumbre económica y política*. Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/491354-ecuador-inicia-el-2019-con-incertidumbre-economica-y-politica/>
- El Misionero del Agro . (05 de Septiembre de 2017). *La yuca en el Ecuador* . Obtenido de http://www.uagraria.edu.ec/publicaciones/revistas_cientificas/16/058-2017.pdf
- El Universo . (13 de Julio de 2010). *Los envases biodegradables ganan espacio en el mercado* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2010/07/13/1/1356/envases-biodegradables-ganan-espacio-mercado.html>

- Foros Ecuador*. (19 de octubre de 2018). Obtenido de Requisitos de la LUAE:
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4403-requisitos-luae>
- Instituto de Estadística y Censos . (1 de Mayo de 2019). *Tasa de empleo y subempleo* .
 Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/inec-desempleo-subempleo-ecuador-marzo.html>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Nacional*. (29 de septiembre de 2018). Obtenido de
 Requisitos: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/requisitos/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo . (01 de Junio de 2016). *Las PYMES en el Ecuador* .
 Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos . (Enero de 05 de 2019). *Crecimiento de tiendas* .
 Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos*. (15 de Agosto de 2016). Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (01 de Junio de 2019). *La inflación* .
 Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Marzo-2019/Boletin_tecnico_03-2019-IPC.pdf
- Jaén, A. (23 de Febrero de 2014). *Aspectos sociales en el Ecuador* . Obtenido de
<http://empresayeconomia.republica.com/responsabilidad-social/aspectos-sociales-en-el-ecuador.html>
- Lopes, W. (2011). *Macroambiente e Cenarios económicos* . Brasil : IESDE .
- LUAE*. (03 de Junio de 2018). Obtenido de
<https://pam.quito.gob.ec/SitePages/ListadoFormularios.aspx?Grupo=LUAE>
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. . (05 de Mayo de 2019). *Ecuador continúa creciendo en tecnología* . Obtenido de
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/>
- Nonma, S. (2013). *Normativa ambiental* . Buenos Aires : Universitaria .

- Pino, A. (25 de Julio de 2017). *El Medio Ambiente en Ecuador* . Obtenido de <https://www.oei.es/historico/divulgacioncientifica/?El-Medio-Ambiente-en-Ecuador>
- Revista Ekos . (01 de Diciembre de 2015). *Visión productiva* . Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1342.pdf>
- Rodríguez, H. (10 de Diciembre de 2018). *La degradación del plástico* . Obtenido de https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/actualidad/degradacion-plastico-potencia-efecto-invernadero_13126
- Superintendencia de Compañías . (03 de JUNIO de 2019). Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- Superintendencia de Compañías*. (01 de Enero de 2019). Obtenido de Compañía Anónima: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- Vargas, G. (2010). *Introducción a la Teoría Económica*. Mexico: Pearson.
- Vicuña, L. (01 de Noviembre de 2018). *La economía en 2019*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/15/economia-2019>

Apéndice A Resultados de la encuesta

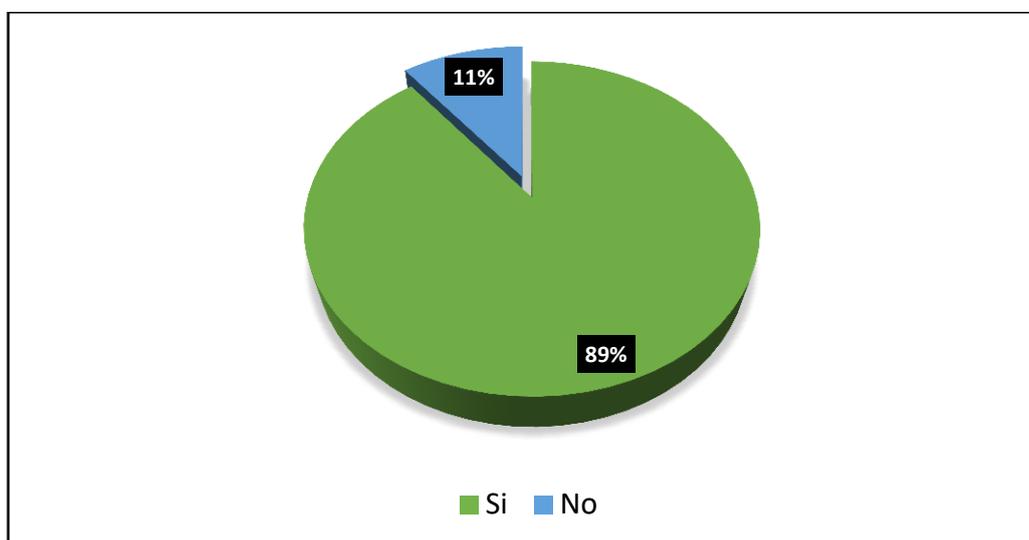
1 ¿Qué tipo de empaque usted utiliza para expender los productos?



Análisis

A través de la investigación de campo se pudo conocer en relación a la interrogante ¿Qué tipo de empaque usted utiliza para expender los productos?, el 90% da conocer fundas normales, seguido con el 8% cartón, y en menor porcentaje con el 2% utiliza fundas biodegradables, la cual no afecta al medio ambiente, de esta manera se valida que no existe un consentimiento con respecto.

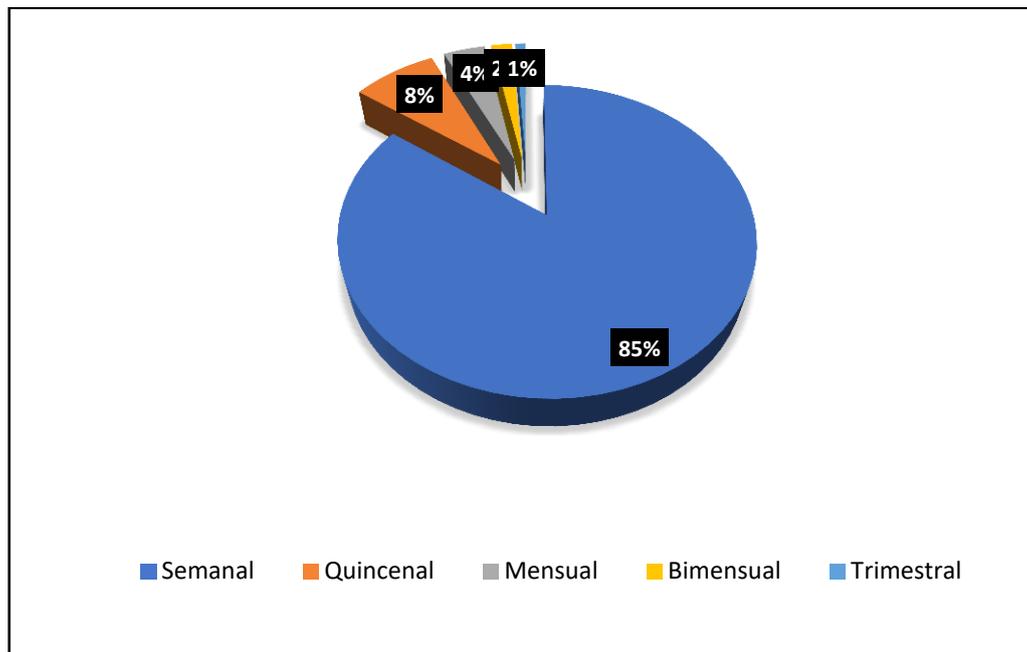
2. Le gustaría que exista una empresa que comercialice fundas biodegradables para que usted pueda expendir sus productos, la cual presentará un costo igual a las que ya está comprando?



Análisis

Mediante la investigación de mercado, se plante al siguiente interrogante ¿Le gustaría que exista una empresa que comercialice fundas biodegradables para que usted pueda expendir sus productos, la cual presentará un costo igual a las que ya está comprando?, mediante la cual se pudo conocer que el 89% si le gustaría adquirir este producto si es al mismo costo de las bolsas normales, sin embargo el 8% menciona que qué no, perspectiva negativa ante el nuevo producto.

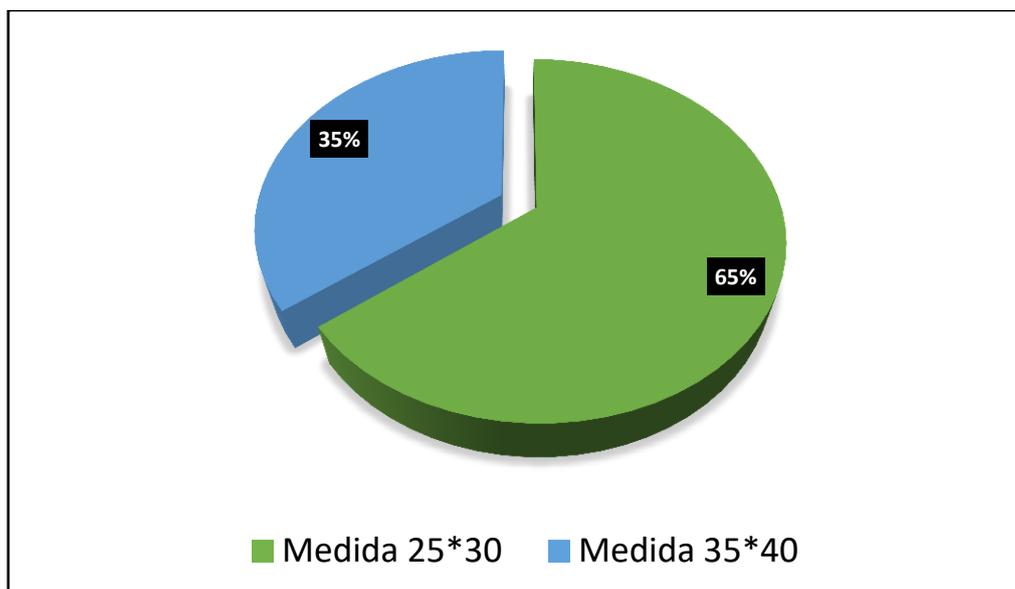
3. ¿Cada que tiempo usted compraría las fundas biodegradables?



Análisis

Mediante la aplicación de la encuesta se pudo conocer, en relación a la pregunta ¿Cada que tiempo usted compraría las fundas biodegradables?, el 85% da conocer de manera mensual, seguido con el 8% quincenal, datos importantes que permite analizar cuantas debería producir la nueva organización para cubrir la demanda existente dentro del mercado.

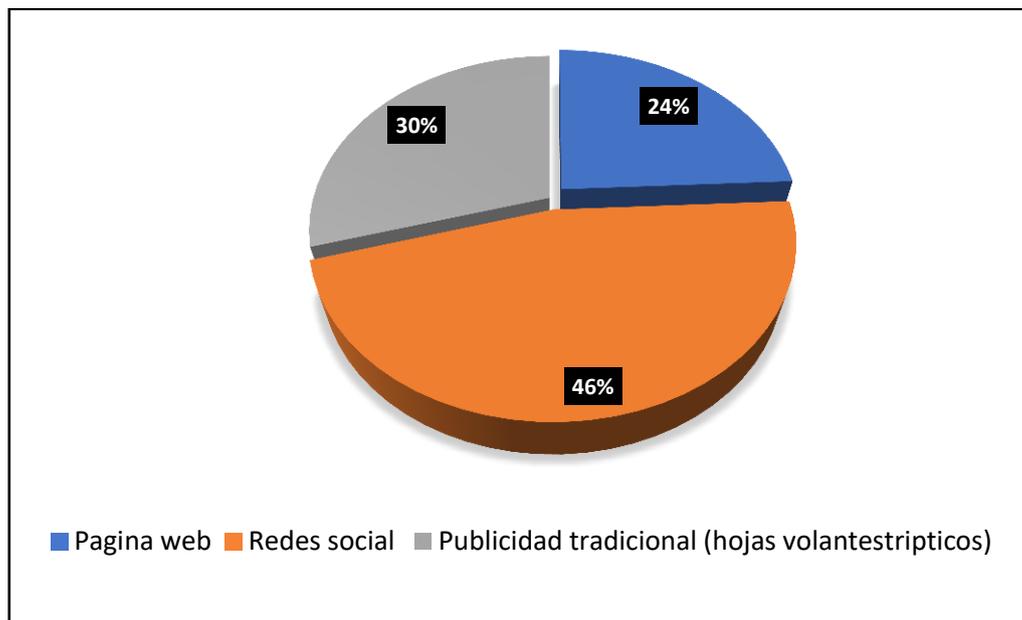
4. ¿Qué tipo de medida de bolsa le gustaría que la nueva empresa comercialice?



Análisis

En relación a la interrogante planteada en la encuesta ¿Qué tipo de medida de bolsa le gustaría que la nueva empresa comercialice?, el 65% da conocer o menciona la bolsa de una medida de 25*30 y, en menor porcentaje con el 35% indica una medida de 35*40 perspectiva que se tomará en cuanto al realizar el proceso productivo.

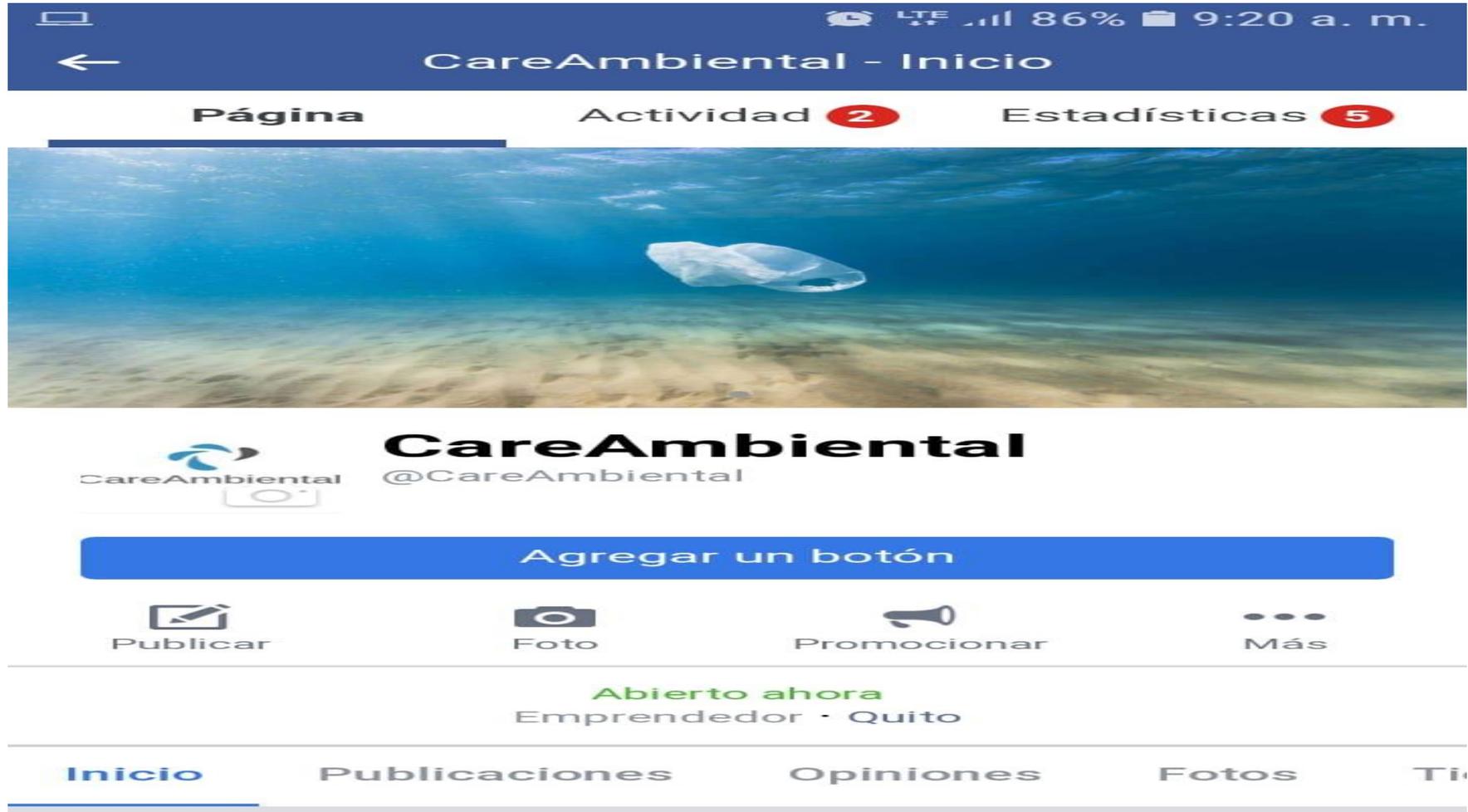
5. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría que la empresa de a conocer los productos?



Análisis

Dentro de la encuesta fue importante plantear la interrogante ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría que la empresa de a conocer los productos?, de esta manera se conoce que el 46% prefiere recibir información mediante las redes sociales, seguido con el 30% publicidad tradicional, parámetros a tomar en cuenta al momento de realizar la publicidad de la nueva organización.

Apéndice B Manejo de publicidad



Página Web

The image shows a browser window displaying the website for CareAmbiental. The browser's address bar shows the URL `fvela08.wixsite.com/careambiental`. Below the address bar, there are several open tabs, including "Aplicaciones", "Tareas // CRM MAR...", "e-billing", "Registro Civil", "Consulta de Proces...", "fop", "SRI en Línea - Cons...", "Sistema Portal de In...", and another "SRI en Línea - Cons...". A banner at the top of the browser window states: "Este página web se diseñó con la plataforma WIX.com. Crea tu página web hoy. Comienza ya".

The website header features the CareAmbiental logo on the left and navigation links for "Inicio", "Services", and "Comprar" with a shopping cart icon on the right.

The main content area has a background image of a lush green forest with a winding river. The text "Conozca a CAREAMBIENTAL" is centered in white. Below this, it says "Fundas biodegradables a base de almidón de yuca". A paragraph of text follows: "CAREAMBIENTAL ofrece una amplia gama de productos amigables con el ambiente con las herramientas y la experiencia necesarias para hacer crecer su negocio. Trabajamos junto con nuestros clientes de principio a fin centrándonos en sus necesidades, a la vez que producimos nuevas ideas, desarrollamos estrategias efectivas, y diseñamos fundas personalizadas para cada negocio de alta calidad. Contáctenos para obtener más información."

In the bottom right corner, there is a blue chat button with a smiley face icon and the text "¡Vamos a chatear!".

