



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TÍTULO:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION DE BOLSOS
DEPORTIVOS CONFECCIONADOS A BASE DE MATERIALES
RECICLADOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**AUTOR (A):
VACA HIDALGO FERNANDO ANDRE**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL**

**TUTOR:
Mgs. CESAR DANIEL GUTIERREZ ALARCON**

**Guayaquil, Ecuador
2013**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, Fernando André Vaca Hidalgo, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

TUTOR (A)

Econ. CESAR DANIEL GUTIERREZ ALARCON, Mgs.

REVISOR(ES)

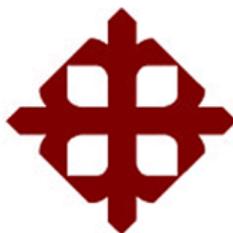
Ing. Luis Heliodoro Bravo Game, Mgs.

Ing. Pedro Denys Albuquerque Proaño, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Marcelo Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, a los 24 del mes de Abril del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Fernando André Vaca Hidalgo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Bolsos deportivos confeccionados a base de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 24 del mes de Abril del año 2014

EL AUTOR (A)

Fernando André Vaca Hidalgo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Fernando André Vaca Hidalgo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Estudio de Factibilidad para la producción deportivos confeccionados a base de materiales reciclados, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 días del mes de Abril del año 2014

EL AUTOR:

Fernando André Vaca Hidalgo

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo principalmente a Dios por darme vida, prestarme perseverancia, no quitarme la paciencia y regalarme a mi familia

A mi padre que es mi motor de inspiración y al cual amo con mi vida por ser mi apoyo incondicional en esta etapa larga, quien fue padre y madre a la vez, gracias por tu mejor esfuerzo

A mi mami Amada, mi segunda madre quien con mucha paciencia y mucho amor me crio e hizo de mí y de mis hermanos unas personas de bien con sus enseñanzas sabias

A mi familia que es la pieza fundamental de este gran motor con el apoyo, el aliento y el cariño que me dieron desde muy pequeño

A la UCSG por acogerme en sus instalaciones y docentes por mucho tiempo y brindarme los conocimientos necesarios para usarlos a diario

A una persona en especial que me dio aliento y siempre confió que podía lograrlo Pierina Fernández.

FERNANDO ANDRE VACA HIDALGO

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a Fernando Vaca Espinoza, mi papa y a todos aquellos seres queridos que no pudieron estar presentes en cuerpo pero desde el cielo me iluminaron y me dieron fuerza para culminar este largo camino, a mi mama que siempre me mantuvo sereno con su presencia, hizo que no me sintiera derrotado, mayita, cachi, papi ángel, este trabajo va por ustedes

FERNANDO ANDRE VACA HIDALGO

DECLARACIÓN

“Yo, Fernando André Vaca Hidalgo declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales”

Fernando André Vaca Hidalgo

FIRMA

AUTORÍA

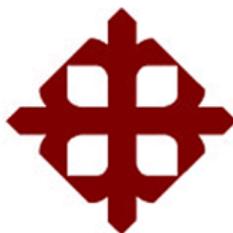
Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias, son en su totalidad de absoluta responsabilidad del autor.

FERNANDO ANDRE VACA HIDAGO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Mgs. Cesar Daniel Gutiérrez Alarcón
PROFESOR GUIA O TUTOR

Mgs. Darío Marcelo Vergara Pereira
PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Mgs. CESAR DANIEL GUTIERREZ ALARCON

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
RESUMEN (ABSTRACT).....	xx
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
Capítulo I	- 2 -
1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 2 -
1.1 TITULO DEL TEMA	- 2 -
1.2 RAZONES QUE MOTIVARON ESTE ESTUDIO.....	- 2 -
1.3 JUSTIFICACIÓN	- 2 -
1.4 PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO	- 3 -
1.4.1 PROBLEMA	- 3 -
1.4.2 ALCANCE Y LIMITACIONES.....	- 3 -
1.5 ANTECEDENTES	- 4 -
1.6 OBJETIVOS.....	- 5 -
1.6.1 OBJETIVO GENERAL:.....	- 5 -
1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	- 5 -
1.7 MARCO TEÓRICO	- 5 -
1.7.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	- 5 -
1.7.2 ESTUDIO DE MERCADO.....	- 6 -
1.7.3 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	- 8 -
1.7.4 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO	- 9 -

1.7.5	MARCO LEGAL.....	- 9 -
1.7.6	LOCALIZACION DEL PROYECTO.....	- 10 -
1.7.7	ESTUDIO TECNICO Y OPERATIVO.....	- 10 -
1.7.8	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO.....	- 11 -
1.7.9	METODOLOGÍA.....	- 13 -
Capítulo II		- 16 -
2	ESTUDIO E INVESTIGACION DE MERCADO.....	- 16 -
2.1	INTRODUCCIÓN	- 16 -
2.2	ANALISIS FODA	- 16 -
2.2.1	FORTALEZAS:.....	- 16 -
2.2.2	OPORTUNIDADES:.....	- 17 -
2.2.3	DEBILIDADES:.....	- 17 -
2.2.4	AMENAZAS:	- 17 -
2.3	ANÁLISIS PEST	- 18 -
2.3.1	ENTORNO POLÍTICO.....	- 18 -
2.3.2	ENTORNO ECONÓMICO	- 18 -
2.3.3	SOCIAL.....	- 18 -
2.3.4	TECNOLÓGICO	- 19 -
2.4	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	- 19 -
2.5	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	- 20 -
2.6	ENCUESTA REALIZADA.....	- 21 -
2.6.1	FINALIDAD.....	- 22 -
2.6.2	OBJETIVOS	- 22 -
2.6.3	RESULTADOS.....	- 23 -
2.7	DEMANDA INSATISFECHA	- 29 -
2.8	MERCADO OBJETIVO	- 29 -
2.9	OFERTA	- 30 -

2.9.1	OFERTA DEL MERCADO	- 30 -
2.10	INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA	- 30 -
2.10.1	COMPETIDOR DIRECTO	- 30 -
2.10.2	COMPETIDOR INDIRECTO	- 33 -
2.11	PLAN DE MARKETING.....	- 35 -
2.11.1	ANÁLISIS PORTER DE LAS 5 FUERZAS.....	- 36 -
2.11.2	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	- 37 -
2.11.3	POSICIONAMIENTO.....	- 38 -
2.11.4	MARKETING MIX.....	- 39 -
2.11.5	PROMOCIÓN POR MEDIO DE LA WEB.....	- 41 -
2.11.6	PROMOCIÓN POR MEDIO IMPRESO FOLLETOS Y PUBLICIDAD IMPRESA.....	- 44 -
2.12	CONCLUSION.....	- 46 -
Capitulo III	- 48 -
3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	- 48 -
3.1	INTRODUCCION	- 48 -
3.2	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	- 48 -
3.3	IDEA DEL PRODUCTO	- 48 -
3.4	IDEA DEL NEGOCIO	- 49 -
3.5	TIPO DE EMPRESA.....	- 49 -
3.6	ACCIONISTAS	- 50 -
3.7	LA ADMINISTRACION.....	- 50 -
3.8	ORGANIGRAMA	- 52 -
3.8.1	DISTRIBUCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....	- 53 -
3.8.2	GOBIERNO CORPORATIVO	- 56 -
3.8.3	Plan Estratégico	- 56 -
3.8.4	OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	- 57 -
➤	Objetivos General.....	- 57 -

➤	Objetivos Específicos	- 57 -
3.9	MARCO LEGAL.....	- 57 -
3.10	Conclusión.....	- 71 -
Capitulo IV.....		- 72 -
4	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	- 72 -
4.1	INTRODUCCIÓN	- 72 -
4.2	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	- 72 -
4.2.1	Macro Localización	- 74 -
4.2.2	Micro Localización.....	- 74 -
4.3	Factores Geográficos	- 74 -
4.4	Factores Institucionales.....	- 74 -
4.5	Factores Sociales.....	- 75 -
4.6	ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO.....	- 75 -
4.6.1	DISEÑO DEL PRODUCTO	- 76 -
4.6.2	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	- 77 -
4.6.3	DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	- 78 -
4.6.4	DISEÑO DE LA PLANTA.....	- 80 -
4.6.5	ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO	- 81 -
4.6.6	VIDA UTIL DEL PROYECTO	- 81 -
4.6.7	SISTEMAS DE: CONTROL DE LA CALIDAD, DE EMPAQUE, DE TRANSPORTE, DE ALMACENAMIENTO.....	- 82 -
•	CONTROL DE CALIDAD	- 82 -
•	EMPAQUE.....	- 82 -
•	TRANSPORTE	- 82 -
•	ALMACENAMIENTO.....	- 83 -
4.6.8	ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMA	- 83 -
•	ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS	- 83 -

•	MATERIA PRIMA	- 84 -
•	LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICA DE LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN	- 85 -
•	PERIODOS DE DISPONIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN.....	- 85 -
•	PRODUCCIÓN DISPONIBLE PARA EL PROYECTO.....	- 85 -
•	PROGRAMACIÓN DE ABASTECIMIENTO	- 85 -
4.7	CONCLUSIÓN.....	- 86 -
Capítulo V.....		- 87 -
5	ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	- 87 -
5.1	INTRODUCCION	- 87 -
5.2	PROYECCION DE LA INFLACION.....	- 87 -
5.3	PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUBLICIDAD.....	- 88 -
5.4	PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA.....	- 90 -
5.5	SUELDO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	- 91 -
5.6	MATERIALES INDIRECTOS.....	- 91 -
5.7	PROYECCION DE VENTAS.....	- 92 -
5.8	OTROS GASTOS DE LA EMPRESA	- 93 -
5.9	COSTO TOTAL DE LAS OPERACIONES.....	- 93 -
5.10	INVERSION INICIAL ACTIVOS DE LA EMPRESA.....	- 94 -
5.11	RESUMEN DE ACTIVOS DE LA EMPRESA.....	- 95 -
5.12	ACTIVOS FIJOS OPERACIONAL.....	- 95 -
5.13	ACTIVOS DIFERIDOS	- 96 -
5.14	INVERSION TOTAL DE ACTIVOS	- 96 -
5.15	PLAN DE INVERSION	- 97 -
5.16	FINANCIAMIENTO	- 97 -
5.17	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	- 98 -
5.18	RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	- 99 -
5.19	VENTAS.....	- 99 -

5.20	TMAR MIXTA.....	- 100 -
5.21	ESTADO DE RESULTADOS	- 100 -
5.22	FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	- 100 -
5.23	INDICADORES DE RENDIMIENTO	- 101 -
5.24	BALANCE GENERAL.....	- 102 -
5.25	PUNTO DE EQUILIBRIO	- 102 -
5.26	CONCLUSIÓN.....	- 103 -
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO	- 104 -
7	BIBLIOGRAFÍA.....	- 105 -
8	GLOSARIO.....	- 108 -
9	ANEXOS.....	- 110 -
9.1.1	ANEXO 1 - MODELO DE ENCUESTA.....	- 110 -
9.1.2	ANEXO 2 – RESULTADOS COMPLETOS DE ENCUESTAS.....	- 111 -

ÍNDICE DE TABLAS

tablas	# Página
Tabla # 1	29
Tabla # 2	35
Tabla # 3	50
Cuadro # 1	88
Cuadro # 2	88
Cuadro # 3	89
Cuadro # 4	89
Cuadro # 5	90
Cuadro # 6	90
Cuadro # 7	90
Cuadro # 8	90
Cuadro # 9	91
Cuadro # 10	91
Cuadro # 11	91
Cuadro # 12	91
Cuadro # 13	91
Cuadro # 14	92
Cuadro # 15	92
Cuadro # 16	93
Cuadro # 17	93
Cuadro # 18	94
Cuadro # 19	94
Cuadro # 22	95
Cuadro # 23	95
Cuadro # 24	96
Cuadro # 25	96
Cuadro # 27	97
Cuadro # 28	97
Cuadro # 29	98
Cuadro # 30	98
Cuadro # 31	98
Cuadro # 32	99
Cuadro # 16	99

Cuadro # 36	100
Cuadro # 38	100
Cuadro # 39	100
Cuadro # 40	100
Cuadro # 42	101
Cuadro # 43	101
Cuadro # 44	102
Cuadro# 45	102
Cuadro# 46	102
Cuadro# 47	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Diagrama #	# Página
Diagrama # 1	23
Diagrama # 2	23
Diagrama # 3	24
Diagrama # 4	24
Diagrama # 5	25
Diagrama # 6	25
Diagrama # 7	26
Diagrama # 8	26
Diagrama # 9	27
Diagrama # 10	27
Diagrama # 11	28
Diagrama # 12	28
Diagrama # 13	35
Diagrama # 14	52

RESUMEN (ABSTRACT)

El reciente trabajo tiene como objetivo presentar un estudio de factibilidad donde se presente el desarrollo del proceso para fabricación de bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil. El proyecto se enfocó en desarrollar una empresa innovadora y desarrollara un plan de negocios con una estructura viable altamente competitiva que satisfaga las necesidades de los consumidores y sobre todo reduzca en un porcentaje favorable para la ciudad la reducción de residuos reutilizables sin uso alguno.

Palabras Claves:

- **REDUCIR**, acciones para reducir la producción de objetos idóneos de convertirse en residuos.
- **REUTILIZAR**, conjunto de acciones que permite el volver a usar un determinado producto para darle una segunda vida, con el mismo uso u otro diferente.
- **RECICLAR**, el conjunto de proceso de recogida y trato de residuos que permiten que vuelvan en un ciclo de vida.
- **RESIDUOS**, Componentes que terminan su ciclo de ser utilizables y permanecen en estado de material sin uso.
- **BOLSOS**, o bolsa de mano que sirve para transportar materiales de carga ligera y de uso diario o deportivo.
- **DEPORTE**, actividad que necesita el cuerpo humano para mantenerse sano y saludable

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta el desarrollo del proceso de optimización para fabricación de bolsos reciclados. El proyecto se enfocó en desarrollar una empresa que ofrezca algo totalmente nuevo cuya actividad sea el diseño, confección y venta de bolsos de tela reciclada, que se ajuste a las necesidades de la población y que al mismo tiempo apunte a ser un negocio altamente rentable y viable, la idea del proyecto surge de la alta demanda deportiva de la zona de Guayaquil donde será ubicado el proyecto.

Estamos conscientes de dos factores muy importantes en la actualidad: el problema ambiental y la crisis económica en el país, es por esto que ofreciendo un producto económico y que al mismo tiempo ayude al problema ambiental los análisis de viabilidad financiera y económica para comprobar la rentabilidad del proyecto y los tiempos de recuperación de inversión ajustada a varios escenarios nos dieron resultados positivos y al mismo tiempo es una señal que la empresa tiene índices muy altos de rentabilidad

Por medio de la investigación de mercado se determinó el segmento por el cual debemos seguir que es el status social medio alto y por el cual debemos cumplir para satisfacer nuestras metas y para llegar a una eficiencia, estrategias de marketing junto a los precios a considerar y los costos de producción, también como llegar a los compradores y la aceptación total según nuestro target, además permitió obtener el mejor modelo de tecnología para aplicar el mejor producto para nuestros clientes.

Capítulo I

1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TITULO DEL TEMA

Estudio de factibilidad para la producción de bolsos deportivos confeccionados a base de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil

1.2 RAZONES QUE MOTIVARON ESTE ESTUDIO

El proyecto de factibilidad para la producción de bolsos deportivos confeccionados con materiales reciclados es una idea que puede ser viable ya que en esta época se ha comenzado a orientar a los ciudadanos para que opten por practicar una cultura “verde” en su quehacer cotidiano, en su vida laboral y profesional. Esto significa que paulatinamente se están implementando leyes y normas para el control de la contaminación y consecuentemente la preservación del medio ambiente. Dentro de este escenario nace la propuesta innovadora de que en nuestra sociedad se haga uso de materiales reciclados para la práctica deportiva.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El estudio de factibilidad para las producciones de bolsos deportivos confeccionados a base de materiales reciclados pueden ser muy ventajosos en algunos aspectos, tanto lo saludable para la motivación de todas las personas que quieran mantener una vida activa realizando actividades deportivas y en la parte ambiental preservando el ecosistema confeccionándolos con los desechos que se demoran en eliminarse y son un peligro para el planeta, estos bolsos servirán para dar mayor comodidad y ayudar a trasladar los utensilios deportivos de toda índole a los lugares donde se los necesite y en toda ocasión.

Toda persona que desee tener una vida activa y saludable se beneficiara directa e indirectamente ya que los bolsos son para todo tipo de ocasión no necesariamente serian para deportistas, sino para todas las personas que les importe su salud y sobre todo la salud del planeta reduciendo la contaminación

y preservando estos residuos que serían un problema para cada una de las especies que lo habitan, incluyendo el ser humano, los resultados positivos de esta iniciativa ayudarían a culturizar esta generación y las que vengan a una vida de preservación ambiental reciclando y dando el uso máximo de todos los desechos sobre todo si se los puede utilizar para una vida saludable.

Los bolsos ayudarían al problema que estamos atravesando en la actualidad que es el calentamiento global, reduciendo proporcionalmente la emisión de CO₂ por la emisión de estos desechos que irresponsablemente son enviados a la basura y que son incinerados o enterrados para su desintegración sin tener conciencia que eso serían miles de años para que desaparezcan, esta innovación puede ser el inicio de futuros proyectos que el objetivo principal sea la preservación del planeta con esta rama deportiva que es la más común por el ser humano y la más popular, combinando estilo con responsabilidad y conciencia ecológica, como también mejorar procesos en la producción de bolsos que son confeccionados con otro tipo de materiales sin buscar el bien común de todos.

1.4 PLANTEAMIENTO Y DELIMITACIÓN DEL TEMA DE ESTUDIO

1.4.1 PROBLEMA

El exceso de desechos que están en el medio ambiente y principalmente en la ciudad de Guayaquil sin ser optimizados por las empresas donde aún no se toma conciencia del problema que está atravesando el planeta, y las personas que no tienen recursos suficientes para obtener bolsos deportivos de marcas reconocidas y así movilizarse a realizar actividades deportivas o de cualquier índole.

1.4.2 ALCANCE Y LIMITACIONES

- **ALCANCE**

El proyecto será una iniciativa favorable con un impacto positivo para la sociedad consiente que desee cambiar la situación actual que atraviesa el planeta, además permitirá acceso a personas jóvenes emprendedores que

deseen aportar con ideas nuevas este proyecto innovador e implementar nuevos estilos de ahorro de desechos con una cultura verde.

- **LIMITACIONES**

El poco interés por las actividades deportivas y la preservación de materiales desechables para su reúso pueden ser factor limitante para el desempeño optimizado del proyecto, a más la poca participación por parte del estado en la inversión del mismo por no llenar las suficientes expectativas.

1.5 ANTECEDENTES

El reciclaje es un proceso de transformación física de materiales que ya no sirven para el ser humano en su vida diaria después de su ciclo de vida, que consiste en someter a una materia o un producto ya utilizado, a un ciclo de tratamiento especial para obtener una materia prima para que esta pueda ser utilizada en la elaboración de un nuevo producto para su reutilización.

Según estudios demuestran la evidencia más temprana de la colección de basura organizada fue hace 400 A.C. con los griegos clásicos, Los griegos comenzaron lo que reconoceríamos como descarga municipal. En 1690 la familia de Rittenhouse abrió el primer papel que reciclaba el molino en los bancos de la cala de Wissahickon cerca de Philadelphia. En New York City 1897 abierto el primer centro de reciclaje en los E.E.U.U.

En el Ecuador inicio con el proceso de reciclaje en el año 1970, donde comenzó su actividad productiva una fábrica de papel que utilizaba material reciclado como materia prima, como también llegaron a formar parte las fábricas de papel, plásticos, vidrio, metalúrgicas y siderúrgica.

El calentamiento global es una responsabilidad de todos y causa gran preocupación por todos los países consumista, Si todo el papel fuese reutilizado podríamos ahorrar 250 millones de árboles cada año. Un árbol absorbe aproximadamente 14 libras de dióxido de carbono cada año. Esos 250 millones de árboles podían absorber 3.5 trillón libras de dióxido de carbono cada año.

En el reciclaje existen estrategias de tratamiento de residuos de las tres erres:

Reducir, acciones para reducir la producción de objetos idóneos de convertirse en residuos.

Reutilizar, conjunto de acciones que permite el volver a usar un determinado producto para darle una segunda vida, con el mismo uso u otro diferente.

Reciclar, el conjunto de proceso de recogida y trato de residuos que permiten que vuelvan en un ciclo de vida.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL:

Elaborar un estudio de factibilidad para la producción de bolsos deportivos confeccionados a base de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Elaborar el estudio de mercado.
- Establecer la estrategia de marketing.
- Establecer el diseño organizacional del proyecto.
- Establecer el marco legal del proyecto.
- Determinar la localización del proyecto.
- Realizar el estudio técnico y operativo del proyecto.
- Realizar el estudio económico y financiero del proyecto.

1.7 MARCO TEÓRICO

1.7.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según Rafael Luna Damaris Chávez (2001) El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

·Si el negocio que se propone tendrá éxito o será un fracaso, y en cuales escenarios estos deben desarrollarse para que tengan una acogida exitosa.

Si el negocio por formarse esta bien enfocado en favorecer con la conservación, protección, preservación o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Como también la responsabilidad que conlleva por la limitación de recursos y la optimización de los mismos para sus costos.

Además la buena toma de decisiones para fortalecer el proyecto con inversiones que serán la parte más importante para que se desarrolle el proyecto.

1.7.2 ESTUDIO DE MERCADO

Dentro de la estructura para desarrollar un estudio de factibilidad es preciso poder definir claramente criterios que nos ayuden a realizar los diferentes análisis para llevarlo a cabo, se analizara y realizara una definición de lo que necesitamos, por lo que se debe empezar por realizar una investigación de mercado ya que es la herramienta principal para poder decidir que producir. Marcela Benassini (2009) menciona en su libro que La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. Marcela Benassini (2009) también explica que un estudio de mercado es una ayuda para poder comprender su naturaleza, identificar necesidades, problemas y aprovechar oportunidades, además de evaluar y desarrollar alternativas de acción de marketing. En el caso de entidades públicas que hagan uso de estos métodos, facilitara en el desarrollo del proyecto realizando un mejor panorama que les permite tomar mejores decisiones acertadas sin márgenes de error elevadas tipo económico, político y social.

Naresh - Malhotra (2008) dice que la investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. Para la elaboración de la investigación de mercados se tomará en cuenta los procesos

de Naresh- Malhotra y de Marcela Benassini que en sus libros de aprendizaje los autores coinciden en la importancia de investigaciones cuantitativas descriptivas por la información acertada en la recopilación de datos al momento de realizar encuestas para las proyecciones estadísticas en el lanzamiento de un nuevo producto.

La investigación de mercado será cuantitativa por los que el producto necesitara de datos primarios que serán recolectados. Malhotra (2008) sostiene la investigación cuantitativa busca cuantificar los datos y, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico. Cada vez que se trate un nuevo problema de investigación de mercados, la investigación cuantitativa debe estar precedida por la investigación cualitativa adecuada

Se utilizará un tipo de técnica para recolectar datos en la investigación de mercado, ya que se maneja de forma cuantitativa o concluyente descriptiva, la primera y la principal serán las encuestas estructuradas no disfrazadas, vía electrónica debido a la rapidez de su respuesta y reducción de costos según Benassini (2009). Luego de ver los resultados obtenidos y no es suficiente la información será una investigación cualitativa para reforzar la información recolectada ya que según Malhotra (2008) la investigación cualitativa y la cuantitativa en combinación ofrecen valiosos conocimientos que ayudan a formular estrategias de marketing exitosas y se maneja con focus group ya que para Naresh(2008) consiste en obtener información al escuchar a un grupo de personas del mercado meta apropiada hablar sobre temas de interés para el investigador.

La información obtenida por medio de la investigación de mercado será analizada de forma descriptiva con medidas de dispersión. Benassini (2009) sustenta que son complementarias a las medidas de tendencia central. Su aplicación además de saber cómo están agrupados los datos, también debemos conocer cómo se dispersan en su distribución respecto del promedio, a fin de llevarnos casi con la realidad en el momento de describirlos e interpretarlos para la toma de decisiones. La información luego que esta

completada en su totalidad será tabulada y analizada con datos estadísticos que sustenten el impacto del producto.

1.7.3 ESTRATEGIA DE MARKETING

Para la elaboración de la estrategia de marketing se tomará en consideración los resultados dados por el estudio de mercado. La estrategia de mercado se basará en la teoría de proceso de estrategia de marketing de O.C.Ferrell (2006). Una estrategia de marketing se compone de uno o más programas de marketing, cada programa consiste en dos elementos: un mercado meta y una mezcla de marketing que en ocasiones se las conoce como las 4 P (producto, precio, plaza y promoción), una empresa debe señalar la combinación correcta de mercado a fin de crear ventajas competitivas que la distingan de sus rivales.

Ferrell (2006) nos indica la importancia de la planeación estratégica de marketing y lo complejo o lo sencillo que puede desarrollarse, si llega una complicación en identificar las debilidades y fortalezas de la empresa grande o pequeña, Ferrell señala que se debería imaginarse un embudo los problemas para filtrar la misión, la visión y el objetivo de la empresa para el mejoramiento corporativo al momento de tomar decisiones.

La segunda estrategia que usaremos es la matriz del análisis FODA (fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas) Según lo señala Ferrell (2006) comprende el ambiente interno y externo de la empresa y es una de la herramientas más efectivas, con estructura sencilla y directa que proporciona desarrollo de planes de marketing viables y si llega usarse correctamente se podrían desarrollar ventajas estratégicas.

1.7.4 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO

BursaXtreme contara con una estructura organizacional funcional simple, Amaru (2010) indica que el modelo funcional es apropiado para organizaciones que empiezan su ciclo de vida y que es una forma sencilla de departamentalización, ya que se asigna funciones por cada departamento y que se puede usar en las organizaciones grandes como pequeñas además, que a partir de esta estructura se puede evolucionar a diseños más complejos a medida que la empresa vaya creciendo.

Hitt (2006) nos indica que la toma de decisiones es como el proceso de especificar la naturaleza de un problema o una oportunidad particulares y de seleccionar entre las alternativas disponibles para resolver un problema o aprovechar una oportunidad la importancia de la toma de decisiones individual y grupal, y dentro de esta toma de decisiones.

Dentro de la estructura funcional que la empresa empezara como organización y con esos parámetros según Hitt (2006) indica que El modelo racional (también conocido como modelo clásico) constituye el primer intento por explicar los procesos que hay en la decisión y será el más indicado por lo sencillo de su estructura que encaja con la estructura organizacional.

1.7.5 MARCO LEGAL

En lo referente a la legislación sobre aspectos laborables, el Código de Trabajo en su Título 1 Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11 del título 2 capítulo 3 con sus artículos respectivos artículos referente a los derechos laborales del trabajador. Estos artículos disponen proteger los derechos de los trabajadores que vayan a ser contratados para trabajar en los procesos referentes a la producción de los bolsos deportivos.

En el título 1 capítulo 11 se refiere a la Ley de Seguridad Social nos indica todos los beneficios por ley y la importancia del empleado para el empleador y tenga la facultad y obligación de pedir sus derechos.

La empresa será regulada por la Superintendencia de Compañías desde su inicialización mediante la inestructiva constitución de una compañía anónima, y como será constituida en Guayaquil todos los permisos que fueran necesarios para que se ponga en funcionamiento desde el primer día.

La empresa también será controlada por el servicio de rentas internas por lo que es importante conocer todos sus artículos como actualizaciones de la ley del régimen tributario interno capítulo 1, 2,3 para no tener contingencias tributarias y cumplir con los tributos al fisco, como también todas los pasos para que se pueda establecer la empresa según los parámetros que establece dicha entidad de control.

1.7.6 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Como nos indica Baca (2010) la localización óptima de un proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. El método que se usara según Baca (2010) será el método cuantitativo de Vogel para determinar la localización óptima del proyecto, el método cuantitativo de Vogel consiste en un análisis de los costos de transporte, tanto de materia primas como de productos terminados, entre sus ventajas esta que es un método preciso e imparcial ya que se escogerá el sitio que produzca el menor costo posible ya sea de materia prima, transporte o producto terminado.

1.7.7 ESTUDIO TECNICO Y OPERATIVO

Sapag (2012) indica que el estudio técnico y operativo, tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente deben aplicarse procedimientos y tecnologías modernizadas, Sapag (2012) indica que uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos en la producción del bien y que de la información recolectada se podrá cubrir las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, en la marcha y posterior del proyecto, también

indica que el análisis de estos datos se podrá cuantificar las necesidades de mano de obra.

Baca (2010) los objetivos del análisis técnico – operativo son verificar la técnica del producción del producto como también analizar y determinar el tamaño óptimo de la planta a utilizar, representando por medio de diagramas dentro del sistema de procesos del proyecto, dentro de ello la localización, el tamaño óptimo, análisis de disponibilidad y costo de suministros, identificación, descripción del proceso, determinación de la organización humana son las partes que conforman el estudio técnico.

1.7.8 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO

➤ ESTUDIO ECONOMICO

Baca (2010) indica el estudio económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analísticos que sirven de base para la evaluación económica. También pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, una de las partes más importantes del estudio es la determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento.

Gitman (2012) señala que para el estudio económico de la compañía se debe obtener estados financieros antes de proceder al estudio financiero del proyecto. El primero es el estado de pérdidas y ganancias el cual proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa en un periodo específico. El estado de solución financiera que es un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. El tercero es el estado de flujos de efectivo que proporciona un resumen de los flujos de efectivos operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambio en el efectivo y los valore negociable de la empresa durante el periodo. El fin del estudio económico es obtener estos tres estados financieros mediante la el cálculo de los ingresos, costos financieros, costos totales de producción y de administración, pago de deudas, ventas, inversión

fija y diferida, depreciaciones, amortizaciones, capital de trabajo y el costo de capital.

➤ **ESTUDIO FINANCIERO**

Para el autor Baca (2010) el estudio financiero o evaluación financiera son métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y muestra la aplicación práctica de ambos.

Ross (2012) indica que Para medir el nivel de apalancamiento de la empresa se manejará la medida de razón de endeudamiento y la cobertura de los intereses. Para medir la rentabilidad se recurrirá a los índices de margen de utilidad, rendimiento sobre los activos, rendimiento sobre el capital y razón de pago. Finalmente se medirá la razón del valor de mercado. Se utilizarán para medir la razón precio-utilidad.

También nos indica Baca (2012) el análisis y la administración del riesgo es un enfoque analítico-administrativo, porque no solo cuantifica el riesgo, sino que, mediante su administración, previene la quiebra de la inversión al anticipar una situación para evitarla.

Ross (2012) indica que los estados financieros no proveen con la información antes mencionada. Para medir la solvencia a corto plazo se utilizara las medidas de liquidez contable razón circulante y prueba acida. Para medir la actividad se utilizará la medición de rotación total de activos, rotación de las cuentas por cobrar y la rotación de inventarios.

El análisis financiero, por lo tanto, es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones, gracias al análisis financiero, es posible estimar el rendimiento de una inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos de una empresa alcanza para afrontar los pagos, entre otras cuestiones.

El análisis financiero ayuda a comprender el funcionamiento del negocio y a maximizar la rentabilidad a partir de la actuación sobre los recursos existentes. Los directivos pueden acceder a información sobre el efecto esperado de las decisiones estratégicas.

Los inversores también apelan al análisis financiero para analizar el grado de riesgo de sus decisiones y para fijar los objetivos a cumplir. Los prestamistas y acreedores, por último, usan el análisis financiero para determinar qué riesgo existe para el cobro de un crédito o préstamo.

El análisis financiero es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del pasado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia

1.7.9 METODOLOGÍA

➤ Determinación del Método de investigación

La metodología de investigación mantendrá un enfoque principal cuantitativo y secundario cualitativo, utilizada en estudios de casos que servirá para el desarrollo de una forma aplicada a los capítulos a desarrollarse en la tesis.

Los métodos a utilizarse serán los siguientes:

- El método exploratorio, que servirá para conocer, e investigar los temas novedosos a resolver en base a los problemas que enfrenta la realización del tema de tesis.
- El método explicativo, que servirá para encontrar las razones del porque debería ser viable el desarrollo del tema de tesis.

Después de los resultados que determinen la metodología a realizarse, se buscare el objetivo principal que es el estudio de factibilidad para tener una vista más cercana a la realidad de la resolución de los problemas a resolver y que conllevan al desarrollo del tema de tesis.

➤ Estudio de mercado

Se realizara encuestas a un grupo de personas de un rango de 15 a 35 años en la ciudad de Guayaquil de actividad económica media baja que tienen una vida deportiva activa y reunión de grupos focales del mismo rango para determinar la tendencia y diseños de los bolsos.

➤ **Estrategia Marketing**

Se realizara un estudio de empresas en Guayaquil que se dediquen a la fabricación de bolsos y se evaluara modelos sencillos como profesionales para poder sacar un modelo aproximado de la producción de bolsos con material reciclado así también la promoción, la plaza, también para observar las fortalezas y debilidades del proyecto se hará un estudio profundo.

➤ **Diseño organizacional**

Teniendo en cuenta que no existen empresas de este tipo evaluaremos empresas que produzcan bolsos como también empresas que reciclen para tener un modelo organizacional que se pueda optimizar y mejorar a medida que se vayan creando funciones.

➤ **Marco legal**

Se pedirá asesoría por parte de la superintendencia de compañías para poder establecer la compañía legalmente como también asesoría por parte del servicio de rentas internas para cumplir con todos los tributos necesarios.

➤ **Localización del proyecto**

Se buscara un lugar al norte de la ciudad de Guayaquil para empezar por costos de obra civil y transportación baratos ya que se busca reducir al máximo los costos, además el sector es altamente deportivo y donde se podrá recoger la información necesaria en las encuestas

➤ **Estudio técnico y operativo del proyecto**

Se realizara un estudio del proceso de fabricación de bolsos y transportación, como también la tecnología para procesar los materiales reciclados en este caso vallas publicitarias y llantas para poder tener una idea más clara y así empezar a fusionar los 2 procesos.

➤ **Estudio económico y financiero del proyecto**

Se investigara los estados financieros de empresas de producción que se asemejen al proyecto y también se buscara asesoría financiera, la idea es obtener 3 estados financieros como estado de pérdidas y ganancias, Estado de Solución Financiera, estado de flujos de efectivo

➤ **Técnicas de recogida y análisis de investigación**

Las 2 técnicas de recolección que utilizaremos para el estudio de datos serán las siguientes:

Encuestas: Se elaboraran encuestas mediante vía electrónica acordes a posibles consumidores, que será la principal técnica de recolección de datos

Grupos Focales: Se realizaran reuniones a personas claves de distinto género y edad para el estudio del impacto de los bolsos, que será la complementaria para confirmar el estudio.

Una vez que se complete el análisis de toda la información, se realizara la tabulación de los datos que se recogerán de las técnicas nombradas anteriormente, para poder elaborar los cuadros estadísticos necesarios con sus resultados y que ayudaran para elaborar la propuesta del estudio de factibilidad para la producción de bolsos deportivos con material desechable en la ciudad de Guayaquil como objeto del desarrollo del tema antes expuesto.

Capítulo II

2 ESTUDIO E INVESTIGACION DE MERCADO

2.1 INTRODUCCIÓN

El siguiente capítulo trata de explicar las estrategias que se usaran en la recopilación de datos para medir la aceptación que tendrá el producto de bolso deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil, se utilizara dos métodos de investigación, cuantitativo mediante encuestas por vía electrónica lo cual es importante para ver los resultados y hacer proyecciones estadísticas según las propuestas de NARESH MALHOTRA y MARCELA BENASSINI y la cualitativa para reforzar la información recolectada en caso que sea necesaria por falta de posibles consumidores, para el tamaño de la muestra se contara con la siguiente formula, la cual se verá en el desarrollo del capítulo su implementación.

2.2 ANALISIS FODA

2.2.1 FORTALEZAS:

- ✓ Originalidad e innovación constante de ideas y creaciones
- ✓ No hay mayor competencia en la industria que combine el deporte con la ecología.
- ✓ Poseemos una imagen empresarial sólida y seria con conciencia ecológica
- ✓ Soportes gráficos reales de los productos para sustentar nuestra promoción
- ✓ Ubicación estratégicamente viable de la oficina para una entrega más eficiente de pedidos
- ✓ Excelencia en Prestación de servicios por parte de nuestro personal en cada uno de los detalles que componen la entrega

2.2.2 OPORTUNIDADES:

- ✓ Involucrarnos en la industria de promocionales ofreciendo detalles originales que soporten las políticas de incentivos y fidelidad de clientes internos y externos de las empresas ecuatorianas.
- ✓ Ampliar nuestros servicios a la industria de organización de eventos, ofreciendo servicios profesionales y originales.
- ✓ Posibilidad de formar una cadena de tiendas de regalos dentro del Ecuador a través de franquicias.

2.2.3 DEBILIDADES:

- ✓ Empresa pequeña con poca capacidad para responder pedidos de último momento.
- ✓ Dependencia de costureros artesanales y no tener bases actualizadas.
- ✓ No manejamos un software que nos mantenga al tanto de niveles de inventarios.
- ✓ Dificultad de realizar compras al por mayor, para abaratar costos, ya que los detalles no vienen en masa sino personalizados y son continuamente renovados.
- ✓ Poco presupuesto para crear una campaña de marketing grande que nos permita darnos a conocer antes de que se cree competencia copiando las ideas.

2.2.4 AMENAZAS:

- ✓ Facilidad de que otras personas plagien la idea y los detalles propuestos.
- ✓ Que las empresas deportivas, con clientes fijos e infraestructuras adecuadas, amplíen sus servicios a los nuestros dando el mismo servicio.

2.3 ANÁLISIS PEST

2.3.1 ENTORNO POLÍTICO

El Ecuador está atravesando tiempos de cambios para el emprendimiento y las oportunidades para pequeños empresarios, comparado con años anteriores la estabilidad política se ha mantenido estos últimos 8 años con una pendiente positiva y sin restricciones para la inversión dando facilidades de créditos en proyectos que impulsan el desarrollo del país.

2.3.2 ENTORNO ECONÓMICO

La inversión pública y privada es un motor importante por no decir vital para el desarrollo de proyectos que impulsan el desarrollo económico, por los ingresos que perciben el país, impuestos, divisas, etc. Generando plazas de trabajo y aportando con la sociedad y el país con la disminución del desempleo.

Existen instituciones financieras que facilitan los créditos para proyectos entregando formalmente su estructura, es una ayuda para fomentar el desarrollo empresarial a emprendedores que inician actividades y logren de alguna manera a disminuir los altos índices que atraviesa el país actualmente en pobreza y desempleo.

2.3.3 SOCIAL

La cultura en la sociedad en la que vivimos ha evolucionado en todo aspecto, ya que el consumidor no solo busca el mejor producto sino que busca el beneficio adicional que puede brindar el producto o servicio que se ofrece, a lo que llamamos y determinamos como valor agregado que las empresas adicionan a sus productos terminados

Esta cultura no solamente ha llevado a ser consumidores en potencia sino analizar los beneficios que esto conlleva producirlo como es el caso de las conciencia ambiental y el cuidado a tener una vida saludable por lo que podemos observar la fomentación de más áreas verdes y la actividad deportiva para toda la población, así la empresa se desarrollara en la combinación con el

cuidado de dos cosas muy importantes, como lo es el cuerpo humano y nuestro planeta.

2.3.4 TECNOLÓGICO

El tipo de producto que se ofrecerá cuenta actualmente con nivel de tecnología medio, con mano de obra nacional, bordando con máquinas de óptimas condiciones y materiales óptimos para realizar diseños nacionales e incentivar el producto nacional, ya que lo que se busca es fomentar la actividad deportiva que es lo que está en boga y es el interés de no tener una vida monótona por falta de recursos para adquirir bolsos de valores elevados.

2.4 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

El mercado deportivo está en pleno desarrollo en nuestro país siempre ha sido algo vital para el ser humano mantener una vida activa y sana, ya que la mayoría de enfermedades son producidas por la mala alimentación y mantener una vida sedentaria.

Se está fomentando diversas actividades en la ciudad de Guayaquil como parques con implementos deportivos localizados en casi la mayoría de las zonas, llevando así a que las personas que no tengan para un gimnasio o alguna empresa encargada en entrenamientos puedan acceder y mantenerse saludables sin excusas, esto permitirá entrar al producto con facilidad ya que la mayoría de la población sobre todo la popular no tiene los recursos suficientes para adquirir bolsos costosos, que con relación de los que se producirán, hay una gran diferencia para poderlos adquirir.

.En este mercado existen productos similares tanto bolso y mochilas deportivas que son para transportar accesorios que se necesitan para la actividad que realicen, pero el servicio y los materiales no están en sus líneas de servicios ya que el producto ofrece innovación con materiales desechables y personalizados.

2.5 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

“El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos.

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

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

La extensión del uso de Internet y la comodidad que proporciona, tanto para el encuestador como para el encuestado, hacen que este método sea muy atractivo.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra.”¹

Con lo expuesto anteriormente tenemos que:

N: 4056

K: 1,96 nivel de confianza de un 95% aproximadamente

e: 5%

p: 0,5

q: 0,5

n= 378 tamaño de la muestra

Se toma N = 4.056, y la razón es porque se estratificó la población sacando un porcentaje de 0.17% de la población de 2’350.915 habitantes de la ciudad de Guayaquil que se encuentran dentro del rango de edad de 14 a 30 años del cual se hace el estudio, por lo cual deben cumplir características demográficas para que acepten el producto ofrecido la muestra serán 351 personas

2.6 ENCUESTA REALIZADA

La encuesta se la ejecuto imparcialmente, tanto hombres y mujeres entre los rango de edad de 14 a 30 años en la ciudad de Guayaquil, con el fin que se determine el nivel de insatisfacción que pueda tener el cliente que se interese

¹<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

por los bolsos deportivos además que nos proporcione información sobre su desempeño deportivo para poder analizar las variables que puedan ser de ayuda para la elaboración de los bolsos.

2.6.1 FINALIDAD

Realizando la encuesta se podrá deducir de una manera dinámica el lenguaje del consumidor, su forma de preocuparse por el medio ambiente y por su salud manteniendo una vida activa y saludable disminuyendo su vida sedentaria, motivando a que realicen deporte por un bajo costo, a su vez saber sus necesidades para que todo vaya a la par por un mismo objetivo satisfacer las perspectivas que tiene el consumidor por el producto a producir.

2.6.2 OBJETIVOS

- Determinar la conciencia ecológica y saludable creando necesidad del consumidor por el producto,
- Desarrollar un estudio de la demanda insatisfecha
- Desarrollar un producto potencial y de alta calidad, empezando de los gustos y preferencia del consumidor desde el punto ecológico
- Determinar el nivel de aceptación de la idea de negocio haciendo un sondeo del precio propuesto en base o relación a los bolsos de la competencia
- Desarrollar una nueva ideología moda ecológica deportiva reduciendo la contaminación y dando oportunidad de reutilizar cosas de valor sentimental
- Determinar la mayor parte de reciclaje y ver dónde va direccionado el producto potencial.
- Desarrollar la segmentación necesaria para determinar el nivel de aceptación de los bolsos deportivos y dar un valor agregado utilizando la moda como opción a los consumidores que realicen poca actividad deportiva.

2.6.3 RESULTADOS

➤ ¿Genero por el cual se define el encuestado?

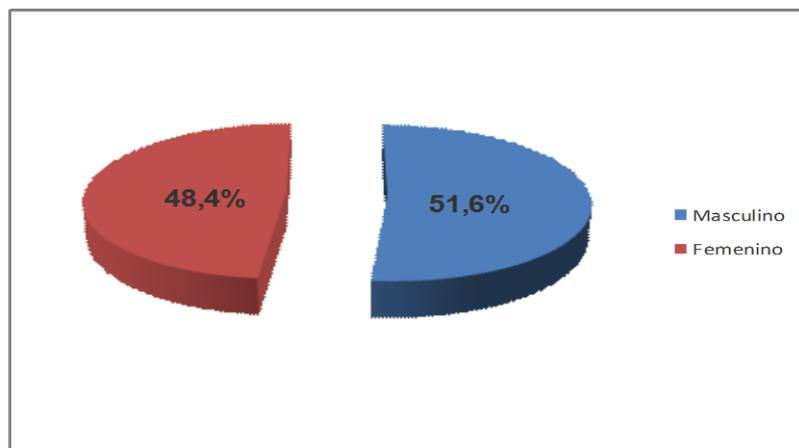


Diagrama # 1

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

➤ ¿Qué edad tiene?

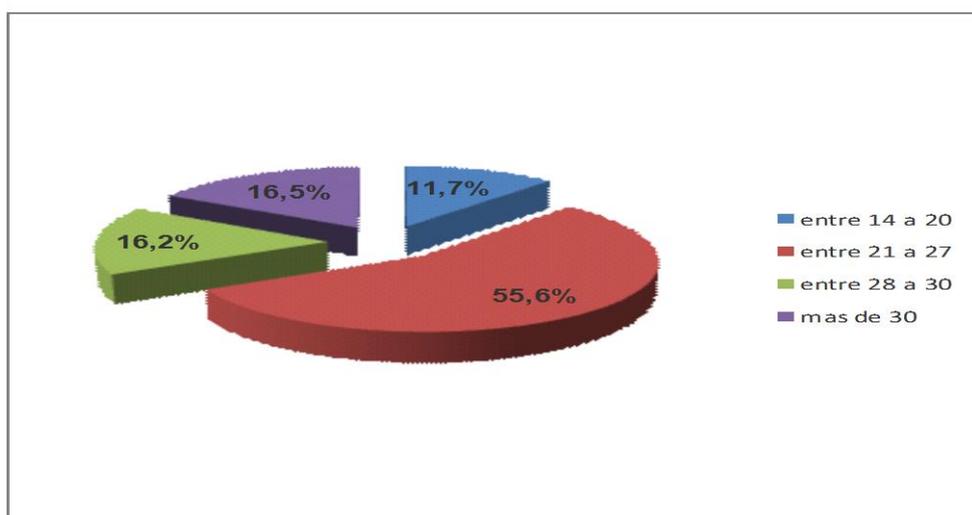


Diagrama #2

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

➤ ¿Está usted interesado en cuidar el medio ambiente?

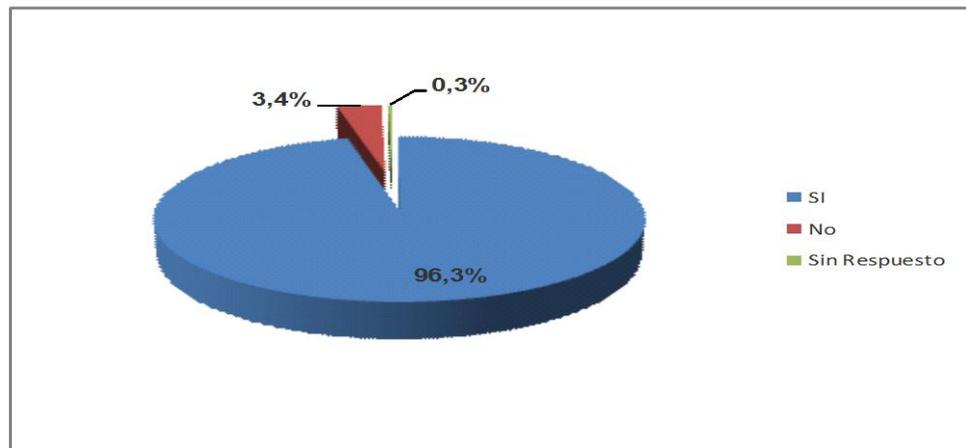


Diagrama # 3
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

➤ ¿Qué tan seguido mantiene una vida activa saludable haciendo deporte?

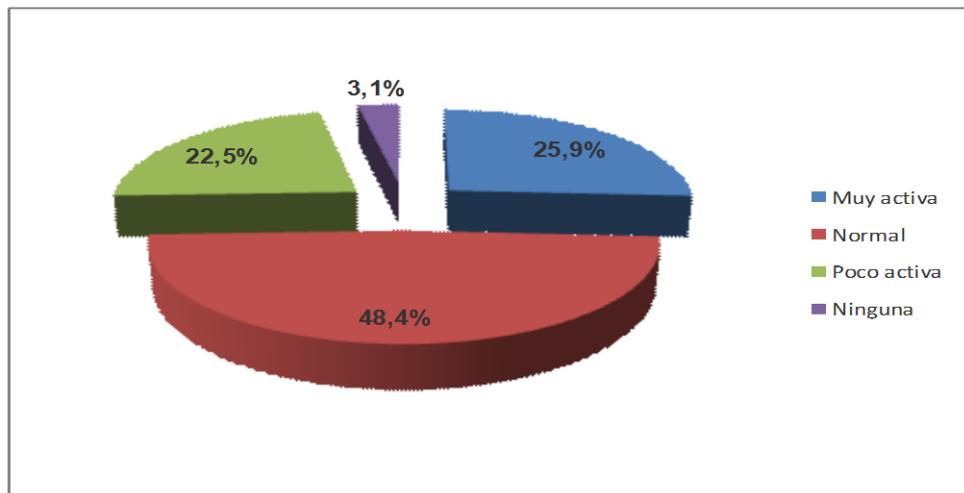


Diagrama # 4
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

➤ ¿Qué tanta importancia tiene el reciclaje para usted?

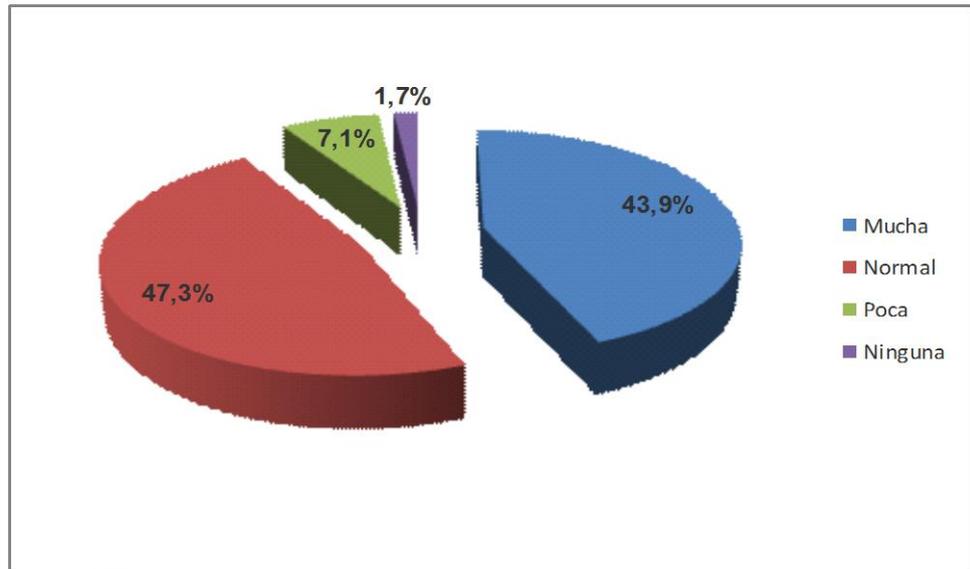


Diagrama # 5

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

➤ ¿Qué actividades realiza para reciclar y cuidar el medio ambiente?

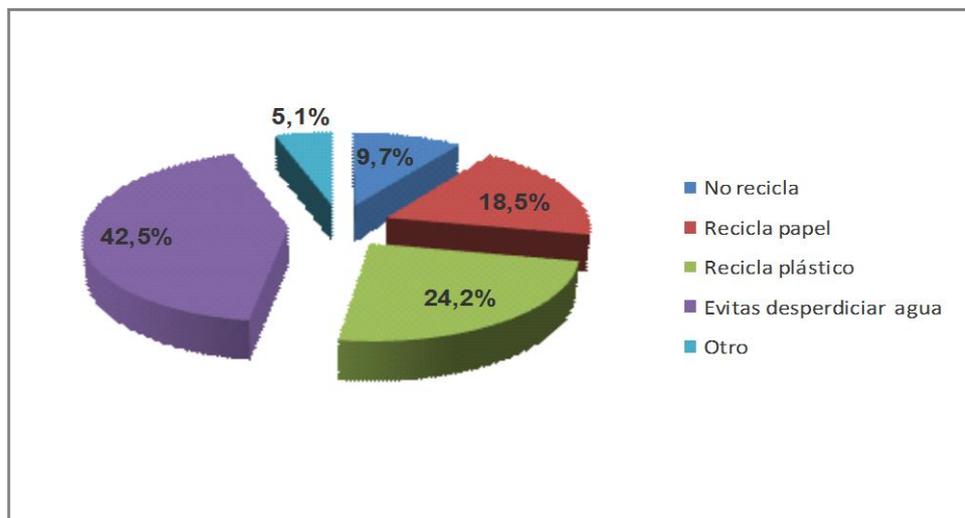


Diagrama # 6

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Qué tan seguido usa bolsos deportivos?

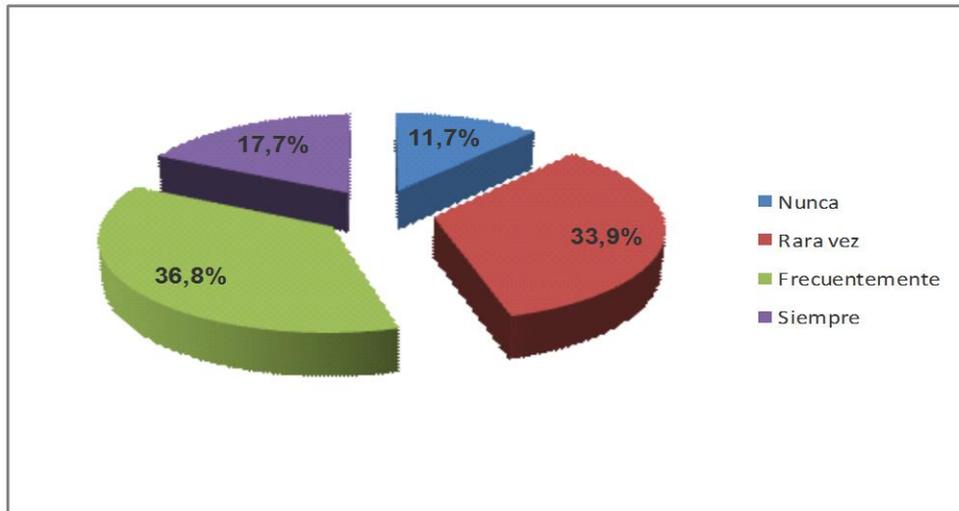


Diagrama # 7
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Si tuviera la oportunidad de seleccionar (comprar) un bolso deportivo, como le gustaría?

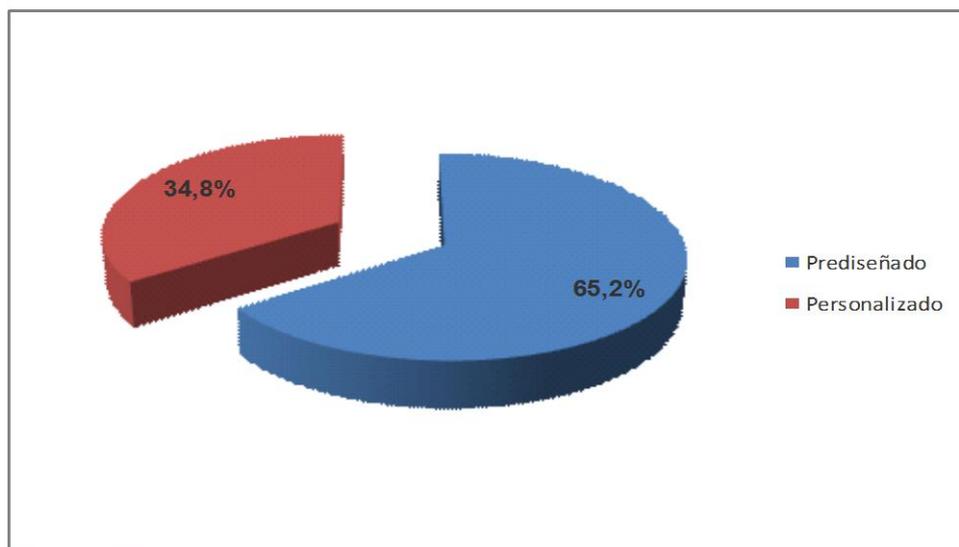


Diagrama # 8
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Cuáles son los criterios que usaría al momento de elegir un bolso deportivo?

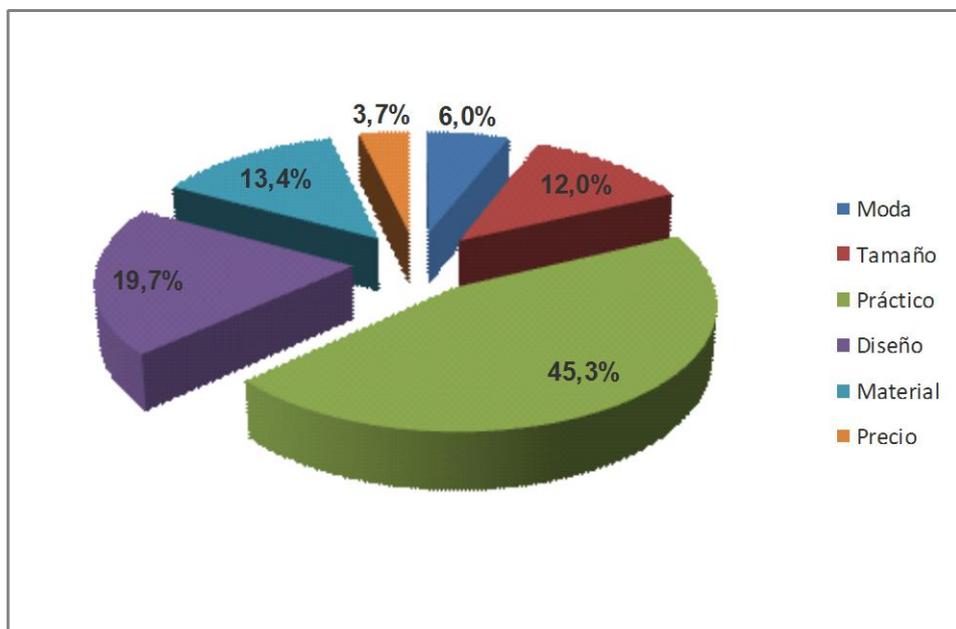


Diagrama # 9

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Le gustaría un bolso deportivo ecológico que ayude el medio ambiente?

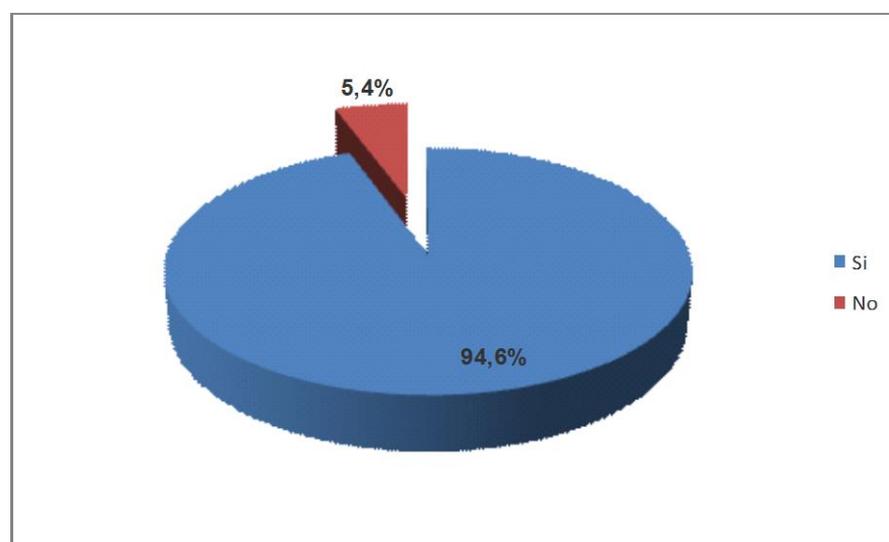


Diagrama # 10

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Estaría dispuesta(o) a dar un tiempo más de vida a una prenda o material que le traiga buenos recuerdos para convertirlas en un nuevo y novedoso bolso deportivo?

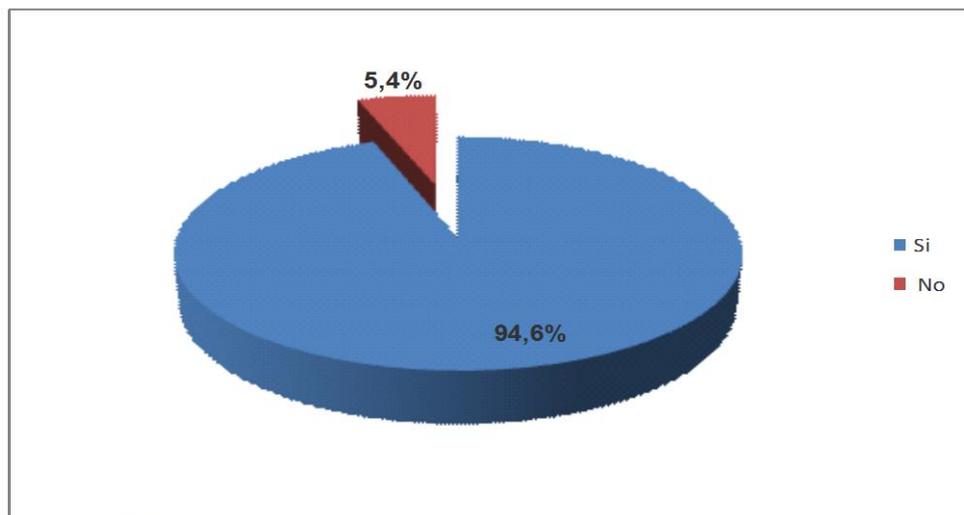


Diagrama # 11
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- ¿Cuánto pagaría por un bolso deportivo con material reciclado?

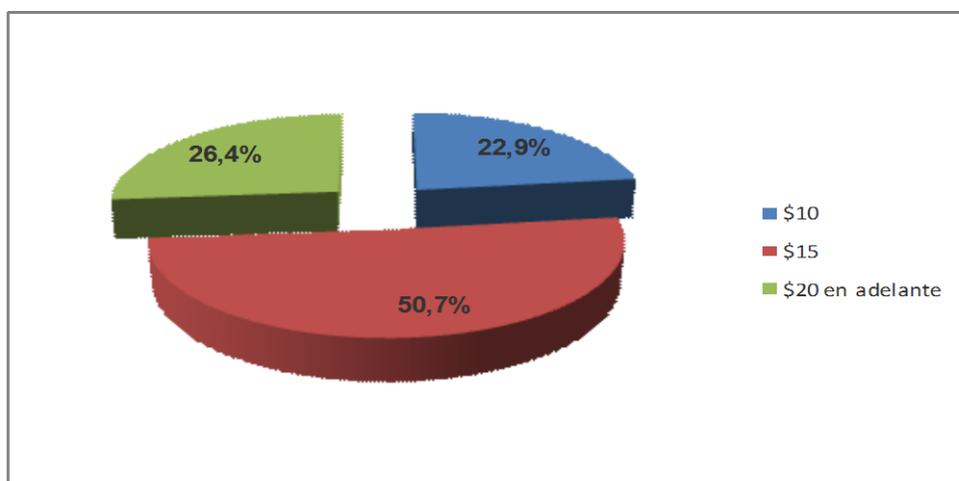


Diagrama # 12
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

2.7 DEMANDA INSATISFECHA

Por medio de las encuestas que se realizaron según la muestra escogida y la tabulación de los datos, se puede analizar el nivel de la demanda insatisfecha potencial, ya que nuestro principal objetivo es mantener una vida saludable que significa que los 261 el 74.3% de personas que realizan deportes lograrían ser nuestros mayores demandantes e insatisfechos, Según los resultados de la encuesta un 94,6% de la muestra tiene aceptación y le gustaría utilizar un bolso deportivo con material reciclado. Esto quiere decir que ese porcentaje de población tendría la necesidad de mantenerse saludable con conciencia ecológica adquiriendo el producto.

2.8 MERCADO OBJETIVO

Análisis De Clientes	
¿Edad Promedio y género?	14 - 30 Masculino - Femenino
Precio promedio	entre \$ 15 a \$20
¿ Donde adquirirlos?	Guayaquil Zona comercial
Cómo compran?	en la oficina principal, eligiendo modelos prediseñados o
¿Quiénes lo compran?	consumidores potenciales a las personas que realicen actividades deportivas clase media
Qué necesidades tienen? (relacionadas con sus productos o servicios)	buena presentación adecuada, buen aspecto que refleje la calidad en la producción y el manejo de sus materias primas, variación de productos y valor agregado
¿Cómo cree usted que sus productos y servicios cubrirán esas necesidades?	Por la alta demanda de espacios verdes para realizar actividades deportivas, ayudando a personas que no tengan para adquirir bolsos

Tabla # 1

Autor: fernando Vaca Hidalgo

Los productos están dirigidos principalmente, para hombres y mujeres jóvenes entre los 14 y 30 años de edad que quisieran mantener una vida sana.

Estas edades son muy importantes para las actividades deportivas y el cuidado de su cuerpo ya que la mayoría de personas mantienen una vida sedentaria y

esto conlleva serios problemas para el envejecimiento prematuro, además las personas tienen prendas de vestir que adquieren mucho valor personal que lo guardan sin saber qué hacer con él, convirtiéndose en un estorbo más que algo útil.

Nos dirigimos directamente a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, estando conscientes de que la situación económica del país es compleja, como empresa se busca ofrecer un producto económico y de buena calidad; es por esto que consideramos como consumidores potenciales a las personas de clase media baja que necesita realizar actividades deportivas y no tiene como trasladar sus accesorios a los lugares recreativos.

2.9 OFERTA

2.9.1 OFERTA DEL MERCADO

En el Ecuador la comercialización de bolsos con material reciclado, enfocándose la zona de Guayaquil no existe un mercado altamente competitivo para los bolsos deportivos, existen bolsos que dan el servicio pero ya con tela procesada con materiales reciclados pero son sumamente más elevados, por lo que el proceso es muy largo para transformar la basura en hilo.

2.10 INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA

2.10.1 COMPETIDOR DIRECTO

En la actualidad existen muchas empresa emprendedoras que se preocupan por el cuidado del medio ambiente, sacando provecho y lucrándose de las ganancias por los productos que comercializan diariamente, en Guayaquil no existen empresas que elaboren bolsos deportivos con material reciclado y materiales personalizados con partes que el cliente desee alargar tiempo de uso a sus prendas u objeto.

Existe en la actualidad en el Ecuador una empresa llamada 'Fui reciclado' que está situada en Quito y que se conformó desde el 2008 empresa ecuatoriana dedicada a la elaboración de bolsos y accesorios para ciertos sectores de

moda, haciendo el reciclaje un modelo de cultura que este a la moda con variedad de productos.

La empresa tiene puntos de atención tanto a nivel nacional, como ciertos puntos internacionales, con publicidad electrónica y redes sociales donde los publica en su página web, demostrando ser una empresa fuertemente conformada estructuralmente, cuentan con artesanos que manipulan las materias primas y cosen lo diseñado.

La empresa ofrece diferentes variedades de productos confeccionados por ellos, pero dentro de sus procesos, olvidaron el más importante y también vital para el ser humano, mantener una vida saludable por medio de las actividades deportivas, dentro de este mundo deportivo, dicha empresa no confecciona bolsos deportivos modernos y con durabilidad; además el servicio de personalización con la materia prima del consumidor que mantenga como parte de ella y desee darles un segundo uso es posible con BursaXtreme.

El segundo competidor directo se llama Bolsos Ecuador, esta empresa se dedica a la fabricación de bolsos de mano ya con tela procesada de los desperdicios, tiene el mismo sistema de producción, adicionando que su publicidad contiene más información y servicios similares a los que ofreceremos, cuentan con catálogos de bolsos prediseñados pero tampoco cuentan con una línea deportiva o para uso del mismo, la diferencia es que para este proceso también se afecta al medio ambiente, ya que es un proceso largo que se necesita maquinaria especial y que esta necesita de mantenimientos, de electricidad, lubricantes etc.



Imagen # 1
fuente: Fui reciclado



Imagen # 2
fuente: Bolsos Ecuador.com



Imagen # 3
fuente: Bolsos Ecuador.com



Imagen # 4
fuente: Bolsos Ecuador.com

2.10.2 COMPETIDOR INDIRECTO

➤ Bolsos prediseñados

El mercado de los bolsos sobre todo para la moda es muy variado y en lo deportivo muy extendido y muy competitivo, se denomina a esta competencia indirecta por lo que los consumidores pudiendo comprar bolsos deportivos ecológicos con costos bajos, pueden optar por marcas ya posesionadas y con costos altos, como se lo llamaría gustos y preferencias del consumidor, podemos observar que en la mayoría de empresa den ecuador son sus principales fuentes de ingreso aun así en la línea ecológica no hay gama de empresas que se dediquen al cuidado del medio ambiente y del planeta por esto se ha considerado como competencia indirecta a las siguientes empresas:

➤ Tutto

La marca colombiana Tutto se ha posesionado en 18 países a través de 340 tiendas, de acuerdo a cifras oficiales, la empresa facturaba hace 10 años 18 913 millones de pesos y tenía menos de 100 tiendas en todo el mundo. Mientras que, en los últimos 2 años, la cifra superó los 190 000 millones de pesos.

Los negocios fuera de Colombia representan 30% del total de la facturación, y de este total 35% se vende en el Ecuador y Venezuela, países en los que hay 52 tiendas.

➤ Bolsos artesanales

Según fuentes de información en los últimos anos, el sector artesanal en el país ha experimentado un incremento de aproximadamente un 40% en la demanda de sus productos en el país.

El crecimiento se debe a las restricciones a varias importaciones, para incentivar a los productores ecuatorianos, lo que ha provocado una preferencia por la producción nacional ya sean, artesanías nacionales especialmente para obsequios para turistas, consumo personal o decoraciones.

Según investigaciones la subsecretaría de Pymes y Artesanías y la Junta Nacional de Defensa del Artesano han iniciado jornadas de capacitación para unos 500 líderes gremiales artesanales aproximadamente de ocho ciudades del país más importantes en tema de confecciones se han tocado varias cursos de exportaciones, contratación pública y tributaria, que espera llegar a cerca de 30000 artesanos del Ecuador, beneficiando a un sin número de familias ecuatorianas, Con ello se espera un crecimiento del 30% en el sector.

➤ **Diseñadores ecuatorianos**

Existen diseñadores ecuatorianos que ofrecen nuevas tendencias en la moda, explotando su creatividad y talento al momento de producir o crear accesorios y en el mercado no solamente de los bolsos sino también de otros productos dentro de la industria, es por eso que el gobierno invierte en capacitaciones y apuesta a los emprendedores ecuatorianos, es por eso que BursaXtreme S.A. es la empresa que dará motor a diseñadores ecuatorianos para dar una cultura de consumir lo nuestro e incentivar la producción nacional con mano de obra del país.

➤ **Bolsos personalizados**

Nuestros competidores dentro del mercado de los bolsos personalizados serian artesanos independientes y personas que dominen el arte confeccionar ropa o la manipulación de materiales que son fáciles para confeccionar, ya que a nivel de empresa no existe alguna que confeccione bolsos diseñados por el cliente, las empresas dan los bolsos hechos para que el cliente vea que poner algún diseño de su gusto, mas no a medida que el cliente decida para su necesidad.

EMPRESA	PARTICIPACION EN EL MERCADO
TOTTO	55%
NIKE	20%
ADIDAS	10%
OTROS	25%

Tabla # 2
Fuente: Investigacion Propia



2.11 PLAN DE MARKETING

El siguiente el capítulo se desarrollara el Plan de marketing que se aplicara en el estudio de factibilidad para producción de bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil, las técnicas a utilizar se basaran de teorías de autores que recomiendan estrategias de marketing para el posicionamiento del producto a los consumidores y la fidelización, como también recomendaciones para los tipos de acercamientos y los análisis a los clientes potenciales de una manera rápida y funcional.

2.11.1 ANÁLISIS PORTER DE LAS 5 FUERZAS

El siguiente análisis, servirá para evaluar el desarrollo del producto y determinar la rentabilidad de un sector específico, tal como lo especifica Michael Porter creador de las siguientes teorías y ejemplo a seguir para que las empresas evalúen sus modelos estratégicos.

➤ PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

BursaXtreme mantendrá una estabilidad rentable económica gracias a las negociaciones; por lo tanto, las opiniones del cliente proporcionaran una información valiosa sobre el valor agregado que necesita, como también sus gustos y preferencias; por los que los bolsos tendrán el servicio personalizado para atender todas sus necesidades.

➤ PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los bolsos deportivos BursaXtreme S.A están preparados para afrontar la participación de nuevos competidores en el mercado al cual participamos; para lo cual cada cierto tiempo aproximadamente cada tres meses, evaluaremos nuevas tendencias y necesidades mediante investigaciones con el diseño del producto, estilos, moda etc. siempre ofreciendo cada vez una mejor presentación y un mejor producto. Manteniendo a la empresa como líder incondicional en el mercado por la variedad de diseños e inculcar principios sobre el cuidado del medio ambiente.

➤ AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

Los bolsos deportivos BursaXtreme S.A están preparados para afrontar la participación de nuevos competidores en el mercado al cual se estará involucrado en todo el trayecto de la vida del producto; para lo cual cada cierto tiempo aproximadamente cada tres meses, se evaluara mediante investigaciones de mercado vía electrónica el diseño del producto, nuevas tendencias, etc. siempre ofreciendo cada vez una mejor presentación y un mejor producto. Manteniéndonos así como líderes en el mercado por la originalidad y variedad de diseños y la creación de conciencia sobre el medio ambiente.

➤ AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Las empresas o compañías que comercializan bolsos ecológicos, representarían una amenaza muy importante y vital; pero a pesar de esto los bolsos deportivos BursaXtreme S.A. se caracterizará por ser un producto novedoso, donde el consumidor tendrá estilo fresco y original con material reciclados; esto mejorará la percepción en cuanto al medio ambiente mediante el uso de nuestros bolsos haciéndolo fuerte ante la competencia.

➤ **RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES**

BursaXtreme S.A. contará con la ayuda de todos los elementos reciclados que tengan un valor sentimental para darles un segundo uso, siempre que esté en buen estado, en especial las vallas publicitarias y en los bolsos personalizados especialmente dados por nuestros clientes con los cuales vamos a satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

Debido a las numerosas empresas de publicidad o cadenas de distribución existentes en el mercado con las que contaremos para nuestra propuesta de ofrecer bolsos novedosos con diseños originales y a la moda; no existirán problemas de comercialización y distribución de los bolsos deportivos en diferentes Centros comerciales y zonas comercial deportiva, siempre donde consideremos su venta como las boutiques también.

2.11.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

➤ **GEOGRÁFICA**

BursaXtreme S.A. será ubicado en la región costa del Ecuador, su ubicación será básicamente en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, parroquia tarqui. La ubicación exacta es en el centro comercial Polaris avenida Benjamín Carrión que pertenece en la ciudadela Polaris, además por la ubicación de la ciudad es un lugar adecuado para la comercialización por la demanda deportiva y el clima que favorece para utilizar los bolsos deportivos.

➤ **DEMOGRÁFICA**

Los géneros serán imparciales para la elección de los bolsos ya que serán para ambos, los mismos que van dirigidos para personas que les interese el cuidado del medio ambiente y mantener una vida saludable con una referencia de edad entre 14 a 30 años, personas con nivel socioeconómico medio a medio bajo.

➤ PSICOGRÁFICA

Para personas con nivel de ingreso económico medio alto y bajo, individuos que se preocupen por el cuidado del medio ambiente y cuidado de su salud, motivados por no tener una vida sedentaria para obtener beneficios que son el cuidado del medio ambiente y de una vida activa.

➤ CONDUCTUAL

El beneficio principal de mantener una vida activa y sana que será su beneficio principal además al obtener los bolsos reciclados y que al utilizarlos reduce el impacto ambiental y problemas que conllevaría mantenerse inactivo.

2.11.3 POSICIONAMIENTO

Las estrategias del posicionamiento es lo más importante para el éxito del producto terminado se llevaran a cabo una vez que se haya realizado la segmentación del mercado arraigadas al consumidor pertinente para poder establecer las políticas pertinentes.

➤ ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

La estrategia a utilizar será el posicionamiento con respecto al uso o beneficios que reporta el producto, que indique a cada consumidor el beneficio de mantener una vida saludable activa y mantener el cuidado del medio ambiente al momento de reciclar materiales que se demoran miles de años para que dejen de existir se mantendrá esta estrategia como principal posicionamiento para la aceptación del producto.

Estas estrategias dejaran por parte del consumidor la imagen ecológica que quiere promocionar la empresa preocupándose por una vida activa realizando cualquier actividad deportiva, ayudando así a contribuir con el medio ambiente y la reducción de desechos degradables en la ciudad de Guayaquil, haciendo así una cultura ecológica más humana y menos consumista debido a la falta de empresas que enfoquen esta realidad que afecta al planeta.

Esto se llevara a cabo a través de canales electrónicos con el propio sitio web, toda la publicidad será electrónica y mediante folletos con materiales reciclados que promocionen a las personas que no tienen acceso a internet, además de

gran ayuda serán las redes sociales que permite promocionar los productos y promociones.

2.11.4 MARKETING MIX

➤ ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Fabricación de bolsos elaborados con materiales reciclados principalmente con vallas publicitarias. Entregando un producto terminado de óptima calidad y acatando la necesidad de cada cliente, esa será la estrategia principal de BursaXtreme S.A que también confeccionara bolsos personalizados, y que para un largo plazo se busque hacerlos con todos los desechos que se puedan utilizar.

BursaXtreme viene el nombre de la palabra BURSA que significa bolso en el idioma griego, por lo que fue escogido por lo atractivo de su pronunciamiento y el posicionamiento en la mente del consumidor y recordarlo permanentemente y lo tenga presente al momento que desee realizar actividades deportivas.

Los bolsos serán confeccionados con vallas publicitarias que serán revisadas y controladas que estén en perfecto estado para poder realizar el proceso de producción, estos bolsos contarán con accesorios como botones, hilos, cierres, etc. se lograra investigar empresas ecuatorianas que suministren dichos artículos, para que sean beneficiosos y sobre todo que se beneficie el planeta.

Contará con bolsillos especiales con materiales especiales de calidad óptima y sobre todo hechos dentro del país para que perdure el producto terminado, estos bolsos serán cosidos con máquinas especiales por artesanos, estas máquinas se lograra obtener las mejores por los acabados y ahorro de desperdicio para que sea reutilizado

El empaque del producto será utilizados cartones reciclados y guardados en la bodega de la oficina principal, emplastecidas con plástico reciclado y degradables. Con esto se garantizara el cuidado de los bolsos, por la humedad u otros factores que puedan afectar al producto terminado.

➤ ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio determinado para ingresar a este mercado y que según la investigación de mercado en nuestra muestra aleatoria de 351 personas y el

análisis de segmentación de los consumidores, considerando su edad entre 14 a 30 años en adelante el 50,7% están dispuestos a pagar \$15 a \$20 y el 26.4% en adelante. Este precio permite obtener la rentabilidad deseada y dar margen al distribuidor o comerciante

➤ ESTRATEGIA DE PLAZA (DISTRIBUCIÓN)

Vamos a empezar recordando unas de las leyes más importantes del marketing esta es “No basta ser el primero hay que ser el mejor” y “es mejor estar primero en la mente que el primero en punto de venta” con esto podemos concluir que lo primero que BursaXtreme debe buscar es llegar al cliente directamente que no se olviden, que siempre sea su primera opción y porque no así decirlo la única. De manera que la estrategia de fidelización de clientes sea efectiva, sabemos que estamos pasando por un mundo donde la tecnología prevalece ante cualquier concepto del marketing así que lo primero haremos será posesionarnos en las redes sociales y llegar al cliente por medio de nuestra página web donde le daremos todas las facilidades para que pueda elegir modelos y pueda hacer pedidos

La forma más directa y sin costos adicionales de llegar con esas comunicaciones; son las redes sociales y por lo importante que es para la sociedad vamos a tener promociones y chats interactivos para que no se la primer a vez q nos visiten

También podemos llegar por medio de publicidad llamativa para que BursaXtreme se les haga familiar que seamos parte de la familia ecuatoriana que quiera cooperar con el medio ambiente y quiera reciclar todos sus objetos que deseen dar una segunda etapa de uso y para que tenga opción de personalizarlos.

Otra manera es en espacios publicitarios en páginas web de gran reconocimiento en el mercado y en páginas para compra en internet como también en la prensa escrita

➤ ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Luego de haber consolidado la aceptación del cliente y llegar a ser la primera opción siendo esta la fidelización completa, la manera más eficiente para que la comunicación de nuestros clientes sería la entrega de promociones vía electrónica al momento de crear nuestra base de datos de todos nuestros clientes, vamos a contactarnos para comunicarle el proceso del bolso y el momento del final del proceso para proceder a la entrega a domicilio o si se acercara al almacén

Dando a conocer nuestras ofertas y promociones vía correo electrónico y con las redes sociales y a futuro mientras vaya la comunicación avanzando hacer video conferencias para tener un contacto más personal con todos nuestros clientes.

2.11.5 PROMOCIÓN POR MEDIO DE LA WEB

Una de las estrategias para promocionar la empresa BursaXtreme, como además de los productos y servicios que ofrecerá, serán de suma importancia por medio de canales electrónicos, es decir páginas web, por la mayoría de personas que al menos 2 de 5 personas en el Ecuador usan internet y el 78.8% usa teléfonos móvil con internet según datos del (INEC), esto quiere decir que la penetración al cliente será interactiva con aplicaciones que estarán a solo un click de distancia, revisando novedades, descuentos y posibles diseños.

Se conseguirá diseñar la página web con toda la información de la empresa, para responder inquietudes, mostrar la galería y resolver problemas con consultas en línea, se ofrecerá asesoría para posibles diseñadores ecuatorianos y se brindara toda la información necesaria de la empresa, también existirá solicitar lo modelos online con sus diseños personalizados. El sitio de dominio será www.bursaxtreme.com



Imagen # 5

Autor:Fernando Vaca Hidalgo

Por medio de la red social más importante Facebook para todos los habitantes del país, la ventaja es costo que no tiene, este servicio dominado Fan Page es gratuito, tendrá una penetración directa a todos los contactos posibles.



Imagen # 6

Autor:Fernando Vaca Hidalgo

Por la red social Twitter también se llevara a cabo las promociones, ya que es una potencia en las comunicaciones sociales, donde sus visitas serán masivas y podrán solicitar información.



Imagen # 7

Autor:Fernando Vaca Hidalgo

Por último se utilizara la red social conocida como Instagram, muy famosa por poder subir fotos de cualquier índole, en donde los productos serán presentados.

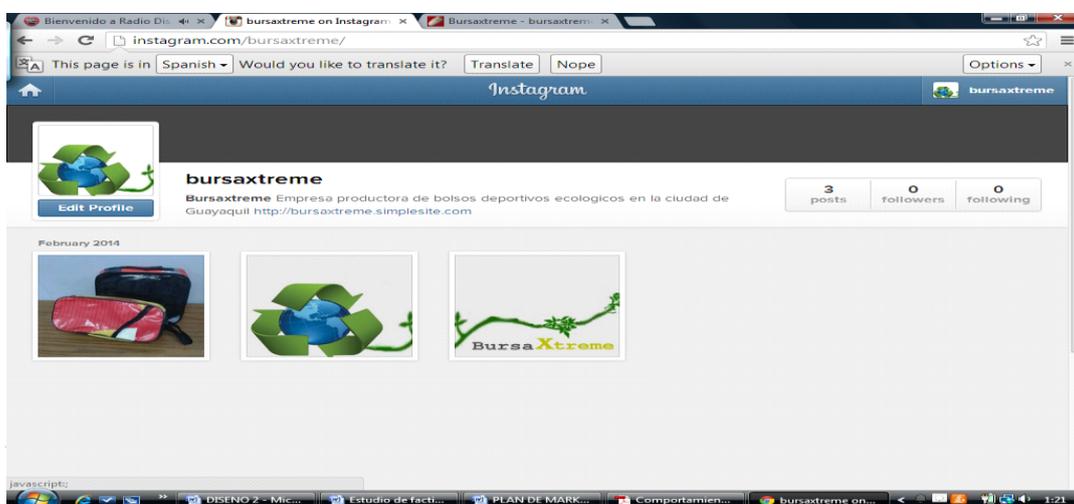


Imagen # 8

Autor:Fernando Vaca Hidalgo

2.11.6 PROMOCIÓN POR MEDIO IMPRESO FOLLETOS Y PUBLICIDAD IMPRESA

El motivo de la inversión en publicidad impresa para mostrar la empresa, radica en que las personas no están con el teléfono o en el internet la mayoría del tiempo, como el producto va dirigido para una personas con económica media y baja, la mejor forma de llegar a ese potencial serian con publicidad a la mano para que queden plasmados los productos y se logre posicionar en la mente del consumidor la necesidad de adquirirlos, se adicionarían los datos más importantes y mensajes subliminales que realicen conciencia ecológica y saludable.

Cabe recalcar que todas estas impresiones serán con proveedores que se dediquen a imprimir en papel reutilizable o reciclado para continuar apoyando a todos los emprendedores que tengan proyectos de ese tipo



Imagen # 9

Autor: Fernando Vaca Hidalgo



Imagen # 10

Autor: Fernando Vaca Hidalgo



<p>LUXYBAG</p> <p>para traslado de accesorios deportivos, con bolsillos adicionales y agarradera, acabados de primera 100% vallas publicitarias</p>	<p>DARHECOLOGY</p> <p>bolso para traslado de accesorios deportivos con mayor espacio, no contiene bolsillos adicionales, tiene agarradera, acabados de primera 100% vallas publicitarias</p>	<p>BOLSOS 100% ECOLOGICOS</p> <p>Buenos Bonitos Baratos</p>
--	---	--

Imagen # 11

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

2.12 CONCLUSION

Al finalizar todo este estudio del capítulo, se pueden analizar diferentes factores que pueden determinar el comportamiento del mercado al momento de iniciar con la producción de los bolsos deportivos, Las encuestas fueron una gran ayuda para demostrar el interés y la necesidad del mercado objetivo por mantener una vida saludable y cuidar el medio ambiente reciclando.

Se realizaron las encuestas a 351 personas cual fueron respuestas favorables por todos los encuestados y demostró que los porcentajes son equitativos en género, ya que la preocupación es en general y causa muchas expectativas entre personas de 20 a 27 años, como también el precio que está relativamente entre \$15 a \$20, dependiendo de los costos que generen establecerlos y confeccionarlos.

También se demostró que un gran número de personas no recicla sus objetos con valor sentimental ya que quieren tenerlos por siempre, esto es un gran paso para ayudar la necesidad de mantener el medio ambiente y darle otro modo de uso de ese objeto especial.

Se pudo observar que la competencia directa son 2 empresas que no están establecidas en Guayaquil, sus productos no están en la línea deportiva que es lo que se busca incentivar y tampoco la mayoría de sus diseños son completamente ecológico, ya que su proceso conlleva contaminación y reducción de recursos.

Se llevó a cabo una investigación sobre el crecimiento de los artesanos y gremios en el Ecuador que son incentivados por parte del gobierno nacional, con muchas restricciones para impulsar e incentivar el trabajo del país.

Es importante recordar que BursaXtreme S.A. trabajara con materiales 100% hechos en Ecuador para aportar con un grano de arena a la economía del Ecuador e impulsar la mano de obra ecuatoriana, esto ayudara a que familias se beneficien del trabajo de los jefes de hogar o jefas, el género para los trabajadores será imparcial ya que se dará oportunidad a cualquier individuo con experiencia que desee ser parte del grupo.

El desarrollo del capítulo en general, fue de gran ayuda para analizar las ventajas competitivas del producto que de acuerdo a teorías de autores expertos donde se trató de interpretar de la mejor forma la teoría a la vida real, se espera que impulsaran con las estrategias de posicionamiento a la mente de los consumidores y fidelizarlos para que se pueda cumplir el objetivo principal, el producto que ofrece BursaXtreme es nuevo en el mercado y según como se manejen las promociones por los canales antes vistos, se podrá entrar al mercado de una forma rápida y sin costos elevados.

El precio establecido en el estudio se vio reflejado en las estrategia de las (4P) principalmente se observó que en las encuestas casi el 90% de las personas que fueron evaluadas estarían dispuestas a pagar los bolsos antes mencionados entre \$15 y \$20, pues bien esto aún no podemos establecer; y se lo hará realmente en el capítulo financiero, pero si da una idea del sesgo que queremos direccionar.

En Resumen se puso a prueba la empresa BursaXtreme, bajo el concepto de las 5 Fuerzas de Porter una herramienta muy útil para direccionarla y orientarla en el proceso de vida, también se revisó las características del producto y la vida que mantendrá en su etapa de introducción.

Capitulo III

3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 INTRODUCCION

El siguiente capítulo trata de la estructura organizacional y estudio administrativo de la empresa que producirá bolsos deportivos con material reciclable en la ciudad de Guayaquil, y que mantendrá en su proceso de iniciación, como en Guayaquil no se encuentran empresas dedicadas a este tipo de emprendimiento se tomara como ejemplo las estructuras organizacionales de empresas ambientales y deportivas grandes y pequeñas para estudiar su estructura y poder asemejarse a lo que sería para Amaru, en su libro de administración para las empresas que empiezan su ciclo de vida deben comenzar con una estructura sencilla de departamentalización para que luego evolucione estructuras complejas, como también se aplicara un modelo racional o clásico que según Hitt en su libro de administración, es la forma más fácil para explicar los procesos en la toma de decisiones

3.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

BURSAXtreme S.A.



Imagen # 12

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

3.3 IDEA DEL PRODUCTO

Elaborar bolsos deportivos con materiales reciclados confeccionándolos con modelos propios y del cliente estos materiales serán vallas publicitarias y jeans sin uso y servirá para contrarrestar los problemas ambientales y explotar todos

sus beneficios, desarrollando un producto que ofrezca algo totalmente nuevo en el mercado de personas que realicen deporte activamente y que se ajuste a las necesidades de la población y que al mismo tiempo apunte a ser un negocio altamente rentable.

3.4 IDEA DEL NEGOCIO

Los bolsos deportivos se confeccionaran en Guayaquil ya que ahí será nuestra planta principal por iniciación y se iniciara la comercialización de los bolsos deportivos con el servicio de confecciones prediseñadas o del modelo que el cliente necesite para su actividad deportiva, como también realizar la venta del producto mediante todos los canales de venta posibles utilizando estrategias de fidelización de los clientes ya sea electrónico también para cubrir todo tipo de demanda con excelencia.

3.5 TIPO DE EMPRESA

Se constituirá como una sociedad anónima, a continuación una breve explicación:

La abreviatura para una compañía de Sociedad Anónima se abrevia en general como (S. A.)

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables entre miembros de los accionistas o por alguna entidad financiera, está formado por aportaciones de accionistas.

Están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas existentes en el país en donde residen.

La denominación de esta compañía se resumirá con la abreviación de “compañía anónima” o “sociedad anónima” o las correspondientes siglas.

Se prohíbe tener una denominación que pueda confundir con la de una compañía existente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de la empresa como comercial, industrial, Servicio, etc.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la una junta general de accionistas, luego de cumplir las formalidades existentes, se inscribirá en el registro mercantil, Una vez que la escritura pública de aumento de capital este autorizado se procede a la inscripción en el registro mercantil, los aumentos que existan de capital en la sociedad anónima, suscrito dicho sociedad y luego pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías

3.6 ACCIONISTAS

La empresa será conformada por 2 accionistas, los cuales participan de la totalidad de acciones del proyecto.

- Fernando Vaca Hidalgo
- Pierina Fernández

Capital			
Accionista	Acciones	%	Total
Fernando Vaca	1000	60%	\$ 10,612.69
Pierina Fernandez	1000	40%	\$ 7,075.13
Precio Nominal porAcción			\$ 8.84
Total de Capital Propio			\$ 17,687.81

tabla # 3

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

3.7 LA ADMINISTRACION

La Gerencia Administrativa estará a cargo de la Ing. Pierina Fernández con 30 años de edad una experta en administración de empresas con mucha experiencia y una excelente líder y junto a ella su currículum que es de gran asombro por sus logros académicos, será un gran aporte para el impulso de BursaXtreme S.A.

- **Responsabilidades**

- ✓ Son planificar, organizar, analizar las actividades de la empresa, también como parte de sus responsabilidades puede contratar al personal adecuado siendo ella la responsable en poner en marcha.

- **Obligaciones**

- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual con proyecciones, para analizar las variaciones, como a su vez las funciones críticas de los colaboradores.
- ✓ Tomar decisiones seguras consiente del bienestar de la empresa, siendo un líder constantemente, demostrando profesionalismo
- ✓ Controlar actividades planificadas por las áreas de ventas y producción comprando en fechas parciales, detectando diferencias en la obtención de materia prima o accesorios.
- ✓ Supervisar al asistente de ventas, programar estrategias para posibles mercados y riesgos al aumentar la proyección esperada con posibles nuevos consumidores.
- ✓ Supervisar al asistente de producción, realizando planeaciones de producción con tiempos óptimos al terminar los bolsos, reduciendo el desperdicio, revisando los tiempos por artesano.

3.8 ORGANIGRAMA

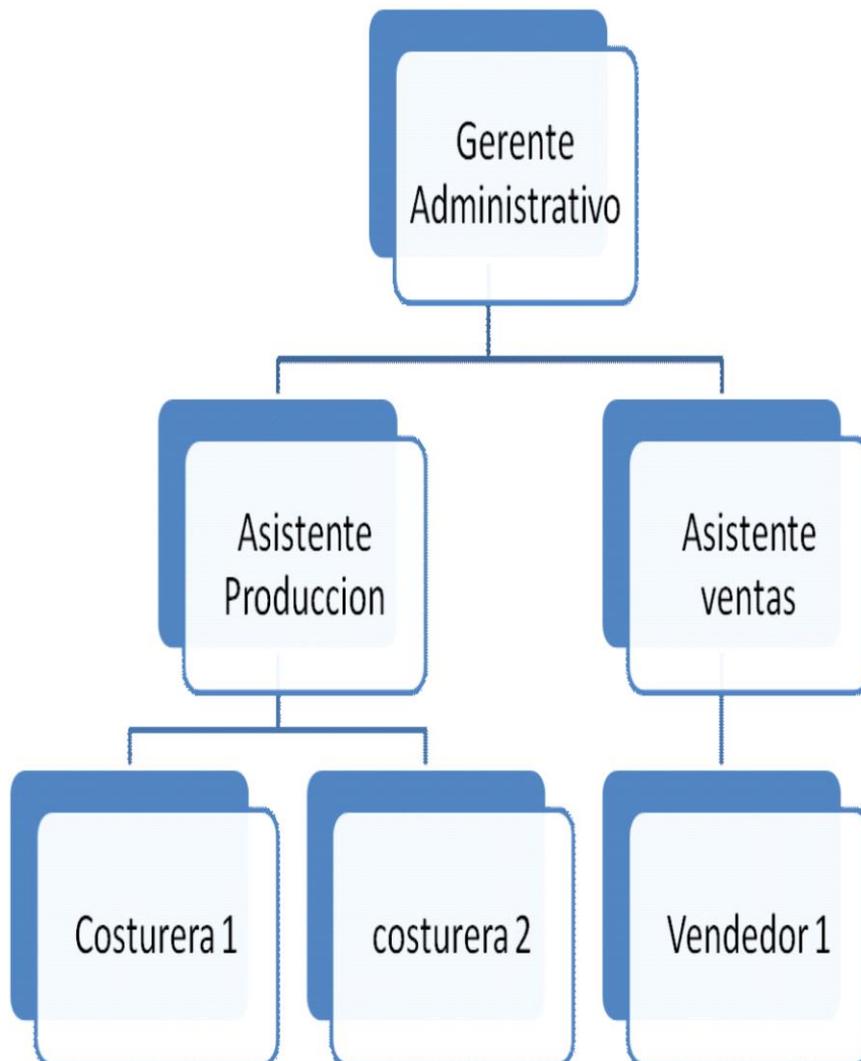


Diagrama # 14

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

3.8.1 DISTRIBUCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

➤ ASISTENTE DE PRODUCCION

Profesional responsable de preparar la formación y optimizar la mano de obra, junto a los materiales directos e indirectos debe evaluar resultados. Entrega de informaciones para el directorio principal, dar presentación de la propuesta de la política de la calidad para la mejora del producto.

Funciones

- ✓ Realizar control de calidad de la materia prima
- ✓ Elaborar informes de los bolsos prediseñados y personalizados
- ✓ Realizar estimaciones de confección de bolsos
- ✓ Realizar reportes al gerente
- ✓ Mejorar procesos de producción
- ✓ Evaluar los tiempos de producción
- ✓ Atender requerimientos por parte del personal
- ✓ Optimizar la producción minimizando desperdicio

Beneficios

Sueldo fijo con posible incremento según sus rendimientos, más todos los beneficios de ley estipulados con las leyes ecuatorianas, vacaciones, fondo de reserva, estímulos e incentivos para su crecimiento profesional dentro de la empresa.

➤ **ASISTENTE DE VENTAS**

Personal Responsable del departamento de ventas, preparando información preparada para optimizar la salida de mercadería por medio de estrategias de ventas, proponiendo soluciones para la mejora y disminuir la acumulación de bolsos en las bodegas.

Funciones

- ✓ Analizar por medio de sus colaboradores las ventas realizadas mensualmente.
- ✓ Evaluar y corregir procedimientos en el proceso de las estrategias de publicidad
- ✓ Realizar reportes al gerente de todos los gastos consecuentes a publicidad.
- ✓ Analizar nuevos posibles consumidores potenciales
- ✓ Realizar encuestas y grupos focales para verificar la aceptación de nuevos productos
- ✓ Velar con el o los encargados bajo su supervisión en cuanto de necesidades

Beneficios

Sueldo fijo con posible incremento según sus rendimientos, más todos los beneficios de ley estipulados con las leyes ecuatorianas, vacaciones, fondo de reserva, estímulos e incentivos para su crecimiento profesional dentro de la empresa.

➤ **ARTESANO**

Personal encargado de elaborar y confeccionar los bolsos deportivos de óptima calidad, responsable de seguir instrucciones según el establecido por el cliente y la empresa, se reporta directamente con el asistente de producción que es responsable que cumpla a cabalidad todas sus funciones.

Funciones

- ✓ Crear los diseños pedidos prediseñados y personalizados por nuestros clientes y en base a nuestro inventario
- ✓ Revisar la materia prima que este en excelente estado sin que esta sea un problema en el control de calidad.

Beneficios

Sueldo fijo con posible incremento según sus rendimientos, más todos los beneficios de ley estipulados con las leyes ecuatorianas, vacaciones, fondo de reserva, estímulos e incentivos para su crecimiento profesional dentro de la empresa.

➤ **VENDEDOR**

Responsable de vender por todos los canales de la empresa, buscando todo tipo de clientes que sirva para aumentar la producción, se reporta directamente con el asistente de ventas quien será responsable que cumpla todas sus funciones.

Funciones

- ✓ Captar clientes con las edades establecidas en la empresa para que se pueda impulsar los productos
- ✓ Reportar al asistente de ventas sobre todas las ventas que pueda lograr en el día

Beneficios

Sueldo fijo con posible incremento según sus rendimientos, más todos los beneficios de ley estipulados con las leyes ecuatorianas, vacaciones, fondo

de reserva, estímulos e incentivos para su crecimiento profesional dentro de la empresa.

3.8.2 GOBIERNO CORPORATIVO

La junta de accionistas o socios de la empresa de BursaXtreme s.a. lo conforman Fernando Vaca como fundador y accionista mayoritario y Pierina Fernández con la participación del 40 % de las acciones y por lo cual también es participe de las decisiones que se vayan a emplear como medida de incrementar la producción y la eficiencia de Bursaxtreme S.A. como la repartición de utilidades

La política que usaremos será flexible para el pago de los mismos, es decir de acuerdo a la utilidad que se genere se procederá a efectuar los desembolsos de acuerdo a la participación que se posee sobre el capital.

Según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) determina que se encuentran exentos de Impuesto a la Renta los dividendos y utilidades, distribuidos por sociedades nacionales. Esta exoneración responde justamente a un mecanismo para evitar la “doble tributación”.

3.8.3 Plan Estratégico

➤ Misión:

Somos una empresa comprometida a satisfacer a los clientes con nuestros productos, los cuales son bolsos hechos a base de tela reciclada, colaborando así con el medio ambiente. Permittiéndonos ser una empresa comercialmente rentable, de excelente reputación e imagen con responsabilidad ambiental que acata los más elevados principios éticos de respeto del individuo contra la naturaleza.

➤ Visión:

Ser una empresa líder en ofertar bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil, contribuyendo con la solución al problema ambiental

3.8.4 OBJETIVOS ESTRATEGICOS

➤ Objetivos General

Llegar hacer una empresa líder en el mercado de bolsos deportivos reciclados en la ciudad de Guayaquil, estar siempre adelante de nuestros principales competidores, poder ingresar a los mercados internacionales, llevar nuestro producto como la nueva alternativa ecológica de cara a este siglo

➤ Objetivos Específicos

- ✓ Dar a conocer nuestra forma de apoyar al medio ambiente mediante la reutilización de telas o prendas que son desechadas.
- ✓ Satisfacer las exigencias del cliente mediante la elaboración perfecta de los diseños que ellos crean o solicitan.
- ✓ Tener una página web y que la página Web sea constantemente visitada y hacer una actualización de esta semanalmente.
- ✓ Tener una fábrica de producción o matriz a lado de nuestro local de ventas en Guayacanes y que contenga gran espacio para las máquinas y equipos de oficina.
- ✓ Haber consolidado nuestro nombre en el país y extendernos a otros países tales como España, Estados Unidos que poseen grandes empresas de bolsos.

3.9 MARCO LEGAL

Las leyes en el Ecuador se han mantenido sólidas estos últimos 8 años, como es de conocimiento general, no se pueden cambiar y son vigentes mientras el ejecutivo sostenga los cambios pertinentes, por ende son de carácter obligatorio estar en dentro de ella y cumplir a cabalidad para no ser sancionados por los entes de control. Siguiendo estas leyes BURSAXTREME S.A. es una compañía que será constituida legalmente como una sociedad anónima en la ciudad de Guayaquil y sus actividades empezaran una vez que el proyecto demuestre ser viable para su iniciación.

La actividad comercial será la elaboración de bolsos deportivos con materiales reciclados, mantendrá su ruc que será el 09134196001 y se registrara la patente de su nombre para que no haya plagio del nombre o logo del mismo.

La empresa estará básicamente expuesta al control de la Superintendencia de compañías, Servicio de Rentas Internas e Instituto de Seguridad Social, por eso es importante estar totalmente actualizados para no estar expuestos y fracasar en el primer año de actividad, es por eso que se expone lo siguiente para compañías anónimas según la ley de compañías:

“Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 24.- Cuando la Superintendencia de Compañías lo juzgare conveniente podrá exigir a compañías no sujetas a su vigilancia, los datos e informaciones que creyere necesarios.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el

artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 164.- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado. La emisión que viole esta norma será nula.

Art. 168.- Las acciones serán nominativas. La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no están totalmente pagadas. Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.

Art. 251.- El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.

Art. 252.- La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si del contrato social no aparece claramente determinado quién o quiénes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes. Si la representación recayere sobre un organismo social, éste actuará por medio de un presidente.

Art. 253.- La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. El contrato podrá limitar esta facultad. Se necesitará autorización de la junta general para enajenar o hipotecar los bienes sociales, salvo el caso en que ello constituya uno de los objetos sociales principales o conste expresamente en los estatutos.”²

DEL CODIGO DE TRABAJO

² Ley de Compañías/www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

“Art. 8.- Contrato individual.- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo.

Art. 21.-Requisitos del contrato escrito.-En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

- 1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato;*
- 2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;*
- 3. La cuantía y forma de pago de la remuneración;*
- 4. Tiempo de duración del contrato;*
- 5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y,*
- 6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.*

Estos contratos están exentos de todo impuesto o tasa.

Art. 28.- Vigilancia del cumplimiento de contratos.- El Ministro de Trabajo y Empleo encargará al representante diplomático o consular de la República en el lugar donde se hallen los trabajadores contratados, la mayor vigilancia acerca del cumplimiento de los contratos, de los que se le remitirán copias, y se le pedirán informes periódicamente.

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos; b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción; c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley; d) Observar buena conducta durante el trabajo” 3

DEL INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL

“El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS y mediante el aviso de entrada, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios, según corresponda.

Para el cálculo del aporte de los trabajadores con relación de dependencia, se entiende como materia gravada a todo ingreso regular y susceptible de apreciación pecuniaria, percibido por el trabajador, que en ningún caso será inferior a la establecida por el IESS.

Para el cálculo de las aportaciones y contribuciones del Seguro General Obligatorio, se considera:

- *Sueldo básico mensual más:*
- *Valores percibidos por conceptos de compensación por el incremento del costo de la vida.*
- *Sueldos o salarios de trabajos extraordinarios, suplementarios o a destajo.*

³ Código de Trabajo/ www.derechoecuador.com

- *Comisiones, sobresueldos, gratificaciones, honorarios, participación en beneficios, derechos de usufructo, uso, habitación.*
- *Cualesquiera otras remuneraciones accesorias que tengan el carácter normal en la industria o servicio.*

El sueldo básico mensual no será inferior al sueldo básico unificado, al sueldo básico sectorial, el establecido en las leyes de defensa profesional, ni al sueldo básico determinado en la escala de remuneraciones de los servidores públicos, según corresponda, siempre que el afiliado ejerza esa actividad.

El salario base de aportación de los contratados a tiempo parcial se calcula según los días laborados, en ningún caso es inferior a lo establecido por el IESS; sin embargo, para la cubrir la prestación de salud por enfermedad y maternidad, con el 4,41 %, se realizará al menos sobre el salario básico unificado.

Los trabajadores contratados por días, pagan sus aportaciones por los días que efectivamente prestan sus servicios o ejecutan una obra, independientemente del número de horas laboradas en cada día; por tanto no se podrán transformar las horas en días para efectos de la aportación, bajo el concepto de día trabajado, día aportado.”⁴

REQUISITOS PARA COMPAÑÍAS ANONIMAS

“Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

⁴ www.iess.gob.ec/es/web/empleador/obligaciones

1. *El lugar y fecha en que se celebre el contrato;*
2. *El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;*
3. *El objeto social, debidamente concretado;*
4. *Su denominación y duración;*
5. *El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;*
6. *La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;*
7. *El domicilio de la compañía;*
8. *La forma de administración y las facultades de los administradores;*
9. *La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;*
10. *La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;*
11. *Las normas de reparto de utilidades;*
12. *La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,*
13. *La forma de proceder a la designación de liquidadores.*

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- *Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).*

- *Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.*
- *Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).*
- *Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.*
- *Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.*
- *Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente*
- *Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).*
- *Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.*
- *Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las*

planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- *Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.*
- *Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.*
- *Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.*
- *Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.*

- *Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.*

IESS.- Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- *Actualización de Datos del Registro Patronal,*
- *Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),*
- *Digitar el número del RUC y*
- *Seleccionar el tipo de empleador.*

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- *Solicitud de Entrega de Clave (Registro)*
- *Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).*
- *Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.*
- *Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.*
- *Copia de pago de teléfono, o luz*
- *Calificación artesanal si es artesano calificado*

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. *Pago de tasa de trámite.*
2. *Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.*

PATENTES MUNICIPALES

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. *Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.*
2. *RUC actualizado.*
3. *Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica*
4. *Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.*
5. *Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.*

TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

1. *Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación*
2. *Llenar formulario de Tasa de Habilitación.*
3. *Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).*
4. *Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar*

5. *Copia del RUC actualizado.*
6. *Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.*
7. *Autorización a favor de quien realiza el trámite.*
8. *Croquis del lugar donde está ubicado el negocio*
9. *Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.*

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. *Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.*
2. *Fotocopia nítida del RUC actualizado.*
3. *Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.*
4. *Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.*
5. *Nombramiento del representante legal si es compañía.*
6. *Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.*
7. *Señalar dimensiones del local.*

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

IMPUESTO A LA JUNTA DE BENEFICENCIA

El impuesto anual sobre el capital de operación, grava a toda persona natural o jurídica que ejerza actividades productivas en la provincia del Guayas y esté afiliado a una de las cámaras de la producción y afecta a las personas que operen con un capital que no supere los cinco mil dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de cien dólares; las que lo hagan con un capital superior a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América y no superen los siete mil quinientos dólares, pagarán la cantidad de ciento cincuenta dólares; y, quienes operen con montos superiores a los siete mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de doscientos dólares y se pagado anualmente en forma directa en la tesorería de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil dentro de los tres primeros meses de cada año.

CONTRIBUCIONES

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben pagar a ésta, el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales. El pago deberá realizarse hasta el 30 de septiembre del presente año, en la cuenta corriente rotativa de ingresos No. 6252753, denominada "Superintendencia de Compañías", en la casa matriz o en las sucursales o agencias del Banco de Guayaquil. Las compañías tienen activos reales iguales o inferiores veintitrés mil

Quinientos dólares de los Estados Unidos de América (US \$ 23,500.00) para el presente año, tendrán una contribución con tarifa cero dólares de los Estados Unidos de América.

IMPUESTO HOSPITAL UNIVERSITARIO

Todas las personas naturales y jurídicas que se dediquen a actividades comerciales, dentro de la jurisdicción del cantón Guayaquil, deben cancelar en favor del Hospital Universitario de la ciudad de Guayaquil. Se aplicará sobre el valor de los capitales propios declarados por los contribuyentes. El pago del impuesto es obligatorio dentro del primer trimestre de cada año, en la Tesorería de la Universidad de Guayaquil” 5

3.10 Conclusión

Al finalizar el capítulo que comprende el estudio administrativo y el marco legal se pueden analizar la estructura organizacional de la empresa como está construida según estructuras de empresas similares, por ser una empresa que recién empieza sus actividades tendrá un organigrama simple en la que el administrador llevara el control principal con la funciones establecidas y que se hagan respetar a cabalidad, en el momento que la empresa se encuentre en un punto de crecimiento se comenzara adicionando más personal para cumplir tareas que ya no se puedan realizar con normalidad, también podrán encontrar el nombre de la empresa con el diseño adicional con su misión, visión y objetivos, tiene una estructura de funciones y obligaciones de cada colaborador para que puedan llevarlas en orden y realicen su trabajo optimizando el tiempo, en este capítulo también encontraran la empresa denominada sociedad Anónima que se llevara a cabo con el marco legal, en donde especifica los artículos más importantes por la ley de trabajo, superintendencia de compañías, IESS, Servicio de Rentas Internas, Municipio de Guayaquil, para todos los permisos previos a la constitución de la empresa, estos artículos y procesos son muy importantes para no tener inconvenientes con estas entidades de control y sea objeto de cierre de la empresa o de clausura. Es muy importante tenerlos en claro para que el proyecto tenga su finalidad de servir a los consumidores en potencia.

⁵ Cámara de comercio de Guayaquil/ Municipio de Guayaquil

Capítulo IV

4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1 INTRODUCCIÓN

El siguiente capítulo trata sobre la localización de la planta que se encargara de la elaboración de bolso deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil, buscar la optimización para la producción es el objetivo principal, y reducir costos para tener un beneficio adicional facilitando la obtención de la materia prima como también encontrar un lugar que sea comercial y fácilmente accesible para los clientes que va dirigido este producto.

4.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Para lograr una optimización del lugar que se situara la planta, hay que tomar muchos factores en cuenta, uno de ellos es la disponibilidad de la materia prima el costo del transporte y un lugar altamente accesible en un área donde se encuentren lugares de aéreas deportivas y circuitos bio saludables, como es una empresa que inicia sus actividades con bajo costos los proveedores estratégicamente se conseguirán cuando se solidifique la empresa, mientras tanto la materia prima se obtendrá de las universidades luego de sus campañas políticas y así como propagandas en actividades deportivas y no tengan que hacer con ellos, el resto de materia prima será por parte del consumidor ya que se ofrecerá un servicio de diseño al gusto de cada prenda que tenga valor sentimental y quieran alargar su vida.

Cabe indicar que la ciudad de Guayaquil es una zona altamente óptima para la constitución de la empresa ya que por su población y el nivel comercial es muy alto como también las áreas regeneradas con actividades deportivas, esto nos lleva a observar que la ciudad tiene como cultura llevar una vida sana con conciencia ecológica.



Imagen # 13
fuente: Investigacion Propia



Imagen # 14
fuente: Investigacion Propia

4.2.1 Macro Localización

La ubicación de la planta será en la ciudad de Guayaquil ubicada en el cantón Guayaquil que se encuentre dentro en la provincia del Guayas con una población aproximadamente de 2, 350,915 habitantes según el último censo realizado. Las oficinas van hacer ubicadas en el norte de la ciudad centro comercial Polaris. Las ventajas que dan este sector son el acceso a los consumidores directamente y las áreas deportivas alrededor como también el aumento de población en los últimos años ha dado resultados positivos para todas las empresas pequeñas y medianas que han logrado constituirse.

4.2.2 Micro Localización

Las oficinas estarán ubicadas en la ciudadela Polaris específicamente el centro comercial Polaris. El lote es de 200 mt² y es un patio comercial de dos pisos, cada piso separado de locales donde hay diversidad de productos y servicios deportivos de alto y bajo rendimiento. El local se encuentra en una zona comercial donde se impulsaría el comienzo de la empresa realizando el contrato de arrendamiento por el espacio mencionado para las ventas de los productos y los servicios personales.

4.3 Factores Geográficos

Relacionando con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, tales como el clima, los niveles de contaminación y desechos, Guayaquil se caracteriza por una ciudad caliente y altamente competitiva. Geográficamente es un lugar favorable para el desarrollo del proyecto.

4.4 Factores Institucionales

Guayaquil es una ciudad con descentralización industrial con apoyo a la pequeña y mediana industria con entes que dan los pasos necesarios para constituirlos, ventaja para los microempresarios que invierten para ayudar a la estabilidad laboral.

4.5 Factores Sociales

Guayaquil con su regeneración urbana, la preocupación de lugares verdes, facilidades para las personas que deseen mantener una vida activa, lugares ecológicos que de alguna manera dan una ventaja positiva al proyecto mencionado, con una facilidad que el consumidor llegue a su destino en todas las zonas urbanas.



Imagen # 15

fuelle: Google Earth

4.6 ESTUDIO TÉCNICO Y OPERATIVO

El siguiente capítulo trata sobre el estudio técnico y operativo que realizara BursaXtreme S.A. empresa que elaborara bolsos deportivos con material reciclable en la ciudad de Guayaquil, unos de los principales objetivos en el desarrollo del capítulo es realizar el proceso de funcionamiento de la compañía como también el tamaño de la empresa, la tecnología a usar y la forma operativa, basada en libros de Evaluación de proyectos de autores reconocidos como Baca Urbina (2010) y Nassir Sapag (2012) esto nos ayudara a tener una idea sobre el funcionamiento y la estructura para que se pueda tener un manejo optimo o por lo menos tener una idea que se aproxime a la realidad, ya que sabemos que empresas en Guayaquil no siguen estos procedimientos, pero se tratara hacerlo según investigaciones y mitigaciones.

4.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

El diseño de los bolsos de BursaXtreme S.a. se basan en la mayoría de su materia prima en materiales reciclados como vallas publicitarias, balones de Futbol y básquet, tenis, llantas y aun largo plazo con botellas de plástico, objetos que ya hayan terminado su ciclo de vida y se desee tenerlo o extenderlo con una nueva imagen, en este caso como parte de su vida saludable para realizar cualquier actividad deportiva



Imagen # 15
fuente: Google Earth

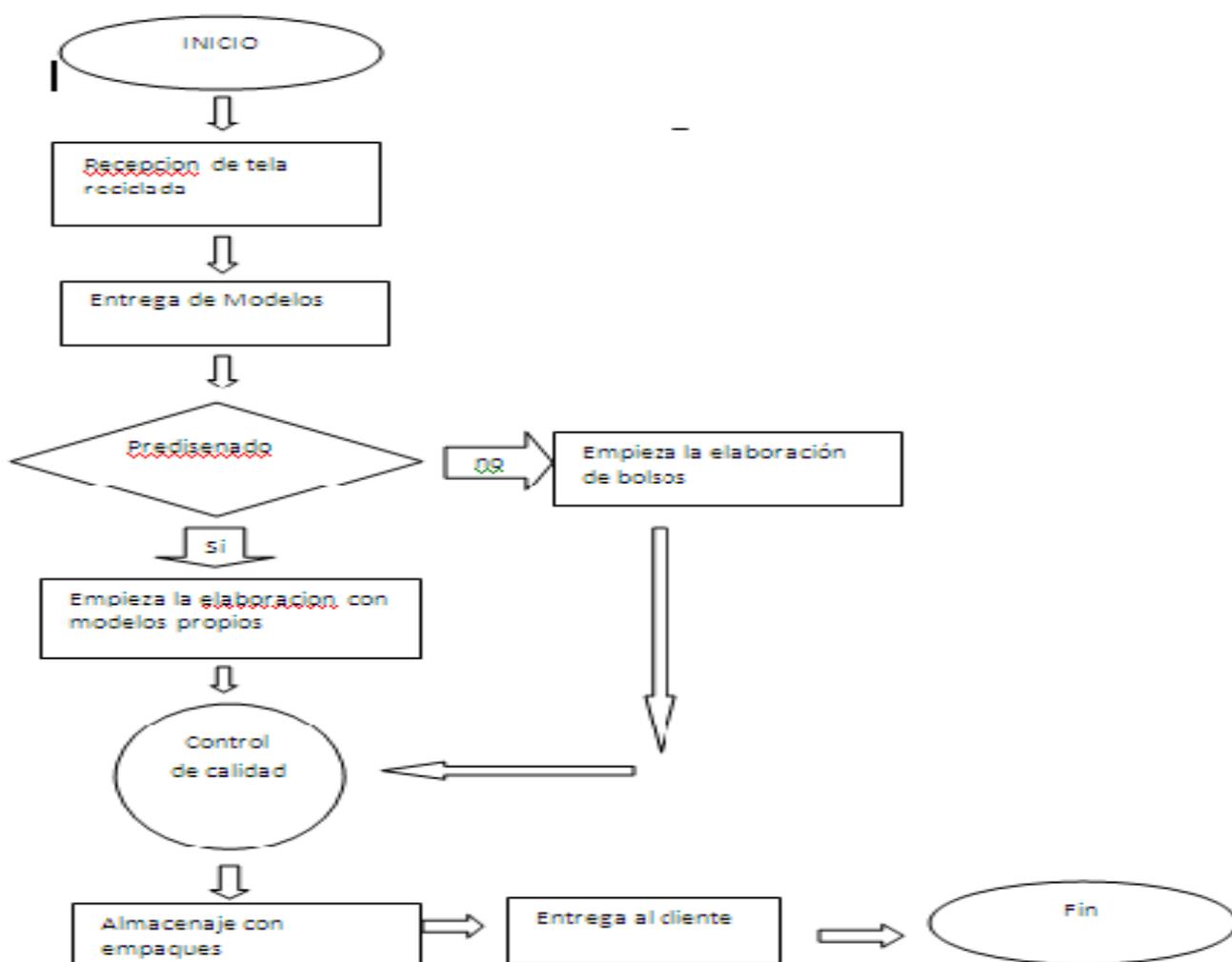


Imagen# 16
Autor: Fernando Vaca Hidalgo



Imagen#
17
Autor: Fernando Vaca
Hidalgo

4.6.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN



El proceso queda traducido de la siguiente forma:

- El proceso comienza con la búsqueda de lonas de vallas publicitarias en buen estado.
- Una vez que se tenga la materia prima se procederá con los cortes según los diseños prediseñados por la empresa
- Luego que se proceda a elaborar por parte de los artesanos se pondrán en la percha y mostrados por redes sociales

- En caso que el cliente no se decida por algún modelo puede elegir en el personalizado
- El servicio de bolso deportivo personalizado también cuenta con la recepción del material con el que quiera alargar su tiempo útil.
- Al culminar la elaboración de bolsos prediseñados o personalizados los mismos contarán con un control de calidad rígido para revisar que no exista ningún tipo de error
- Después pasará a la zona de empaque donde recibirá el material que cubra y proteja al producto terminado
- Se comunica al cliente para que se acerque a retirar el producto
- Se entrega el producto al cliente

4.6.3 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE LA PLANTA

BursaXtreme S.A es una empresa innovadora que emprenderá con sus operaciones en la ciudad de Guayaquil para la fabricación de bolsos deportivos con material reciclado, es por eso que se contara con un costo de inversión inferior al del promedio; por lo cual el tamaño de planta es reducido por la capacidad que tendrá las elaboraciones de los bolsos.

El número de Bolsos deportivos confeccionados óptimos al mes serían 260 mensuales según la cantidad de vendedores que tenemos, empezando por un vendedor que alcance las metas de ventas propuestas y venda unidades de Bolsos anuales, se fabricaran bolsos prediseñados y bolsos personalizados.

La meta de ventas anuales sería de 3120, creemos que habrá necesidad de aumentar 1 costurero más por la cantidad de Bolsos vendidos al año y alcanzando las metas propuestas y establecidas, se lograría en un año aumentar su capacidad y su tamaño, para luego implementar más maquinarias que sean útiles en el proceso, ya que al inicio solo vamos a contar con 2 máquinas de coser por los 2 artesanos que se contrataran para las confecciones.

El tiempo promedio que hemos calculado en que nos demoramos hacer 7 bolsos diarios en 8 horas, 1 bolsos por hora aproximadamente trabajando con las 5 máquinas de coser, creemos que al inicio de nuestro negocio, no será necesario el implemento de más máquinas, ya que esperamos crecer en un año para aumentar la capacidad de producción

El tamaño del proyecto se mide en unidades de producción por año. otro tipo análisis que podemos observar también podemos definir las por indicadores indirectos, como el monto de nuestra inversión inicial, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de sus efectos sobre la economía local de nuestro mercado objetivo.

Podemos distinguir tres diferentes capacidades dentro de un equipo que son:

La capacidad de diseño. Es la tasa de producción de los artículos que son estandarizados en condiciones normales de operación dentro de un proceso productivo.

La capacidad del sistema. Es la capacidad máxima de producción de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema implementado de trabajadores y máquinas puede generar trabajando en forma integrada durante cada proceso productivo.

Producción real. Es el promedio que alcanza una entidad o un negocio en un lapso determinado de tiempo o durante cada proceso productivo, teniendo en cuenta todas las posibles contingencias que se presenten a lo largo de la producción y venta del artículo fabricado

4.6.4 DISEÑO DE LA PLANTA



Imagen# 18

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Infraestructura sencilla donde se atenderá al cliente y el segundo donde se lleva a cabo la producción. Las maquinarias son revisadas para llevar el debido control y para darles mantenimiento y tengan un funcionamiento óptimo, el personal con el que contamos es capacitado en el área, para aprovechar al máximo la materia prima.

Como nombramos en el diseño de la planta empezara en un centro comercial de alta demanda deportiva, donde servirá como inicio de arranque de la empresa, también se indica las partes del terreno y como está dividido

Sección para la producción y confección de los bolsos de nuestros clientes ahí estarán ordenadamente las maquinas que servirán para coser y un ambiente totalmente cómodo para el trabajo terminado

Sección para que los clientes que nos visiten estén cómodamente esperando hasta que puedan ser atendidos por nuestros asesores.

Sección para el control de calidad de nuestros productos terminados donde se revisara cuidadosamente cada detalle del bolso.

Sección almacenaje de todos nuestros bolsos correctamente confeccionados y listos para su entrega.

4.6.5 ESCOGENCIA DE LA TECNOLOGÍA DEL PRODUCTO

Nuestro producto en este caso son bolsos deportivos elaborados con vallas publicitarias, telas recicladas o elementos que tengan recuerdos y que se deseen dar uso después de su vida útil, que consiste en la transformación de cualquiera de los materiales antes mencionados de manera artesanal a productos innovadores y que tengan un segundo uso para reducir la contaminación, con el transcurso del tiempo y el flujo de ventas se proyectara la adquisición de equipos novedosos y de tecnología de punta para realizar un trabajo de alta calidad plasmando la creatividad con la diversidad de diseños que ayuden a las necesidades de nuestros clientes y estas maquinarias podrían ser una ayuda para facilitar las confecciones como son: máquinas de coser con distintos tipos de costura, zigzag, rectos, etc., maquina bordadora, cortadora de tela.

Si bien es cierto no hay en el mercado de Guayaquil empresas que realicen bolsos deportivos con cualquier tipo de material reciclado siendo estos las vallas publicitarias nuestra materia prima principal, así que no podríamos hacer una comparación sobre la maquinaria con la competencia pero si podríamos decir que es la misma que se usa para la creación de bolsos que se confeccionan normalmente con materiales de tela que son las máquinas de coser.

4.6.6 VIDA UTIL DEL PROYECTO

El proyecto está medido aproximadamente según la vida útil de la infraestructura y la maquinaria que se necesita para la confección, y los equipos de trabajo para tener control de los ingresos estos tales como: las máquinas de coser, las computadoras, impresoras, muebles y enseres etc.

El tiempo de vida útil del proyecto en cuanto a infraestructura y equipos serian aproximadamente de unos 10 años sin contar las depreciaciones aceleradas de las maquinas que lo llevaría entre 6 a 7 años.

4.6.7 SISTEMAS DE: CONTROL DE LA CALIDAD, DE EMPAQUE, DE TRANSPORTE, DE ALMACENAMIENTO

- **CONTROL DE CALIDAD**

El control de calidad empezara a partir de la recaudación de la materia prima, en este caso las vallas publicitarias que estén óptimas condiciones como con el resto de implementos para el producto terminado en el proceso de elaboración de los bolsos deportivos prediseñados, en caso de los materiales para uso personalizado se hará el mismo proceso con la diferencia que si está deteriorada el producto para reutilizar, se implementara de la mejor manera que se use la mayoría para el producto terminado.

- **EMPAQUE**

Los productos terminados serán empacados por fundas biodegradables para su protección de la luz solar o se estropee en la bodega donde serán almacenados cuando los pedidos se expandan, se usaran cartones tratados ecológicamente de doble uso para seguir la misma línea de protección del medio ambiente para que no se estropeen los bolsos deportivos que serán separados por diseños que sean más vendidos o pedidos.

- **TRANSPORTE**

BursaXtreme no contara con transporte especial para el traslado de materia prima, ya que es ligera y fácil de trasladar además por el costo de un vehículo especial no amerita para su iniciación un medio de transporte de alto costo, ya que son de fácil acceso por ser la zona norte de la ciudad donde hay variedad en esos productos como lo es también su costo, el modo de traslado de los bolsos también mantendrá la misma línea ecológica

y será por medio de bicicletas que ayudaran al traslado del producto final al hogar destinado en caso de lo que lo desee el cliente y será cargado a su facturación si lo desean, en todo caso los materiales serán también obtenidos con el mismo método de transporte.

- **ALMACENAMIENTO**

BursaXtreme, contara con su espacio físico especial en la infraestructura del diseño de la oficina principal, para el almacenamiento general de todos los productos, con una bodega de medidas necesarias para mantener la materia prima en buen estado junto con los elementos que se necesiten para la confección de los bolsos y que tengan un acabado de primera, sin derroche de materia prima ni sus componentes, como también para almacenar los productos terminados para despachar a los consumidores y estén en optimo estado.

4.6.8 ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMA

- **ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS**

BursaXtreme S.A. se encarga en la confección y fabricación de bolsos deportivos con materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil, en este caso el abastecimiento para los diseños prediseñados serán adquiridos de vallas publicitarias en universidades por campañas publicitarias o políticas y ropa de pulgueros, beneficiando así a ellos con la compra de los mismos

Los materiales directos para la fabricación de todos los modelos serán revisados cuidadosamente y cotizados con los mejores proveedores para tener un producto terminado con acabados de primera con materiales reciclados de bajo costo pero de buena calidad.

Se tendrá provisiones en caso de que la demanda sea más de lo esperado siempre teniendo en nuestros inventarios los materiales necesarios de buena calidad como también, en caso de daño de alguno de ellos por errores.

Las vallas publicitarias o lonas serán usadas en nuestros primeros años de producción, también se usaran prendas de vestir de pulgueros en buen estado de venta al por mayor, incentivando a la sociedad para que puedan reciclar y no botarlas haciendo esto una cultura para el desarrollo del país.

Los personalizados llamados así porque el cliente trae su propia materia prima que tenga recuerdos y quiera darle un segundo uso para mantenerlo más tiempo junto a él y que podrá ser elegida por el consumidor a su medida y gusto para satisfacerlo en su pedido.

- **MATERIA PRIMA**

La materia principal para la confección de bolsos deportivos se basara en lonas publicitarias también llamadas vallas publicitarias que serán manipuladas por los artesanos que se encargaran de darles la nueva vida con máquinas de coser, esta materia prima por lo general son botadas directamente a la basura sin saber que es una material valioso y altamente contaminante por la duración en degradarse, estas vallas se conseguirán empezando en universidades por sus campañas políticas y empresas con alto grado de publicidad.



Imagen# 19

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

- **LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICA DE LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN**

.La zona de Guayaquil será el lugar donde la producción de bolsos deportivos se realice por medio de artesanos ecuatorianos con experiencia en confecciones de bolsos, la zona de producción en la oficina principal se encontrarán los artesanos con un espacio amplio y recreativo para que su trabajo no sea monótono, este espacio caberá maquinaria de punta para que las confecciones sean más eficientes y con reducción de errores.

- **PERIODOS DE DISPONIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN**

La disponibilidad dependerá de la maquinaria que se adquiera para la producción de los bolsos ya que invirtiendo en modelos de confección de alta tecnología evitaremos riesgos de retrasos o de fallas por maquinas sin experiencia, aproximadamente un artesano al día sería capaz de elaborar 3 bolsos con estos materiales, trabajando detalladamente en no perjudicar ni maltratar la materia prima, se contrarían 2 artesanos por lo que quiere decir que se tendrán 6 bolsos diarios y a la semana laborable serian 30 bolsos dependiendo de los pedidos y del flujo de salida del producto.

- **PRODUCCIÓN DISPONIBLE PARA EL PROYECTO**

La disponibilidad de producción dependerá de la mano de obra disponible, para esto se tendrá que contratar 1 artesano más, dependiendo el volumen de salida de bolsos deportivos, esto quiere decir que si 1 artesano a la semana es posible de realizar 3 bolsos de óptimas condiciones, con los 3 artesanos al mes podrían confeccionar 180 bolsos que estarán disponibles con acabados de primera para el proyecto listo para la oferta si se convierte agresiva por el incremento de personas que deseen realizar actividades deportivas.

- **PROGRAMACIÓN DE ABASTECIMIENTO**

BursaXtreme contara con un proceso contra entrega, esto quiere decir que será bajo pedido en la oficina principal donde serán elaborados la mayoría

de los bolsos deportivos, Luego de ver la demanda mensual de los pedidos se realizaran al menos un incremento significativo para que no haga falta en el stock.

4.7 CONCLUSIÓN

Para la optimización de la ubicación de la planta, se necesita una ciudad altamente comercial que este en crecimiento y que cumpla con todas necesidades que pueda resolver la empresa en mención, Guayaquil cumple con todas esas características y se trató de buscar la zona norte ya que es una zona en la que el deporte se está llevando a cabo en la mayoría de personas de todas edades al cuidado de la salud eliminando una vida sedentaria.

Los factores que resaltan la optimización y la realización del proyecto con escenarios optimistas son las instalaciones, el clima, la preocupación por mantener una vida activa, y contribuir con el medio ambiente. Por eso se situara en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

La producción de bolsos deportivos de BursaXtreme S.A. serán netamente elaborados en la zona de Guayaquil por artesanos ecuatorianos para resaltar la calidad de manos de la misma tierra, y como vimos lo que podrían producir cada artesano nos llevaría a un aumento de artesanos, analizando el crecimiento de las ventas, por lo tanto el proceso para la elaboración de los bolsos deportivos se basa en vallas publicitarias y en un asentamiento, al momento de estar posesionados en el mercado y sea una empresa con flujos positivos se lograría a elaborar más bolsos, como botellas y llantas etc.

Capítulo V

5 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

5.1 INTRODUCCION

El siguiente capítulo a desarrollarse, trata sobre el estudio económico y financiero del proyecto de producción de bolsos deportivos confeccionados a base de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil, se realizara un análisis financiero profundo con todas las herramientas necesarias y los principios y teorías señaladas antes en el marco teórico, lo cual se indicó que se basara en el libro de evaluación de proyectos, lo cual es muy completo y necesario para este tipos de empresas que recién empezaran con su trabajo, se elaboraran tres balances por así decirlo los más importantes y conocidos, como también la rentabilidad del proyecto, el control de activos, sueldos, gastos, costos, se realizaran análisis de las ganancias y el financiamiento, todo esto servirá para estudiar a fondo lo que se quiere demostrar la viabilidad del proyecto.

5.2 PROYECCION DE LA INFLACION

Luego de realizar una investigación sobre unos de los factores más importantes para el proyecto y determinar la variación del incremento en años posteriores, será la proyección de la inflación con datos del Banco Central del Ecuador del 2009 al 2013 y a su vez calcular un aproximado de su incremento al año 2018, esta proyección ayudara a calcular valores que no sabremos si se mantendrán fijos o cambien por políticas internas a lo largo del proyecto.

Proyeccion de la Inflación		
Años	Inflacion	% Variación
2009	4,31%	
2010	3,33%	-22,74%
2011	5,41%	62,46%
2012	4,16%	-23,11%
2013	2,70%	-35,10%
2014	3,27%	20,93%
2015	3,03%	-7,32%
2016	2,79%	-7,90%
2017	2,55%	-8,58%
2018	2,31%	-9,38%

Cuadro # 1

Fuente: Banco Central del Ecuador
www.bce.fin.ec/indicadores-economicos

5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUBLICIDAD

Se realizara un presupuesto y una proyección para los gastos que necesitara la publicidad de la empresa, estos gastos que serán beneficio a corto plazo por el impacto que tiene hacia los consumidores, por eso es muy necesario contar con una programación de estrategias de marketing para llegar a una fidelización, estos gastos serán por redes sociales a las que se solicitaran extensión de permisos y anuncios, elaboración de una página web profesional y llamativa para el ingreso de usuarios, flyers y catálogos impresos que serán una demostración más personal para el consumidor, todo esto considerando que se buscara proveedores que utilicen materiales reciclados.

GASTOS DE PUBLICIDAD					
Actividad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flyers	\$ 50,00	\$ 60,46	\$ 56,04	\$ 51,61	\$ 47,19
Pagina web con dominio propio	\$ 100,00	\$ 120,93	\$ 112,07	\$ 103,22	\$ 94,37
Redes Sociales	\$ 50,00	\$ 60,46	\$ 56,04	\$ 51,61	\$ 47,19
catalogos	\$ 50,00	\$ 60,46	\$ 56,04	\$ 51,61	\$ 47,19
TOTAL	\$ 250,00	\$ 302,31	\$ 280,19	\$ 258,06	\$ 235,93

Cuadro # 2

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

El departamento de ventas contara con su personal profesional, los colaboradores serán muy necesarios para estas funciones y es obligación de la empresa dotarlos de todos los beneficios sociales que mantendrán mientras permanezcan a la empresa, el personal que estará a cargo de este departamento será un asistente que hará los reporte de ventas mensuales para analizar la salida de inventario y un vendedor que será entrenado y motivado para que llegue al porcentaje esperado de las ventas mensuales y anuales.

Los sueldos que mantendrá el asistente será de \$360 más las bonificaciones por ley que son el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo (bono escolar), por otro lado el sueldo del vendedor por \$340 que será el sueldo básico con todos sus beneficios de ley, a estos se les incurrirá por parte de la empresa los aportes patronales, vacaciones y fondo de reserva, IECE, SECAP.

El gasto anualizado por parte de los sueldos que mantendrá el departamento de ventas en el primer año será por \$ 10.365,20 mientras que en el año 2 al 5 los sueldos totalizados serán por \$11.065,20

Sueldo personal de ventas										
No.	Cargo	Sueldo Mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	IECE + SECAP 1%	Fondos de Reserva	Total Provisiones Año 1	Total Provisiones Año 2 al 5
1	Asistente	\$ 360,00	\$ 30,00	\$ 28,33	\$ 15,00	\$ 40,14	\$ 3,60	\$ 30,00	\$ 117,07	\$ 147,07
1	Vendedor	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 37,91	\$ 3,40	\$ 28,33	\$ 112,14	\$ 140,48
TOTAL									\$ 229,22	\$ 287,55

Cuadro # 3
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Personal de ventas con provisiones incluidas										
No.	Cargo	Sueldo Mensual	IESS 9,35%	Total a recibir	Provision Año 1	Provision Año 2 al 5	Sueldo + Provision Año 1	Sueldo + Provision Año 2 al 5	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2 al 5
1	Asistente	\$ 360,00	\$ 33,66	\$ 326,34	\$ 117,07	\$ 147,07	\$ 443,41	\$ 473,41	\$ 5.320,96	\$ 5.680,96
1	Vendedor	\$ 340,00	\$ 31,79	\$ 308,21	\$ 112,14	\$ 140,48	\$ 420,35	\$ 448,69	\$ 5.044,24	\$ 5.384,24
TOTAL							\$ 863,77	\$ 922,10	\$ 10.365,20	\$ 11.065,20

Cuadro # 4
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Por otro lado un factor importante es el valor del costo de los bolsos deportivos, quiere decir que dentro de la confección final, que costos se

incluirán para su producción y la mano de obra para tener un margen de ganancia, entre el valor esperado para la venta y los costos por la elaboración, este costo será por \$ 9 pero a partir del año posterior el valor aumentara a \$ 10.88 dependiendo de la inflación que se proyectó.

ELABORACION DE BOLSOS					
Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Elaboracion de bolsos	\$ 5,00	\$ 6,05	\$ 5,60	\$ 5,16	\$ 4,72
accesorios varios	\$ 4,00	\$ 4,84	\$ 4,48	\$ 4,13	\$ 3,77
TOTAL	\$ 9,00	\$ 10,88	\$ 10,09	\$ 9,29	\$ 8,49

Cuadro # 5

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.4 PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA

La Empresa contara con artesanos experimentados ya que serán la parte fundamental en las confecciones manuales, su departamento de producción además contara con un asistente de producción para que lleve un control de calidad de los bolsos al terminarse y realizar informe de la salida de productos terminados, además un control de la materia prima a utilizarse, estos colaboradores contara con un sueldo de Asistente \$ 360 y cada artesano \$ 340, además recibirán todos los beneficios de ley según dispuestos en el código de trabajo.

Rol de Pagos Mano de Obra Directa										
No.	Cargo	Sueldo Mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	IECE + SECAP 1%	Fondos de Reserva	Total Provisiones Año 1	Total Provisiones Año 2 al 5
1	Asistente P	\$ 360.00	\$ 30.00	\$ 28.33	\$ 15.00	\$ 40.14	\$ 3.60	\$ 30.00	\$ 117.07	\$ 147.07
1	costurero	\$ 340.00	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 37.91	\$ 3.40	\$ 28.33	\$ 112.14	\$ 140.48
1	costurero	\$ 340.00	\$ 28.33	\$ 28.33	\$ 14.17	\$ 37.91	\$ 3.40	\$ 28.33	\$ 112.14	\$ 140.48
TOTAL									\$ 341.36	\$ 428.03

Cuadro # 7

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Personal de ventas (Sueldos + Provisiones)										
No.	Cargo	Sueldo Mensual	IESS 9,35%	Total a recibir	Provision Año 1	Provision Año 2 al 5	Sueldo + Provision Año 1	Sueldo + Provision Año 2 al 5	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2 al 5
1	Asistente P	\$ 360.00	\$ 33.66	\$ 326.34	\$ 117.07	\$ 147.07	\$ 443.41	\$ 473.41	\$ 5,320.96	\$ 5,680.96
1	costurero	\$ 340.00	\$ 31.79	\$ 308.21	\$ 112.14	\$ 140.48	\$ 420.35	\$ 448.69	\$ 5,044.24	\$ 5,384.24
1	costurero	\$ 340.00	\$ 31.79	\$ 308.21	\$ 112.14	\$ 140.48	\$ 420.35	\$ 448.69	\$ 5,044.24	\$ 5,384.24
TOTAL							\$ 1,284.12	\$ 1,370.79	\$ 15,409.44	\$ 16,449.44

Cuadro # 8

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.5 SUELDO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

La empresa contara con un Gerente Administrativo, que será el encargado de supervisar y velar por las necesidades de los colaboradores a su cargo, realizar los informes del personal a su cargo, este sueldo será por \$400 más todos los beneficios de ley que estos

Gastos de Administrativos										
No.	Cargo	Sueldo Mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal 11,15%	IECE + SECAP 1%	Fondos de Reserva	Total Provisiones Año 1	Total Provisiones Año 2 al 5
1	Gerente	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 28.33	\$ 16.67	\$ 44.60	\$ 4.00	\$ 33.33	\$ 126.93	\$ 160.27
TOTAL									\$ 126.93	\$ 160.27

Cuadro # 9

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Gastos de Administración (Sueldos + Provisiones)											
No.	Cargo	Sueldo Mensual	IESS 9,35%	Total a recibir	Provision Año 1	Provision Año 2 al 5	Sueldo + Provision Año 1	Sueldo + Provision Año 2 al 5	Total Anual Año 1	Total Anual Año 2 al 5	
1	Gerente	\$ 400.00	\$ 37.40	\$ 362.60	\$ 126.93	\$ 160.27	\$ 489.53	\$ 522.87	\$ 5,874.40	\$ 6,274.40	
TOTAL								\$ 489.53	\$ 522.87	\$ 5,874.40	\$ 6,274.40

Cuadro # 10

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.6 MATERIALES INDIRECTOS

MATERIALES INDIRECTOS POR UNIDAD A UTILIZAR					
Artículo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carton reciclado	6000	6600	7590	9108	11840
Cinta de Empaque	30	33	38	46	59
Fundas ecologicas	6000	6600	7590	9108	11840

Cuadro # 11

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

COSTO UNITARIO MATERIALES INDIRECTOS					
Artículo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carton reciclado	\$ 0.10	\$ 0.12	\$ 0.11	\$ 0.10	\$ 0.09
Cinta de Empaque	\$ 0.50	\$ 0.60	\$ 0.56	\$ 0.52	\$ 0.47
Fundas ecologicas	\$ 0.05	\$ 0.06	\$ 0.06	\$ 0.05	\$ 0.05
TOTAL	\$ 0.65	\$ 0.79	\$ 0.73	\$ 0.67	\$ 0.61

Cuadro # 12

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS ANUALIZADO					
Artículo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Carton reciclado	\$ 600.00	\$ 798.11	\$ 850.64	\$ 940.15	\$ 1,117.38
Cinta de Empaque	\$ 15.00	\$ 19.95	\$ 21.27	\$ 23.50	\$ 27.93
Fundas ecologicas	\$ 300.00	\$ 399.06	\$ 425.32	\$ 470.07	\$ 558.69
TOTAL	\$ 915.00	\$ 1,217.12	\$ 1,297.23	\$ 1,433.73	\$ 1,704.01

Cuadro # 13

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Se realizó un presupuesto de los materiales indirectos para la el proceso de producción de los bolsos, como se puede observar existirá materiales

elaborados de modo ecológico para reducir costos, además para contribuir con el medio ambiente, esto representa al momento que el producto este por terminado, y está listo para el empaque y luego pase a la bodega donde se mantendrá de buen estado, con una proyección de 5 años que ayudara al control y analizar el comportamiento de la inflación irá incrementando.

5.7 PROYECCION DE VENTAS

Ventas Anuales	
Cientes potenciales	20000
venta esperada	30%
Bolsos a vender	6000

Cuadro # 14

Autor: fernando Vaca Hidalgo

Proyección incremento en ventas				
	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento	10%	15%	20%	30%
6000	6600	7590	9108	11840

Cuadro # 15

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Como se puede observar se realizó una proyección de ventas esperadas de los bolsos deportivos con los clientes potenciales que vayan a consumirlo, que es de 20000 y el porcentaje que se espera obtener del 30% esto ayudara a los ingresos que mantendrá la empresa, además una proyección anual con el incremento que deseamos obtener, transcurrido el segundo año, se espera incrementar un 10% el tercer año un 15%, el cuarto año un 20% y el quinto año un 30%, esperando que según las estrategias y políticas realizadas se espere cumplir las metas.

VENTAS PROYECTADAS					
Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción bruta	6000	6600	7590	9108	11840
Precios mercado local	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
TOTAL ESTIMADOS POR VENTAS	\$ 120,000.00	\$ 132,000.00	\$ 151,800.00	\$ 182,160.00	\$ 236,808.00

Cuadro # 16

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.8 OTROS GASTOS DE LA EMPRESA

Este cuadro resume todos los gastos que tendrá la empresa al iniciar sus actividades como los servicios básicos, los suministros de oficina para el uso diario y el servicio de internet para poder mantener actualizada la página web y redes sociales, estos rubros están proyectados para los cinco primeros años, y esta su costo mensual para poder resumir.

Gastos Varios						
Tipo	Costo Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 145,11	\$ 134,49	\$ 123,87	\$ 113,24
Electricidad	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 725,56	\$ 672,44	\$ 619,33	\$ 566,22
Telefonia	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 435,33	\$ 403,47	\$ 371,60	\$ 339,73
Banda ancha	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 290,22	\$ 268,98	\$ 247,73	\$ 226,49
Arriendo local	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.627,78	\$ 3.362,22	\$ 3.096,67	\$ 2.831,11
Suministro de oficina	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 725,56	\$ 672,44	\$ 619,33	\$ 566,22
TOTAL		\$ 4.920,00	\$ 5.949,56	\$ 5.514,04	\$ 5.078,53	\$ 4.643,02

Cuadro # 17

Autor: fernando Vaca Hidalgo

5.9 COSTO TOTAL DE LAS OPERACIONES

El siguiente cuadro resume todos los gastos por las áreas que conforman el proyecto, de igual manera proyectada para cada año de los cinco que está proyectado, en estos incluyen los costos de producción, ventas y administración lo cual estos mantiene los sueldos que se realizó el cálculo anterior mente, también se puede observar el precio de los bolsos que se fijó por \$20 así obteniendo un margen de ganancia del 30% en el año 1

Costo Total por Area					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total de Produccion					
Sueldos	\$ 15.409,44	\$ 16.449,44	\$ 16.449,44	\$ 16.449,44	\$ 16.449,44
Materia Prima	\$ 54.000,00	\$ 71.830,00	\$ 76.557,80	\$ 84.613,32	\$ 100.564,46
Otros Gastos	\$ 4.920,00	\$ 5.949,56	\$ 5.514,04	\$ 5.078,53	\$ 4.643,02
Materiales Indirectos	\$ 915,00	\$ 1.217,12	\$ 1.297,23	\$ 1.433,73	\$ 1.704,01
SUBTOTAL	\$ 75.244,44	\$ 95.446,12	\$ 99.818,51	\$ 107.575,02	\$ 123.360,94
Costo Total Administracion					
Sueldos	\$ 5.874,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40
SUBTOTAL	\$ 5.874,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40	\$ 6.274,40
Costo Total Ventas					
Sueldo	\$ 10.365,20	\$ 11.065,20	\$ 11.065,20	\$ 11.065,20	\$ 11.065,20
Gastos de Publicidad	\$ 250,00	\$ 302,31	\$ 280,19	\$ 258,06	\$ 235,93
SUBTOTAL	\$ 10.615,20	\$ 11.367,51	\$ 11.345,39	\$ 11.323,26	\$ 11.301,13
TOTAL	\$ 91.734,04	\$ 113.088,03	\$ 117.438,30	\$ 125.172,67	\$ 140.936,46

Cuadro # 18

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Costo Total de Operación										
Concepto	Costo Año 1	Porcentaje	Costo Año 2	Porcentaje	Costo Año 3	Porcentaje	Costo Año 4	Porcentaje	Costo Año 5	Porcentaje
Costo de Produccion	\$ 75.244.44	81.51%	\$ 95.446.12	84.24%	\$ 99.818.51	85.00%	\$ 107.575.02	85.94%	\$ 123.360.94	87.53%
Costo de Administracion	\$ 5.874.40	6.36%	\$ 6.274.40	5.54%	\$ 6.274.40	5.34%	\$ 6.274.40	5.01%	\$ 6.274.40	4.45%
Costo Ventas	\$ 10.615.20	11.50%	\$ 11.367.51	10.03%	\$ 11.345.39	9.66%	\$ 11.323.26	9.05%	\$ 11.301.13	8.02%
Costo Financiero	\$ 573.63	0.62%	\$ 211.69	0.19%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%	\$ -	0.00%
TOTAL	\$ 92,307.67	100.00%	\$ 113,299.72	100.00%	\$ 117,438.30	100.00%	\$ 125,172.67	100.00%	\$ 140,936.46	100.00%
Bolsos deportivos confeccionados anualmente	6000	-	6600	-	7590	-	9108	-	11840	-
Costo Unitario Anual	\$ 15.38	-	\$ 17.17	-	\$ 15.47	-	\$ 13.74	-	\$ 11.90	-
Precio de Venta	\$ 20.00	-	\$ 20.00	-	\$ 20.00	-	\$ 20.00	-	\$ 20.00	-
Margen de Ganancia	30.00%	-	16.51%	-	29.26%	-	45.53%	-	68.02%	-

Cuadro # 19

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.10 INVERSION INICIAL ACTIVOS DE LA EMPRESA

Aquí se detalle la inversión inicial para empezar a trabajar detallando todo lo que se necesite, como maquinarias, equipos de computación, equipos para poder empezar las operaciones de confección de bolsos deportivos

5.11 RESUMEN DE ACTIVOS DE LA EMPRESA

Inversion BursaXtreme S.A.			
Cantidad	Descripcion	Precio Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Maquinarias y Equipos de Operacion			
2	Maquinas de coser	\$ 1,400.00	\$ 2,800.00
1	Herramientas para confeccion	\$ 800.00	\$ 800.00
	TOTAL		\$ 3,600.00
Equipos de Computacion			
3	Computadoras compaq	\$ 200.00	\$ 600.00
2	Impresoras HP	\$ 50.00	\$ 100.00
	TOTAL		\$ 700.00
Equipos de Oficina			
3	Telefonos Panasonic inalambricos	\$ 50.00	\$ 150.00
1	Split LG	\$ 350.00	\$ 350.00
1	Televisor 32"	\$ 750.00	\$ 750.00
	TOTAL		\$ 1,250.00
Muebles y Enseres			
1	Sillon ejecutivo	\$ 150.00	\$ 150.00
2	Mesas rectas 4 patas	\$ 100.00	\$ 200.00
2	modulares	\$ 250.00	\$ 500.00
5	Sillas para oficina simples	\$ 30.00	\$ 150.00
1	Juego sala El Bosque	\$ 800.00	\$ 800.00
2	arturitos	\$ 40.00	\$ 80.00
3	Escritorio de oficina completo	\$ 160.00	\$ 480.00
1	Sillon	\$ 200.00	\$ 200.00
	TOTAL		\$ 2,560.00
	TOTAL		\$ 8,110.00

Cuadro # 22

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

La empresa BursaXtreme cuenta con su inversión inicial para el arranque de la empresa, es por eso que para tener todos los implementos necesarios, se realizó un resumen y clasificación de los activos que harán falta para el inicio de sus actividades como podrán observar en el cuadro # 22

5.12 ACTIVOS FIJOS OPERACIONAL

Activos Fijos Operacionales		
cantidad	Descripcion	total de costos
1	Maquinas industriales de coser	\$ 2,800,00
2	Herramientas para confeccion	\$ 800,00
	TOTAL	\$ 3,600,00

Cuadro # 23

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Estos activos indispensables para iniciar actividades de producción de bolsos serán necesarias para iniciar las operaciones los artesanos en las confecciones como las máquinas de coser que tienen ese valor por lo que son una marca reconocida internacionalmente

5.13 ACTIVOS DIFERIDOS

Inversion de Activo diferido	
Gastos de constitucion	\$ 800,00
Planeacion e integracion	\$ 351,30
Ingenieria del proyecto	\$ 409,85
Supervision	\$ 175,65
Administracion del proyecto	\$ 58,55
Subtotal	\$ 1.795,35
Imprevistos (5%)	\$ 89,77
Total	\$ 1.885,12

Cuadro # 24

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Los activos diferidos son activos intangibles, es por eso que se han considerado los gastos de constitución como todos los trámites legales que requiera la iniciación de BursaXtreme S.A. sin problemas con permisos ni tasas que tienen como prioridad ser un ingreso del gobierno, por imprevistos se calculó el 5 % del subtotal

5.14 INVERSION TOTAL DE ACTIVOS

INVERSION TOTAL EN ACTIVOS FIJOS Y DIFERIDOS	
Descripcion	total de costos
Equipo de oficinas y ventas	\$ 8.110,00
Activos fijos operacionales	\$ 3.600,00
Activos diferidos	\$ 1.885,12
TOTAL	\$ 13.595,12

Cuadro # 25

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

A continuación en el cuadro # 25 podemos apreciar el resumen de la inversión total para luego proceder con un plan de inversión que será necesario para próximos índices financiero y préstamo por parte de alguna entidad financiera

5.15 PLAN DE INVERSION

Resumen Inversion BursaXtreme S.A.		
Activos Fijos Operativos		% INV
Activos Fijos		
Equipos de Oficina	\$ 1.250,00	5%
Muebles y enseres	\$ 2.360,00	10%
Equipos computacion	\$ 700,00	3%
Equipos de Operación	\$ 3.800,00	16%
Total de Activos Fijos	\$ 8.110,00	34%
Activos Diferidos		
Varios Activos Diferidos	\$ 1.795,35	7%
Imprevistos	\$ 89,77	0,3711%
Total de Activos Diferidos	\$ 1.885,12	8%
Capital de Trabajo		
Capital de Trabajo Operativo	\$ 14.192,70	
Subtotal	\$ 14.192,70	59%
Total de Inversion	\$ 24.187,81	
Cuadro # 27		100%
Autor: Fernando Vaca Hidalgo		

En el cuadro # 27 se resumen los activos fijos, diferidos más el capital de trabajo que da un total de \$24.187,81 además se realizó un porcentaje de inversión, dividiendo cada valor para el total de la inversión.

5.16 FINANCIAMIENTO

Financiamiento	
Financiamiento Propio	\$ 17.687,81
Banco del Pacifico	\$ 6.500,00
Total	\$ 24.187,81

Cuadro # 28
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

BursaXtreme S.A. contará con un financiamiento con capital propio por \$17.687,81 y la diferencia que necesitaría para completar el inicio del proyecto, el financiamiento será con el Banco del Pacifico, Institución Financiera que otorga préstamos a emprendimientos con una tasa del 11.20% para un máximo de 3 años, en este financiamiento contara con 4 meses de gracia lo cual refleja el termino del préstamo en el periodo veinte ocho, también será un periodo de 2 años que se tomara para pagar la duda.

TABLA PAGO PRESTAMO (ANUAL)			
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 3.069,03	\$ 573,63	\$ 3.642,66
2	\$ 3.430,97	\$ 211,69	\$ 3.642,66
TOTAL	\$ 6.500,00	\$ 785,32	\$ 7.285,32

Tabla Amortizacion					
MONTO		\$ 6.500,00			
PLAZO		2	ANOS 24 MESES		
INTERÉS NOMINAL		0,93%			
PAGO		\$ 303,55	ANUAL	11,20%	
PERIODO DE PAGO		Mensual			
PERIODO	Capital	INTERÉS	PAGO	AMORTIZA	TOTAL
0	\$ -	\$ -	-	\$ 6.500,00	
1	\$ 242,89	\$ 60,67	\$ 303,55	\$ 6.257,11	
2	\$ 245,16	\$ 58,40	\$ 303,55	\$ 6.011,96	
3	\$ 247,44	\$ 56,11	\$ 303,55	\$ 5.764,51	
4	\$ 249,75	\$ 53,80	\$ 303,55	\$ 5.514,76	
5	\$ 252,08	\$ 51,47	\$ 303,55	\$ 5.262,68	
6	\$ 254,44	\$ 49,12	\$ 303,55	\$ 5.008,24	
7	\$ 256,81	\$ 46,74	\$ 303,55	\$ 4.751,43	
8	\$ 259,21	\$ 44,35	\$ 303,55	\$ 4.492,22	
9	\$ 261,63	\$ 41,93	\$ 303,55	\$ 4.230,59	
10	\$ 264,07	\$ 39,49	\$ 303,55	\$ 3.966,52	
11	\$ 266,53	\$ 37,02	\$ 303,55	\$ 3.699,99	
12	\$ 269,02	\$ 34,53	\$ 303,55	\$ 3.430,97	
13	\$ 271,53	\$ 32,02	\$ 303,55	\$ 3.159,44	
14	\$ 274,07	\$ 29,49	\$ 303,55	\$ 2.885,37	
15	\$ 276,62	\$ 26,93	\$ 303,55	\$ 2.608,74	
16	\$ 279,21	\$ 24,35	\$ 303,55	\$ 2.329,54	
17	\$ 281,81	\$ 21,74	\$ 303,55	\$ 2.047,73	
18	\$ 284,44	\$ 19,11	\$ 303,55	\$ 1.763,28	
19	\$ 287,10	\$ 16,46	\$ 303,55	\$ 1.476,19	
20	\$ 289,78	\$ 13,78	\$ 303,55	\$ 1.186,41	
21	\$ 292,48	\$ 11,07	\$ 303,55	\$ 893,93	
22	\$ 295,21	\$ 8,34	\$ 303,55	\$ 598,71	
23	\$ 297,97	\$ 5,59	\$ 303,55	\$ 300,75	
24	\$ 300,75	\$ 2,81	\$ 303,55	\$ -	

Cuadro # 29
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.17 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	DEPRECIACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinarias y Equipos de Operacion	\$ 3.600,00	10	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Equipos de Oficina	\$ 1.250,00	10	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00
Equipos de Computacion	\$ 700,00	3	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ 233,33	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 2.560,00	10	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00	\$ 256,00
TOTAL DE DEPRECIACIONES				\$ 974,33	\$ 974,33	\$ 974,33	\$ 741,00	\$ 741,00
DEPRECIACION ACUMULADA				\$ 974,33	\$ 1.948,67	\$ 2.923,00	\$ 3.664,00	\$ 4.405,00

Cuadro # 30
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

DESCRIPCION	VALOR USD \$	VIDA UTIL	AMORTIZACION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.885,12	10	\$ 188,51	\$ 188,51	\$ 188,51	\$ 188,51	\$ 188,51	\$ 188,51
TOTAL DE AMORTIZACIONES				\$ 188,51				
AMORTIZACION ACUMULADA				\$ 188,51	\$ 377,02	\$ 565,54	\$ 754,05	\$ 942,56

Cuadro # 31
Autor: Fernando Vaca Hidalgo

En el cuadro # 30 y # 31 se muestran el resumen de las depreciaciones de los activos fijos que tienen establecido tiempo de vida útil, a su vez un cuadro por los activos diferidos, tanto a la depreciación y la amortización son acumulativas por lo tanto se van cargando al siguiente año

5.18 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Resumen de Costos y Gastos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Mano de obra directa	\$ 15,409.44	\$ 16,449.44	\$ 16,449.44	\$ 16,449.44	\$ 16,449.44
Materiales directos	\$ 54,000.00	\$ 71,830.00	\$ 76,557.80	\$ 84,613.32	\$ 100,564.46
Subtotal	\$ 69,409.44	\$ 88,279.44	\$ 93,007.24	\$ 101,062.76	\$ 117,013.90
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Costos que representan desembolso:					
Materiales indirectos	\$ 915.00	\$ 1,217.12	\$ 1,297.23	\$ 1,433.73	\$ 1,704.01
Suministros y servicios	\$ 4,920.00	\$ 5,949.56	\$ 5,514.04	\$ 5,078.53	\$ 4,643.02
Subtotal	\$ 5,835.00	\$ 7,166.68	\$ 6,811.27	\$ 6,512.26	\$ 6,347.03
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	\$ 5,874.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40
Subtotal	\$ 5,874.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40	\$ 6,274.40
Gastos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	\$ 974.33	\$ 974.33	\$ 974.33	\$ 741.00	\$ 381.00
Amortizaciones	\$ 188.51	\$ 188.51	\$ 188.51	\$ 188.51	\$ 188.51
Subtotal	\$ 1,162.85	\$ 1,162.85	\$ 1,162.85	\$ 929.51	\$ 569.51
GASTOS DE VENTAS					
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	\$ 10,365.20	\$ 11,065.20	\$ 11,065.20	\$ 11,065.20	\$ 11,065.20
Gastos de Publicidad	\$ 250.00	\$ 302.31	\$ 280.19	\$ 258.06	\$ 235.93
Subtotal	\$ 10,615.20	\$ 11,367.51	\$ 11,345.39	\$ 11,323.26	\$ 11,301.13
GASTOS FINANCIEROS (Interes prestamo)	\$ 573.63	\$ 211.69	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 93,470.51	\$ 114,462.56	\$ 118,601.14	\$ 126,102.19	\$ 141,505.97

Cuadro # 32

Autor: Fernando Vaca

Según el cuadro # 32 se puede visualizar un resumen más detallado de los costos directos de producción, indirectos de producción, gastos de administración y gastos de venta a esto se le suma

5.19 VENTAS

VENTAS PROYECTADAS					
Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción bruta	6000	6600	7590	9108	11840
Precios mercado local	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
TOTAL ESTIMADOS POR VENTAS	\$ 120,000.00	\$ 132,000.00	\$ 151,800.00	\$ 182,160.00	\$ 236,808.00

Cuadro # 16

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

En el cuadro # 16 se puede observar la variación de las proyecciones de ventas del año 1 al año 5 con un precio de \$ 20 que será el precio para nuestras ventas y la cantidad de la producción bruta del año 1 al año 5

5.20 TMAR MIXTA

BURSAXTREME S.A.			
TMAR MIXTA			
Inversionistas	participacion	TMAR	Ponderacion
Fernando Vaca Hidalgo	31,58%	17%	5,37%
Pierina Fernandez	31,58%	17%	5,37%
Banco del Pacifico	36,84%	15%	5,53%
TMAR MIXTA GLOBAL			16,26%

Cuadro # 36

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Según el cuadro # 36 los accionistas esperaran como mínimo un 17% en la tasa mínima de rendimiento, además la institución financiera por su participación en el financiamiento recibirá una participación del 15%, y la TMAR MIXTA es por 16,26% por la

5.21 ESTADO DE RESULTADOS

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 120,000.00	\$ 132,000.00	\$ 151,800.00	\$ 182,160.00	\$ 236,808.00
Costos operativos	\$ 34,052.64	\$ 37,065.67	\$ 40,363.93	\$ 43,975.26	\$ 47,930.31
UTILIDAD BRUTA	\$ 85,947.36	\$ 94,934.33	\$ 111,436.07	\$ 138,184.74	\$ 188,877.69
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	\$ 11,172.40	\$ 11,999.36	\$ 12,897.11	\$ 13,872.26	\$ 14,932.01
Gastos de Ventas	\$ 4,800.00	\$ 4,996.80	\$ 5,201.67	\$ 5,414.94	\$ 5,636.95
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ 1,162.85	\$ 1,162.85	\$ 1,162.85	\$ 929.51	\$ 929.51
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 17,135.25	\$ 18,159.01	\$ 19,261.63	\$ 20,216.70	\$ 21,498.47
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 68,812.11	\$ 76,775.32	\$ 92,174.45	\$ 117,968.03	\$ 167,379.22
Gastos Financieros	\$ 573.63	\$ 211.69	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$ 68,238.49	\$ 76,563.63	\$ 92,174.45	\$ 117,968.03	\$ 167,379.22
Participacion de Utilidades	\$ 10,235.77	\$ 11,484.54	\$ 13,826.17	\$ 17,695.20	\$ 25,106.88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 58,002.71	\$ 65,079.09	\$ 78,348.28	\$ 100,272.83	\$ 142,272.33
Impuesto a la Renta	\$ 12,760.60	\$ 14,317.40	\$ 17,236.62	\$ 22,060.02	\$ 31,299.91
UTILIDAD NETA	\$ 45,242.12	\$ 50,761.69	\$ 61,111.66	\$ 78,212.81	\$ 110,972.42

Cuadro # 39

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.22 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas	\$ -	\$ 120,000.00	\$ 132,000.00	\$ 151,800.00	\$ 182,160.00	\$ 236,808.00
EGRESOS OPERACIONALES						
Costos Operativos	\$ -	\$ 34,052.64	\$ 37,065.67	\$ 40,363.93	\$ 43,975.26	\$ 47,930.31
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 11,172.40	\$ 11,999.36	\$ 12,897.11	\$ 13,872.26	\$ 14,932.01
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 4,800.00	\$ 4,996.80	\$ 5,201.67	\$ 5,414.94	\$ 5,636.95
TOTAL Egresos Operacionales	\$ -	\$ 50,025.04	\$ 54,061.83	\$ 58,462.71	\$ 63,262.46	\$ 68,499.27
FLUJO OPERACIONAL	\$ -	\$ 69,974.96	\$ 77,938.17	\$ 93,337.29	\$ 118,897.54	\$ 168,308.73
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Fondos Propios	\$ 17,687.82	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestamos Bancarios	\$ 6,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 24,187.82	\$ -				
EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversion Fija	\$ 8,110.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Diferida	\$ 1,885.12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Corriente	\$ 14,192.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago Capital Prestamo	\$ -	\$ 3,069.03	\$ 3,430.97	\$ -	\$ -	\$ -
Pago Intereses Prestamos	\$ -	\$ 573.63	\$ 211.69	\$ -	\$ -	\$ -
Participacion de Utilidades	\$ -	\$ 10,235.77	\$ 11,484.54	\$ 13,826.17	\$ 17,695.20	\$ 25,106.88
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 12,760.60	\$ 14,317.40	\$ 17,236.62	\$ 22,060.02	\$ 31,299.91
TOTAL	\$ 24,187.82	\$ 26,639.03	\$ 29,444.60	\$ 31,062.79	\$ 39,755.23	\$ 56,406.80
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ -	\$ (26,639.03)	\$ (29,444.60)	\$ (31,062.79)	\$ (39,755.23)	\$ (56,406.80)
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 43,335.93	\$ 48,493.57	\$ 62,274.50	\$ 79,142.32	\$ 111,901.93
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ -	\$ 43,335.93	\$ 91,829.50	\$ 154,104.00	\$ 233,246.32	\$ 345,148.25

Cuadro # 40

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

En el cuadro # 40 se puede observar que en el año 0 existe un valor negativo por lo que es la salida de nuestro dinero de la inversión realizada por la adquisición de activos, pero a partir del año uno al año cinco va incrementando y se empiezan flujos positivos a favor que significa que existe un buen flujo de efectivo

5.23 INDICADORES DE RENDIMIENTO

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ 43,335.93	\$ 48,493.57	\$ 62,274.50	\$ 79,142.32	\$ 111,901.93
INVERSION FIJA	\$ (8,110.00)					
INVERSION DIFERIDA	\$ (1,885.12)					
INVERSION CORRIENTE	\$ (14,192.70)					
RESULTADO	\$ (24,187.82)	\$ 43,335.93	\$ 48,493.57	\$ 62,274.50	\$ 79,142.32	\$ 111,901.93

Cuadro # 42

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

TMAR	12.02%
TIR	195.34%
VAN	\$211,151.72

Cuadro #43

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

Se procedió a calcular la tasa interna de retorno del proyecto (TIR) y resulto ser positiva y mayor a la TMAR MIXTA, como el resto de indicadores que favorecen con la viabilidad del proyecto se calculo el TIR, VAN (valor actual neto) para demostrar que el proyecto puede ser viable, generar ganancias, reducir el desempleo y contribuir con el medio ambiente.

5.24 BALANCE GENERAL

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Capital de trabajo	\$ 14,192.70	\$ 14,192.70	\$ 14,192.70	\$ 14,192.70	\$ 14,192.70	\$ 14,192.70
Caja/Bancos		\$ 43,335.93	\$ 91,829.50	\$ 154,104.00	\$ 233,246.32	\$ 345,148.25
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 14,192.70	\$ 57,528.63	\$ 106,022.20	\$ 168,296.70	\$ 247,439.02	\$ 359,340.95
ACTIVOS FIJOS						
Maquinarias y Equipos de Operacion	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Equipos de Oficina	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00
Equipos de Computacion	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Muebles y Enseres	\$ 2,560.00	\$ 2,560.00	\$ 2,560.00	\$ 2,560.00	\$ 2,560.00	\$ 2,560.00
(-) Depreciacion Acumulada	0	\$ (974.33)	\$ (1,948.67)	\$ (2,923.00)	\$ (3,664.00)	\$ (4,405.00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 8,110.00	\$ 7,135.67	\$ 6,161.33	\$ 5,187.00	\$ 4,446.00	\$ 3,705.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos Preoperacionales	\$ 1,885.12	\$ 1,885.12	\$ 1,885.12	\$ 1,885.12	\$ 1,885.12	\$ 1,885.12
(-) Amortizacion Acumulada	0	\$ (188.51)	\$ (377.02)	\$ (565.54)	\$ (754.05)	\$ (942.56)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1,885.12	\$ 1,696.61	\$ 1,508.10	\$ 1,319.58	\$ 1,131.07	\$ 942.56
TOTAL ACTIVOS	\$ 24,187.82	\$ 66,360.91	\$ 113,691.63	\$ 174,803.28	\$ 253,016.09	\$ 363,988.51
PASIVOS						
PASIVOS CORTO PLAZO						
PASIVOS A LARGO PLAZO						
Prestamo Bancario	\$ 6,500.00	\$ 3,430.97	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS LP	\$ 6,500.00	\$ 3,430.97	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 6,500.00	\$ 3,430.97	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 17,687.82	\$ 17,687.82	\$ 17,687.82	\$ 17,687.82	\$ 17,687.82	\$ 17,687.82
Utilidad del Ejercicio	0	\$ 45,242.12	\$ 50,761.69	\$ 61,111.66	\$ 78,212.81	\$ 110,972.42
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 45,242.12	\$ 96,003.81	\$ 157,115.46	\$ 235,328.27
TOTAL PATRIMONIO	\$ 17,687.82	\$ 62,929.94	\$ 113,691.63	\$ 174,803.28	\$ 253,016.09	\$ 363,988.51
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 24,187.82	\$ 66,360.91	\$ 113,691.63	\$ 174,803.28	\$ 253,016.09	\$ 363,988.51
Cuadro # 44	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

El balance Final de BursaXtreme S.A. demuestra su cuadratura entre los activos adquiridos contra el pasivo más Patrimonio, cumpliendo con el asiento correcto.

5.25 PUNTO DE EQUILIBRIO

VARIABLES	PROMEDIO
VENTAS	\$164,553.60
COSTOS FIJOS	\$ 19,254.21
COSTOS VARIABLES	\$ 40,677.56
UNIDADES	6,631
P.V.P. (TN)	\$ 300.00
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 6.13

Cuadro # 45

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

PUNTO DE EQUILIBRIO	ANUAL	MES
UNIDADES FISICAS KG	66	5
UNIDADES MONETARIAS (USD \$)	\$ 19,656.16	\$1,638.01
% PUNTO EQUILIBRIO	11.95%	11.95%

Cuadro # 46

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

El resultado del punto de equilibrio es 2355 unidades que resulta de la división de costos fijos para el precio unitario del producto menos los costos variables, es lo mínimo que se debería de vender para no tener pérdidas

INDICES FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
INDICE DE RENTABILIDAD Margen Bruto	<u>UTILIDAD BRUTA</u> VENTAS NETAS	71.62%	71.92%	73.41%	75.86%	79.76%	74.51%
Margen Neto	<u>UTILIDAD NETA</u> VENTAS NETAS	37.70%	38.46%	40.26%	42.94%	46.86%	41.24%
INDICE DE GESTION Impacto de Gastos	<u>GASTOS DE OPERACION</u> VENTAS NETAS	14.28%	13.76%	12.69%	11.10%	9.08%	12.18%
Carga Financiera	<u>GASTOS FINANCIEROS</u> VENTAS NETAS	0.48%	0.16%	0.00%	0.00%	0.00%	0.13%
INDICE DE LIQUIDEZ Liquidez Corriente	<u>ACTIVOS CORRIENTES</u> PASIVOS CORRIENTES	16.77	-	-	-	-	3.35
INDICE DE ENDEUDAMIENTO Endeudamiento del Activo	<u>TOTAL DE PASIVOS</u> TOTAL DE ACTIVOS	0.05	-	-	-	-	0.01

Cuadro # 47

Autor: Fernando Vaca Hidalgo

5.26 CONCLUSIÓN

Se puede concluir que el estudio financiero para la fabricación de bolsos deportivos con material reciclado, ha si completa llevada a lo más cercano de una empresa normalmente, esto nos da a entender que es una empresa sólida y con sesgo positivo, con eso tenemos los siguientes indicadores formada Primero el VAN que dio como resultado el proyecto es positivo y es un indicador muy confiable para la factibilidad del proyecto. La TIR está sobre lo que esperaban los inversionistas ya que es mayor que la TMAR mixta establecida.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

BursaXtreme S.A, es una empresa emprendedora que inicia sus actividades de elaboración de bolsos deportivos a base de material reciclado, su objetivo principal ayudar con el cuidado del medio ambiente y la salud en la ciudad de Guayaquil, es por eso que se concluye el proyecto después de un exhaustiva investigación y preparación técnica y financiera, se puede confirmar su viabilidad para esa línea emprendedora

Se recomienda reestructurar su organización una vez ya posesionado el mercado y recapitalizar las utilidades para poder tener mayores expectativas y lograr mayores ingresos

7 BIBLIOGRAFÍA

Estudio de mercado

- Marcela Benassini – México, 2009.-ntroduccion a la investigación de mercados, enfoque para Latinoamérica.
- Malhotra Naresh k.- México, 2008. - Investigación de mercados- quinta edición. Pearson education

Estrategia de marketing

- Graham Hooley - Nigel F. Piercy - Brigitte Nicoulaud, 2006, Marketing Strategy and Competitive Positioning, Essex - Reino Unido, Prentice Hall UK
- Richard M.S Wilson., 2005, Strategic Marketing Management.

Diseño Organizacional del proyecto.

- Antonio Cesar Amaru- México, 2009. – Fundamentos de administración, teoría general y proceso administrativo, Pearson education.
- Michael Hitt- México, 2006. – Administración, Pearson education.
- Stephen P. Robbins – Mary Coulters, 2010, Administración Decima Edicion, Naucalpan de Juárez - México, Prentice Hall.\

Marco legal del proyecto

- Código de Trabajo de la República del Ecuador 2012.
- Instructivo sobre constitución de compañías Superintendencia de Compañías 2012
- <http://www.sri.gob.ec>

Localización del proyecto

- Gabriel Baca Urbina, 2010, Evaluación de Proyectos Sexta Edición, México D.F. – México, McGraw – Hill Educación.
- Naussir Sapag Chain – Reinaldo Sapag Chain, 2012 Preparación y Evaluación de proyectos Quinta Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación

Estudio Técnico y operativo del proyecto

- Richard Chase, 2009 (Mc Graw hill) administración de operaciones – Duodécima edición, producción y cadena de suministros.
- Naussir Sapag Chain – Reinaldo Sapag Chain, 2012 Preparación y Evaluación de proyectos Quinta Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación.

Estudio económico y financiero del proyecto

- Naussir Sapag Chain – Reinaldo Sapag Chain, 2012 Preparación y Evaluación de proyectos Quinta Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación.
- Gabriel Baca Urbina, 2010, Evaluación de Proyectos Sexta Edición, México D.F. – México, McGraw – Hill Educación.
- Rafael Luna Damaris Chavez, 2001, estudios de factibilidad en proyectos eco turísticos.
- James C. Van Horne, 1999, Administración Financiera Décima Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación.
- Stephen A. Ross – Randolph W. Westerfield & Jeffrey Jaffe, 2012, Finanzas Corporativas Novena Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación.
- Lawrence J. Gitman, 2012, Principios de Administración Financiera Doceava Edición, Naucalpan de Juárez - México, Pearson Educación.
- <http://definicion.de/analisis-financiero/>

Otras fuentes de investigación

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje>
- <http://elreciclaje.org/>
- <http://www.amchamecuador.org/publicaciones.php?titulo=3355>
- http://www.andragogy.org/Cursos/Curso00169/Temario/pdf%20leccion%202/TEMA_2_pyme.pdf
- http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/FODA>
- www.fuireciclado.com

8 GLOSARIO

Ley: relación general, necesaria y constante, que explica los fenómenos.

Marco legal: proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

Marketing Mix: designa al conjunto de herramientas y variables que debe poseer el responsable de marketing en una organización para contribuir con la fidelización del producto o servicio que comercializa, y así cumplir con los objetivos de la entidad.

Muestra: conjunto de casos o individuos extraídos de una población por algún sistema de muestreo.

Organigrama: es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad.

Plan de marketing: es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva.

Segmentación del mercado: se puede definir como, "el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad.

Tasa de descuento: se utiliza para determinar el valor en moneda de hoy, del dinero pagado o recibido en algún momento futuro.

Tasa interna de retorno (TIR): es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión.

Valor actual neto (VAN): es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si

luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Encuestas: Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos

Grupo Focal: es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales

Reciclaje: El reciclaje es un proceso cuyo objetivo es convertir materiales (desechos) en nuevos productos para prevenir el desuso de materiales potencialmente útiles.

FODA: es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas ('Debilidades y Fortalezas)

9 ANEXOS

9.1.1 ANEXO 1 - MODELO DE ENCUESTA

[SURVEY PREVIEW MODE] Estudio de factibilidad para la produccion de bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil Survey - Google Chrome
SurveyMonkey, Inc [US] https://www.surveymonkey.com/s.aspx?PREVIEW_MODE=DO_NOT_USE_THIS_LINK_FOR_COLLECTION&sm=oi5UYIYjvr

Estudio de factibilidad para la produccion de bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil

Copia de la página:

1. Genero?

Masculino Femenino

***2. ¿Qué edad tiene?**

entre 14 a 20 entre 21 a 27 entre 28 a 30 mas de 30

3. ¿Está usted interesado en cuidar el medio ambiente?

Si No

***4. ¿Qué tan seguido mantiene una vida activa saludable haciendo deporte?**

• Muy activa • Normal • Poco activa • Ninguna

***5. ¿Qué tanta importancia tiene para usted el reciclaje?**

• Mucha • Normal • Poca • Ninguna

***6. ¿Qué actividades realiza para reciclar y cuidar el medio ambiente?**

• No recicla • Recicla papel • Recicla plástico • Evitas desperdiciar agua

Otro (especifique)

[SURVEY PREVIEW MODE] Estudio de factibilidad para la produccion de bolsos depo

[SURVEY PREVIEW MODE] Estudio de factibilidad para la produccion de bolsos deportivos con material reciclado en la ciudad de Guayaquil Survey - Google Chrome
SurveyMonkey, Inc [US] https://www.surveymonkey.com/s.aspx?PREVIEW_MODE=DO_NOT_USE_THIS_LINK_FOR_COLLECTION&sm=oi5UYIYjvr

***6. ¿Qué actividades realiza para reciclar y cuidar el medio ambiente?**

• No recicla • Recicla papel • Recicla plástico • Evitas desperdiciar agua

Otro (especifique)

***7. ¿Qué tan seguido usa bolsos deportivos, etc.....?**

• Nunca • Rara vez • Frecuentemente • Siempre

***8. ¿Si tuviera la oportunidad de seleccionar (comprar) un bolso deportivo, cómo le gustaria?**

• Prediseñado • Diseñado por usted

***9. ¿Cuáles son los criterios que aplicaria al momento de elegir un bolso deportivo?**

• Moda • Tamaño • Práctico • Diseño • Material • Precio

***10. ¿Le gustaria usar un bolso deportivo ecológico que ayude al medio ambiente?**

• Si • No

***11. ¿Estaria dispuesta(o) a dar un tiempo más de vida a una prenda o material que le traiga buenos recuerdos para convertirlas en un nuevo y novedoso bolso deportivo?**

• Si • No

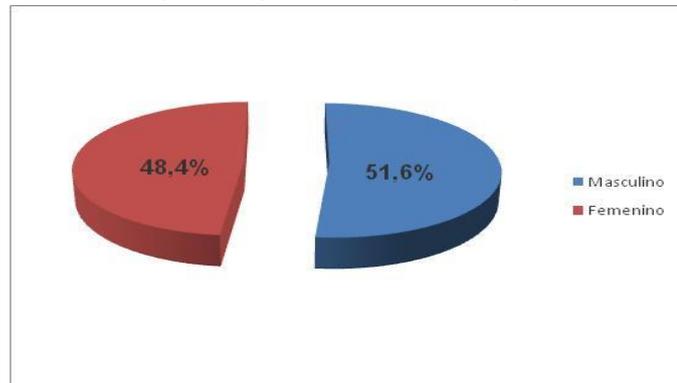
12. ¿Cuánto pagaria por un bolso deportivo con material reciclado?

• \$10 • \$15 • \$20 en adelante

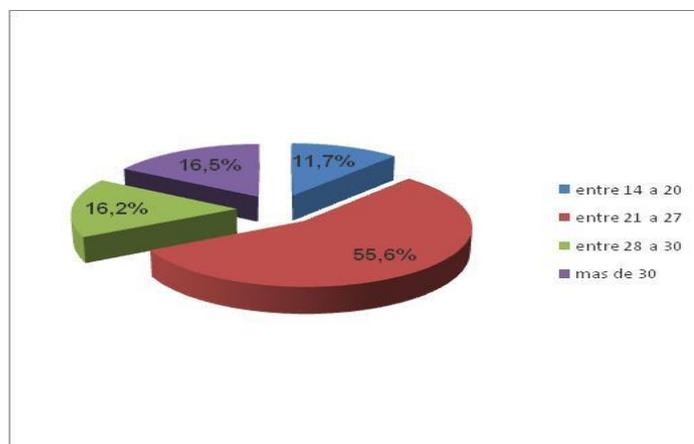
[SURVEY PREVIEW MODE] Estudio de factibilidad para la produccion de bolsos depo

9.1.2 ANEXO 2 – RESULTADOS COMPLETOS DE ENCUESTAS

Genero		
Respuestas	Porcentaje	conteo
Masculino	51,6%	181
Femenino	48,4%	170
total respondidas		351
total omitidas		0

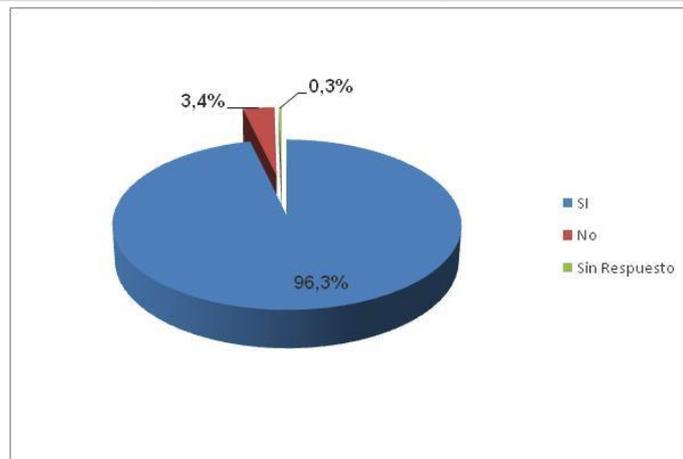


¿Qué edad tiene?		
Respuesta	Porcentaje	conteo
entre 14	11,7%	41
entre 21	55,6%	195
entre 28	16,2%	57
mas de 30	16,5%	58
total respondidas		351
total omitidas		0



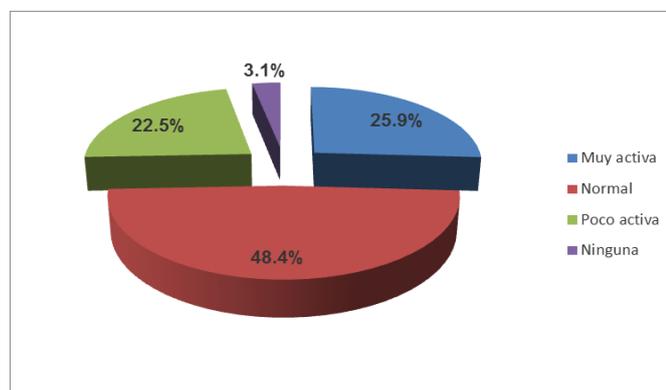
¿Está usted interesado en cuidar el medio ambiente?

Respuestas	Porcentaje	conteo
SI	96,3%	338
No	3,4%	12
Respuesto	0,3%	1
total respondidas		351
total omitidas		1



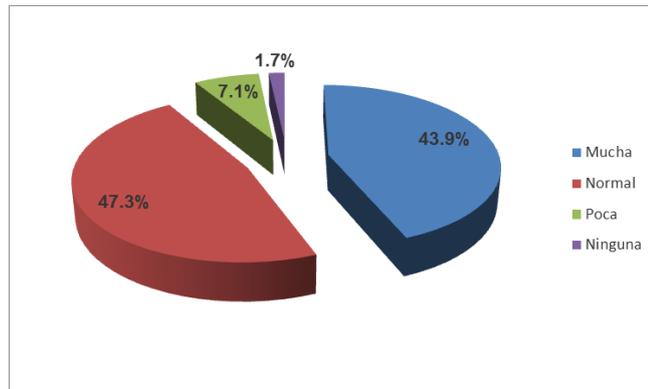
¿Qué tan seguido mantiene una vida activa saludable haciendo deporte?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
Muy activa	25.9%	91
Normal	48.4%	170
Poco activa	22.5%	79
Ninguna	3.1%	11
Total respondidas		351
Total omitidas		0



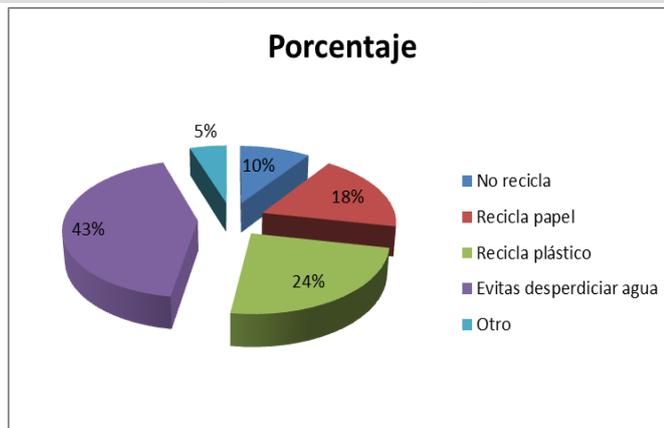
¿Qué tanta importancia tiene para usted el reciclaje?

Respuesta	Porcentaje	Conteo
Mucha	43.9%	154
Normal	47.3%	166
Poca	7.1%	25
Ninguna	1.7%	6
total respondidas		351
total omitidas		0



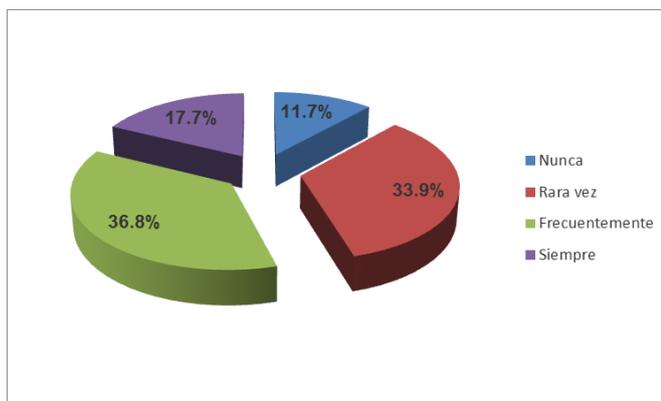
¿Qué actividades realiza para reciclar y cuidar el medio ambiente?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
No recicla	9.7%	34
Recicla papel	18.5%	65
Recicla plástico	24.2%	85
Evitas	42.5%	149
Otro	5.1%	18
total respondidas		351
total omitidas		0



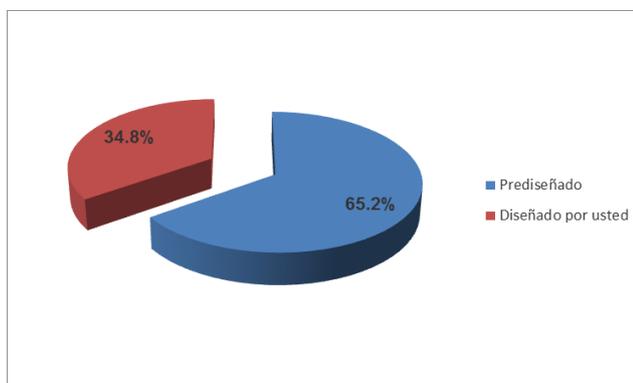
¿Qué tan seguido usa bolsos deportivos, etc.....?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
Nunca	11.7%	41
Rara vez	33.9%	119
Frecuentemente	36.8%	129
Siempre	17.7%	62
Total respondidas		351
total omitidas		0



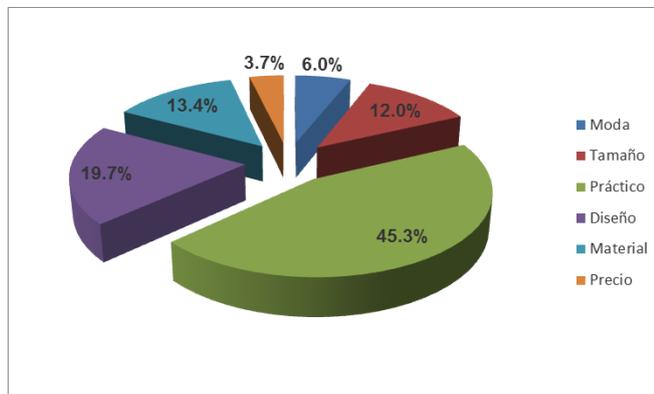
¿Si tuviera la oportunidad de seleccionar (comprar) un bolso deportivo, cómo le gustaría?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
Prediseñad	65.2%	229
Diseñado	34.8%	122
total respondidas		351
total omitidas		0



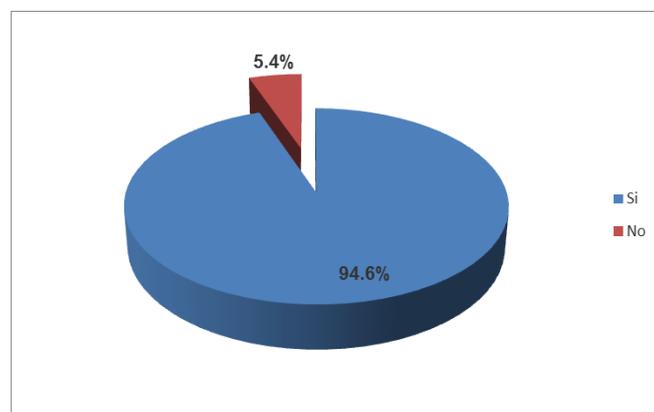
¿Cuáles son los criterios que aplicaría al momento de elegir un bolso deportivo?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
Moda	6.0%	21
Tamaño	12.0%	42
Práctico	45.3%	159
Diseño	19.7%	69
Material	13.4%	47
Precio	3.7%	13
total respuestas		351
total omitidas		0



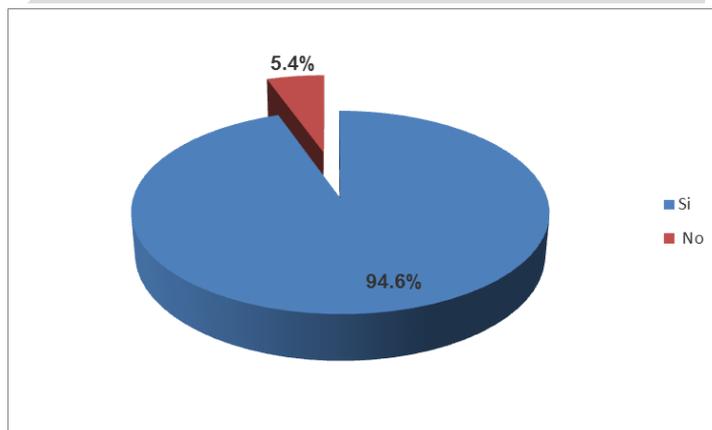
¿Le gustaría usar un bolso deportivo ecológico que ayude al medio ambiente?

Respuestas	Porcentaje	Conteo
Si	94.6%	332
No	5.4%	19
total respuestas		351
total omitidas		0



¿Estaría dispuesta(o) a dar un tiempo más de vida a una prenda o material

Respuesta	Porcentaje	conteo
Si	94.6%	332
No	5.4%	19
total respuestas		351
tota omitidos		0



¿Cuánto pagaría por un bolso deportivo con material reciclado?

Respuesta	Porcentaje	Conteo
\$10	22.9%	80
\$15	50.7%	177
\$20 en adelante	26.4%	92
total respuestas		349
total omitidas		2

