



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES**

TÍTULO:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA RECICLADORA
DE CAUCHO A PARTIR DE LA REUTILIZACION DE NEUMATICOS”**

AUTOR (A):

WONG OCHOA RENZO XAVIER

INGENIERÍA EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

TUTOR:

ECO. CARLOS RIBADENEIRA

Guayaquil, Ecuador

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENEDORES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Renzo Xavier Wong Ochoa, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe.

TUTOR (A)

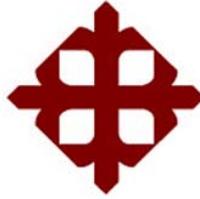
Eco. Carlos Ribadeneira

REVISOR(ES)

.....

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. M.B.A Ángel Castro



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENEDORES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Renzo Xavier Wong Ochoa

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, propuesta para la creación de un empresa recicladora de cauchoa partir de la reutilización de neumáticos en la ciudad de Guayaquil, previa a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe, 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 22 del mes de febrero del año 2016

EL AUTOR:

Renzo Xavier Wong Ochoa



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENEDORES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Renzo Xavier Wong Ochoa.

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Propuesta para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos en la ciudad de Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 del mes de septiembredel año 2015

EL AUTOR:

Renzo Xavier Wong Ochoa

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por la fe y la perseverancia, por brindarme las capacidades y habilidades para poder cumplir una meta más, culminando el trabajo de titulación.

Agradezco a mi madre, hermanas por estar presentes en mí, por darme la guía del buen camino, por ser influyentes y darme la oportunidad de prepararme profesionalmente.

A mi tutor Eco. Carlos Ribadeneira por su firme apoyo, a mi profesor y amigo Ing. Raúl Santillán por su comprensión, por la guía y enseñanza académica y profesional, demostrando que con paciencia y compromiso se pueden lograr grandes cosas.

Renzo Xavier Wong Ochoa

DEDICATORIA

Dedico a Dios por darme la vida, salud, por saberme guiar por el buen camino por darme alegrías, tristezas, enojos y un gran aprendizaje a medida que pasan los años, por brindarme sabiduría para haber concluido el trabajo de titulación, una meta y compromiso de vida.

A mi madre por estar siempre presente brindándome el apoyo incondicional, demostrándome cada día con ejemplos que todo es posible con dedicación y amor.

Renzo Xavier Wong Ochoa

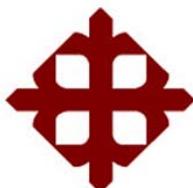
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

.....
PROFESOR GUÍA O TUTOR

.....
PROFESOR DELEGADO

.....
TRIBUNAL 1

.....
TRIBUNAL 2



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTA DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES**

CALIFICACIÓN



Índice

TÍTULO:	i
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	1
DEDICATORIA	2
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	3
CALIFICACIÓN	4
Índice.....	5
INDICE DE TABLAS	14
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	16
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.1. Tema – Título	18
1.2. Justificación	18
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	18
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	19
1.5. Objetivos de la Investigación.....	19
1.5.1. Objetivo General	19
1.5.2. Objetivos Específicos.....	20
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.	20
1.7. Planteamiento del Problema	21
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto	21
1.8.1. Marco Referencial.....	22
1.8.2. Marco Teórico.....	25
1.8.3. Marco Conceptual	28
1.8.4. Marco Legal	29
1.8.5. Marco Lógico	30
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	32
Hipótesis:	32
1.10. Cronograma.....	32
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	35
2.1. Análisis de la Oportunidad	35

2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio.....	36
2.1.2.	Descripción de la Idea de Producto o Servicio	36
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa	37
2.3.	Objetivos de la Empresa	38
2.3.1.	Objetivo General	38
2.3.2.	Objetivos Específicos.....	38
2.4.	Estructura Organizacional	39
2.4.1.	Organigrama.....	39
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	40
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.....	46
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	49
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa	49
3.1.1.	Generalidades (Tipo de Empresa).....	49
3.1.2.	Fundación de la Empresa	49
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	50
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	51
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa	51
3.2.1.	Generalidades.....	51
3.2.2.	Mandato Constituyente #8	51
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo.....	54
3.2.4.	Obligaciones del empleador.....	55
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	56
3.2.6.	Fondo de Reserva y Vacaciones	59
3.2.7.	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	61
3.3.	Contratación Civil.....	61
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación.....	61
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	62
3.3.3.	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios	62
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	63
3.3.5.	Generalidades de la Contratación Pública.....	64
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad	64
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	64
3.4.1.	Código de Ética.....	64

3.5.	Propiedad Intelectual	65
3.5.1.	Registro de Marca	65
3.5.2.	Derecho de Autor del Proyecto	66
3.5.3.	Seguros	66
3.5.4.	Incendio	66
3.5.5.	Robo	66
3.5.6.	Fidelidad	66
3.5.7.	Maquinarias y Equipos	67
3.5.8.	Materia Prima y Mercadería	67
3.6.	Presupuesto Constitución de la empresa	67
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	70
4.1.	PEST	70
4.2.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	72
4.3.	Análisis del Ciclo de Vida de la Industria	74
4.4.	Matriz BCG	74
4.5.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	75
4.6.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones... ..	76
4.7.	Análisis de la Oferta	79
4.7.1.	Tipo de Competencia	80
4.7.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	80
4.7.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	82
4.7.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	83
4.8.	Análisis de la Demanda	84
	Segmentación de Mercado	84
4.8.1.	Criterio de Segmentación	84
4.9.	Matriz FODA	86
4.10.	Investigación de Mercado	88
4.10.1.	Método	88
4.10.2.	Diseño de la Investigación	88
4.10.2.1.	Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)	88
4.10.2.2.	Tamaño de la Muestra	89
4.10.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos	91

4.10.2.4.	Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)	91
4.10.2.4.1.	Concluyente (Encuesta y Focus Group)	93
4.10.2.5.	Análisis de Datos	99
4.10.2.6.	Resumen e interpretación de resultados.	99
4.10.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado.	102
4.10.3.1.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	102
5.	PLAN DE MARKETING	105
5.1.	Objetivos: General y Específicos	105
5.1.1.	Mercado Meta	105
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	105
5.1.1.2.	Cobertura	106
5.2.	Posicionamiento	106
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.	106
5.3.	Marketing Mix	107
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios	107
5.3.1.1.	Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.	109
5.3.1.2.	Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.	110
5.3.1.3.	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado	111
5.3.1.4.	Amplitud y Profundidad de Línea	111
5.3.1.5.	Marcas y Submarcas	111
5.3.2.	Estrategia de Precios	112
5.3.2.1.	Precios de la Competencia	112
5.3.2.2.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta	112
5.3.2.3.	Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.	112
5.3.3.	Estrategia de Plaza: Punto de Ventas	113
5.3.3.1.	Localización Macro y Micro	113
5.3.3.2.	Distribución del Espacio	113
5.3.3.2.1.	Merchandising	114
5.3.3.3.	Sistema de Distribución Comercial	115

5.3.3.3.1.	Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	115
5.3.3.3.2.	Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	115
5.3.3.3.3.	Logística	115
5.3.3.3.4.	Red de Ventas	116
5.3.3.3.5.	Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	116
5.3.4.	Estrategias de Promoción.....	117
5.3.4.1.	Estrategias ATL y BTL	117
5.3.4.2.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	117
5.3.4.3.	Promoción de Ventas.....	118
5.3.4.3.1.	Venta Personal	118
5.3.4.3.2.	Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	118
5.3.4.3.3.	Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.	119
5.3.4.4.	Publicidad	119
5.3.4.4.1.	Estrategia de Lanzamiento.....	119
5.3.4.4.2.	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.	120
5.3.4.4.3.	Mindshare	120
5.3.4.4.4.	Relaciones Públicas	120
5.3.4.4.5.	Marketing Relacional.....	120
5.3.4.4.6.	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	121
5.3.4.4.6.1.	Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing	121
5.3.4.4.6.2.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	121
5.3.4.4.6.3.	Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta).....	122
5.3.4.4.7.	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	123
5.3.4.4.7.1.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	125
5.3.4.4.7.2.	Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)	126

5.3.4.4.7.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4).....	128
5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project) 128	
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	128
6. PLAN OPERATIVO	131
6.1. Producción	131
6.1.1. Proceso Productivo	131
6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	133
6.1.3. Mano de Obra.....	136
6.1.4. Capacidad Instalada	136
6.1.5. Flujogramas de Procesos.....	143
6.1.6. Presupuesto	144
6.2. Gestión de Calidad.....	144
6.2.1. Procesos de planeación de calidad	144
6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas	145
6.2.3. Políticas de calidad.....	145
6.2.4. Procesos de control de calidad	146
6.2.5. Certificaciones y Licencias.	146
6.2.6. Presupuesto	146
6.3. Gestión Ambiental	147
6.3.1. Procesos de planeación ambiental.....	147
6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas	148
6.3.3. Políticas de protección ambiental	148
6.3.4. Procesos de control de calidad	149
6.3.5. Logística Verde	149
6.3.6. Certificaciones y Licencias	150
6.3.7. Presupuesto	150
6.4. Gestión de Responsabilidad Social.....	150
6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	150
6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas	151
6.4.3. Políticas de protección social	151
6.4.4. Certificaciones y Licencias	152
6.4.5. Presupuesto	152
6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico	152

7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	156
7.1.	Inversión Inicial	156
7.1.1.	Tipo de Inversión	156
7.1.1.1.	Fija.....	156
7.1.1.2.	Diferida.....	158
7.1.1.3.	Corriente	158
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión	159
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento	159
7.1.2.2.	Tabla de Amortización	160
7.1.3.	Cronograma de Inversiones	160
7.2.	Análisis de Costos.....	161
7.2.1.	Costos Fijos.....	161
7.2.2.	Costos Variables	162
7.2.2.1.	Costos de Producción	163
7.3.	Capital de Trabajo.....	163
7.3.1.	Costos de Operación	163
7.3.2.	Costos Administrativos	164
7.3.3.	Costos de Ventas	165
7.3.4.	Costos Financieros	165
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	166
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	166
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	167
7.4.3.	Análisis de Punto de Equilibrio	168
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	169
7.5.1.	Planificación Tributaria.....	169
7.5.1.1.	Generalidades (Disposiciones normativas)	169
7.5.1.2.	Minimización de la carga fiscal.....	169
7.5.1.3.	Impuesto a la Renta	169
7.5.1.4.	Impuesto al Valor Agregado	169
7.5.1.5.	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	170
7.5.1.6.	Impuestos al Comercio Exterior.....	170
7.5.1.7.	Impuestos a la Salida de Divisas	170
7.5.1.8.	Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	170
7.5.1.9.	Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales)....	171

7.6.	Estados Financieros proyectados	171
7.6.1.	Balance General Inicial	171
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	172
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	172
7.6.2.1.1.	Indicadores de Renta.....	173
7.6.2.1.2.	Análisis de Sensibilidad y Costo del Capital	173
7.6.2.1.2.1.	TMAR	173
7.6.2.1.2.2.	VAN	174
7.6.2.1.2.3.	TIR.....	174
7.6.2.1.2.4.	PAYBACK.....	174
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	176
7.7.1.	Productividad	176
7.7.2.	Precio Mercado Local	176
7.7.3.	Precio Mercado Externo.....	176
7.7.4.	Costo de Materia Prima.....	176
7.7.5.	Costo de Materiales Indirectos.....	177
7.7.6.	Costo de Suministros y Servicios.....	177
7.7.7.	Costo de Mano de Obra Directa.....	177
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Indirecta	178
7.7.9.	Gastos Administrativos	178
7.7.10.	Gastos de Ventas	179
7.7.11.	Inversión en Activos Fijos.....	179
7.7.12.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)	180
7.8.	Balance General	184
7.8.1.	Razones Financieras.....	184
7.8.1.1.	Liquidez.....	184
7.8.1.2.	Gestión.....	185
7.8.1.3.	Endeudamiento	185
7.8.1.4.	Rentabilidad.....	186
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	189
8.1.	Plan de administración del riesgo	189
8.1.1.	Principales riesgos.....	189
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos	190
8.1.3.	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)	190

8.2.	Planeación de la respuesta al riesgo.....	190
8.2.1.	Monitoreo y control del riesgo.....	190
8.3.	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	190
9.	CONCLUSIONES.....	194
	CAPÍTULO 10.....	197
10.	RECOMENDACIONES.....	197
11.	FUENTES.....	200
12.	CAPÍTULO 12.....	204
13.	ANEXOS.....	208

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Marco Lógico	31
Tabla 2 Cronograma	33
Tabla 3 FORMATO VENTA CAUCHO.....	37
Tabla 4 Manual de Funciones.....	46
Tabla 5 Manual de Funciones.....	46
Tabla 6 Capital de la empresa	50
Tabla 7 Rol de Pagos	57
Tabla 8 Rol de Pagos	58
Tabla 9 Rol de Pagos	59
Tabla 10 Fondo de Reserva y Vacaciones	60
Tabla 11 Presupuesto de Constitución de la Empresa	68
Tabla 12 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	122
Tabla 13 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.	125
Tabla 14 Cronograma	128
Tabla 15 Presupuesto.....	129
Tabla 16 Infraestructura.....	134
Tabla 17 Infraestructura II.....	134
Tabla 18 Mano de Obra	136
Tabla 19 Capacidad Instalada	137
Tabla 20 Cinta Transportadora	141
Tabla 21 Presupuesto.....	144
Tabla 22 Presupuesto Permisos.....	147
Tabla 23 Balanced Scorecard.....	153
Tabla 24 Inversión Inicial	156
Tabla 25 Inversión Fija.....	157
Tabla 26 Gastos Diferidos	158
Tabla 27 Inversión Corriente.....	159
Tabla 28 Fuentes de Financiamiento.....	159
Tabla 29 Amortización	160
Tabla 30 Cronograma de Inversiones.....	160
Tabla 31 Costos Fijos	161
Tabla 32 Costos Variables.....	162
Tabla 33 Indicadores de Producción.....	163
Tabla 34 Costos de Operación	164
Tabla 35 Gastos Básicos	164
Tabla 36 Costos Administrativos.....	165
Tabla 37 Costos de Ventas.....	165

Tabla 38 Costos Financieros	166
Tabla 39 Margen de Contribución.....	166
Tabla 40 Costos Unitarios.....	167
Tabla 41 Proyección de Ventas	167
Tabla 42 Punto de Equilibrio	168
Tabla 43 Balance General	171
Tabla 44 Estado de Resultados	172
Tabla 45 Flujo de Efectivo	173
Tabla 46 TMAR.....	173
Tabla 47 VAN.....	174
Tabla 48 TIR	174
Tabla 49 PAYBACK.....	175
Tabla 50 Costos de Materia Prima.....	176
Tabla 51 Costos de Suministros	177
Tabla 52 Costo de Mano de Obra Directa	177
Tabla 53 Costos de Fabricación	178
Tabla 54 Gastos Administrativos	178
Tabla 55 Gastos de ventas	179
Tabla 56 Inversión en Activos Fijos	180
Tabla 57 PVU.....	181
Tabla 58 CVU	181
Tabla 59 Gastos Servicios Básicos.....	182
Tabla 60 Gastos ventas	182
Tabla 61 Gastos Administrativos	182
Tabla 62 Gastos Financieros	183
Tabla 63 Unidades Vendidas	183
Tabla 64 Balance general	184
Tabla 65 Ratios de Liquidez	185
Tabla 66 Ratios Endeudamiento.....	185
Tabla 67 Ratios de Rentabilidad.....	186
Tabla 68 Riesgos	189
Tabla 69 Plan de Contingencia	191

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Organigrama.....	39
Ilustración 2: MATRIZ BCG.....	74
Ilustración 3 PORTER.....	79
Ilustración 4 Características de los Competidores	82
Ilustración 5 Logo.....	107
Ilustración 6 Imagen del Producto.....	108
Ilustración 7 Contenido	110
Ilustración 8 Marcas y Submarcas	111
Ilustración 9 Distribución del Espacio.	114
Ilustración 10 Canales de Distribución:.....	115
Ilustración 11 Página Web	123
Ilustración 12 Instagram.....	124
Ilustración 13 Fan Page Facebook	124
Ilustración 14 Página Web	126
Ilustración 15 Página Web	127
Ilustración 16 LAVADORA AUTOMATICA DELUXE	137
Ilustración 17 Secadora de aire	138
Ilustración 18 DESTALONADORA.....	138
Ilustración 19 TRITURADORA PRIMARIA ECO PLANTAS DE TDF.....	139
Ilustración 20 TRITURADORA SECUNDARIA	139
Ilustración 21 Destanoladora en sistema de reciclaje.....	140
Ilustración 22 TRITURADORA PRIMARIA EN SISTEMA DE RECICLAJE	140
Ilustración 23 Granuladora.....	141
Ilustración 24 Carro de Transporte de Neumáticos.....	141
Ilustración 25 Plataforma de Almacenamiento.....	142
Ilustración 26 Embaladora de Sacos Industrial	142
Ilustración 27 Balanza Industrial	143
Ilustración 28 Flujograma.....	143
Ilustración 29 Mapa Estratégico.....	154
Ilustración 30 Costos Fijos	161
Ilustración 31 Costos Variables.....	162
Ilustración 32 Punto de Equilibrio.....	168

CAPÍTULO 1

DESCRIPCION DE LA INVESTIGACION

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

“Propuesta para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos”.

1.2. Justificación

La presente propuesta tiene como finalidad aplicar todos los conocimientos adquiridos para la apertura de una propuesta de negocio, que se enfoca en la investigación para el desarrollar un negocio. Al mismo tiempo y con colaboración de diversas personas que deseen emprender en el ámbito empresarial.

Por otra parte, en el ámbito social busca mejorar la calidad de vida de las personas al momento en que se elimina la futura incineración de desperdicios y se promueve así el derecho de todo ser humano a un aire puro y libre de contaminación.

Finalmente se agrega el valor a un producto desechado y propulsaríamos el empleo en la ciudad de Guayaquil.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Esta investigación ayudará a conocer la viabilidad del proyecto donde se enfocará en el sector industrial de fabricantes de productos a base de caucho. La presente investigación se realizará en la ciudad de Guayaquil, la cual tendrá un periodo de 4 meses; los principales beneficiados serán las empresas que elaboren zapatos, pisos falsos y demás artículos a base de caucho en la industria ecuatoriana en la ciudad de Guayaquil, generando así una mayor optimización de recursos y cuidar el dinero de las compañías a la hora de la compra de la materia prima.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La presente propuesta está enmarcada en el objetivo 7 del Plan Nacional del Buen Vivir creada en la Constitución de la República en el año 2008, garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

Para evitar el continuo uso de espacios en los basureros municipales, de tal manera que disminuya considerablemente el impacto ambiental que existe actualmente y se promueva el desarrollo socio-ambiental dando paso a nuevos proyectos ambientales a través de la creación de una nueva empresa amigable con la naturaleza para garantizar el trabajo digno.(Buen Vivir, 2013)

Este trabajo se aplica y enfoca a la línea de investigación de SINDE (Sistema de Investigación y Desarrollo) de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Desarrollar la cultura de investigación por medio de actividades y espacios vinculados al conocimiento, a la ciencia y a la investigación en la comunidad universitaria.(SINDE, 2012)

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar la viabilidad para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el nivel de aceptación del producto reciclado en el mercado nacional.
- Determinar el perfil del consumidor más idóneo para este tipo de productos.
- Analizar el proceso productivo más adecuado para optimizar recursos.
- Determinar la inversión necesaria para realizar el proyecto.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Como punto de partida, el presente estudio va a utilizar el método de investigación exploratoria.

El estudio exploratorio sirve para preparar el terreno en donde se quiere ingresar. Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un problema de investigación poco examinado o estudiado, que no ha sido analizado anteriormente, caracterizado por ser más flexibles y amplios en su metodología en comparación con los demás estudios ya sean descriptivos o explicativos. (Hernandez Sampiero, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 1998)

Este trabajo se realizará desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo, se asignará el tipo de comportamiento de las personas a base de la inclusión y aceptación dentro de las características respectivas para cuantificar la posible demanda y el valor que se le otorgará al producto a partir de la realización de la investigación. Para poder elaborar el mismo se va a utilizar la técnica de recogida que se plantea en la investigación, se va a implementar entrevistas.

1.7. Planteamiento del Problema

A través del criterio antes mencionado, la presente investigación está basada en el paradigma socio-critico que tiene como finalidad buscar mediante dicho proceso la manera de simular o acercarse lo más cercano a la realidad la implementación de un negocio de reciclar caucho a partir de neumáticos usados donde se pretende proporcionar materia prima más económica a la industria, disminuyendo el impacto al medio ambiente.

“Sirve como guía para los profesionales en una disciplina porque indica los problemas y las cuestiones importantes con las que estas se encuentran”(Reichadt)

A través de lo antes mencionado, este trabajo tiene como finalidad acercarse a la realidad de la ejecución de un negocio basado en la investigación para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de neumáticos reciclados en la ciudad de Guayaquil, analizando, planificando y estructurando ideas y conclusiones que al final permitan en la ejecución del negocio tomar las mejores decisiones.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

Según el Ministerio de Industrias, Ecuador importa cerca de 450.000 llantas anuales, pero sólo 150.000 neumáticos se reencauchan, lo que da como resultado que 300.000 llantas vayan a parar en los basureros.

(Suramerica, 2011)

El exceso de desperdicios de neumáticos en los basureros municipales de las principales ciudades de nuestro país crea una preocupante situación en el ámbito ambiental por el largo periodo de tiempo que se necesita para degradar este producto y el espacio que ocupa el mismo.

En Ecuador el 70% del caucho que se utiliza en la industria se importa de países como Malasia, Singapur y Guatemala. El 30% restante se produce en territorio nacional.(Revista Lideres)

Por otra parte la poca producción de caucho en el país y la gran demanda del mismo crea una preocupante al momento en que los productores no se rigen a un precio oficial logrando así encarecer el producto para algunos productores.

Debido a dichos problemas se propone analizar la creación de una empresa recicladora de caucho para optimizar recursos y disminuir el impacto ambiental de los mismos.

1.8.1. Marco Referencial

TIRES SPA, de Italia, fundada a inicios del 2008, de la conocida PicenaMacchine esta se dedicada a diversas investigaciones innovadoras de aplicación para ofrecer más y más grandes la salida de los productos procedentes de los neumáticos. A continuación se realizará una descripción de los procesos que ha tenido esta empresa a lo largo de sus actividades operativas.

Cada año, millones de neumáticos usados de automóviles, camiones y tractores son objeto de dumping, que se dejan de lado en todos los lugares que causan graves peligros para el medio ambiente. Desgastados, son la causa de importantes daños tóxicos y nocivos

para el medio ambiente, lo que supone una gran desventaja como para la defensa de la humanidad.

En el pasado, los neumáticos usados y caucho desechado de todo tipo, fueron abandonados o descargados en vertederos o quemados contaminación ambiental que causa.

TIRES SPA es una de las empresas líderes en el mundo, en la construcción y suministro de plantas para el reciclaje de neumáticos fuera de uso y de la transformación del caucho en forma de gránulos y polvo de granulometría multitudinaria, que vienen sobre la separación de la armónica de acero y la fibra textil, los elementos de la misma estructura que el neumático.

Para proteger esta situación creciente y problemática de la contaminación ambiental, las plantas de SPA NEUMÁTICOS prevén varias fases de eliminación de elementos nocivos, tales como el polvo, el agua y el ruido, se dispersaron en la atmósfera. De hecho, en más de una estación de trabajo, las plantas proporcionan un aparato con unos codiciados criterios de procedimiento, que garantizan un porcentaje de dispersión en la atmósfera de elementos tóxicos muy por debajo de la prescrita por la ley.

TIRES SPA tendrá la tecnología más eficiente y codiciada para el reciclaje y han traído contribuciones indicativas para la defensa del medio ambiente, teniendo éxito en poner fin a la contaminación del hábitat sí: un éxito que no va destinado a disminuir.

En la actualidad, a través del know-how de TIRES SPA, no sólo para reducir la peligrosidad de los neumáticos gastados, sino obtener, al mismo tiempo, las ventajas reales del proceso de reciclaje, hasta el

punto de atribuir a la misma desgastado sinónimo de "recurso económico".

El know-how de TIRES SPA es innovador y tecnológicamente avanzado, que se basa en un proceso puramente mecánico de los neumáticos.

Con los años, la organización de la empresa ha desarrollado a nivel mundial: trabajo TIRES SPA en Europa, África del Sur, América del Norte, América del Sur, Oriente y en el Oriente Medio que actúa como líder en el suministro de las plantas.

TIRES SPA ofrece servicios de consultoría, estudios de viabilidad, el diseño, la ingeniería básica y detallada de suministro, el montaje y la gestión de plantas llave en mano, inmediatamente productiva.

TIRES SPA ocupa una posición líder en la industria de reciclaje de caucho y en el desarrollo de tecnología para la reutilización de materiales reciclados en el procesamiento industrial posterior.

TIRES SPA se ha especializado, desde hace diez años, en la construcción de plantas de reciclaje de neumáticos, una meta alcanzada a través de los estudios tecnológicos de alto y con importantes inversiones anuales para el progreso del saber hacer.

Los altos costos y el aumento de la oferta limitada de caucho natural, la apertura del mercado para el uso de gránulos de caucho reciclado y el polvo. La diferencia, entre el coste y el suministro limitado de caucho virgen en un lado es el aumento de la demanda en el otro, que muestra el alto potencial de la margen del desarrollo de nuevas plantas.

El pronóstico de una fuerte y continua demanda de caucho, indica la condición económica florida de la industria del caucho, pero también señala la necesidad urgente de resolver el problema ecológico de la eliminación con una tasa anual de los residuos de neumáticos usados, que crece al mismo ritmo de la nueva producción.

El éxito de TIRES SPA es conocido: para el procedimiento de reciclaje ecológico y la innovación, que no hace ninguna modificación en las condiciones del medio ambiente, pero hacen todo lo que pueden con innovado techniques y la mecánica para hacer el ambiente más habitable de distancia de toda forma de contaminación ambiental; por el bajo consumo de energía y la mantenimiento fácil de la planta de uno; para el control computarizado de todo el proceso; así como la producción económicamente rentable de gránulos de goma y polvo de varios granulometría; y, por último, por la calidad constante del producto final sin alteración molecular de la propia goma.

El amplio uso de gránulos y polvo realizadas por las plantas de neumáticos de SPA, se utilizan en los sectores mecánico y el motor, en la moda, en la calzada y en los aeropuertos, en grandes entornos receptivos y Además, en el deporte y la ganadería sectores de cría, en superficies anti shock en los parques públicos, en el sector de la construcción, etc. (Tires Spa, 2011)

1.8.2. Marco Teórico

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENERICAS DE PORTER

Estrategias competitivas genéricas

Según Porter(Daniel Martinez Pedros, 2005) las estrategias competitivas consisten en “tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en una industria, para afrontar eficazmente las cinco fuerzas competitivas y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía”. Estas estrategias se subdividen en:

Tres estrategias genéricas

Al momento de enmarcar las cinco fuerzas o factores de la competencia, disponemos de tres estrategias genéricas de gran eficacia para lograr un mejor desempeño que los contrincantes en una industria:

- Liderazgo global en costos
- Diferenciación
- Enfoque o concentración

El liderazgo en costos globales

Esta estrategia consiste en alcanzar el liderazgo en costos globales mediante un conjunto de políticas funcionales encaminadas a este objetivo básico.

Diferenciación

Esta estrategia genérica diferencia el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en la industria entera se percibe como único.

Enfoque o concentración

“El enfoque, la tercera estrategia genérica se centra en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico: igual que la diferenciación, adopta multitud de modalidades”
(Porter, 1979)

Mercadotecnia

La clave para alcanzar las metas organizacionales en Marketing consiste en:

- Determinar las necesidades y deseos de los mercados metas.
- Entregar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores.(Philip Kotler)

El concepto de mercadotecnia está enfocado en 4 pilares fundamentales:

1. Mercado Meta.
2. Necesidades del consumidor.
3. Mercadotecnia coordinada.
4. Rentabilidad.

(Kotler P., 2001)

TEORÍA DE TIMMONS

El Espíritu Empresarial según TIMMONS “Es una forma de pensar, razonar y actuar, enmarcada en la obsesión por la oportunidad, con un enfoque integral y holístico, con un liderazgo muy bien balanceado.

Según Timmons(Rodrigo Varela, 2001) en el libro de Innovación Empresarial menciona que“El espíritu empresarial ocurre y deja de ocurrir en todas las empresas independientemente su tipo (grande, pequeño, privado o público).

Los líderes empresariales inyectan imaginación, compromiso, pasión, tenacidad, integridad, trabajo de equipo y visión, para que la creatividad y la innovación prosperen, el proceso debe tener rigor y disciplina. “

El líder empresarial debe mantener el equilibrio entre todos los componentes del sistema. Su funcionalidad es liderar, conformar el grupo empresarial y la cultura de la empresa, con honestidad, distribuyendo riquezas con aquellos que ayudaron a producirla. El proceso es dinámico por eso el líder debe mantener un balance entre las tres (3) fuerzas internas y todas las externas.(Varela, 2008)

Mediante la Teoría de Timmons podemos establecer que puede ser utilizada para cualquier tipo de industria, permite dar a conocer el perfil correcto de un buen líder, dependiendo únicamente en sus decisiones al momento en que existan contradicciones y ambigüedades.

1.8.3. Marco Conceptual

Capital humano: Potencialidad productiva de las personas de una empresa en función de su educación, formación y capacidades. (Real Academia Española, 2014)

Elasticidad: Propiedad general de los cuerpos sólidos, en virtud de la cual recobran más o menos completamente su extensión y forma, tan pronto como cesa la acción de la fuerza que las deformaba. (Real Academia Española, 2014)

Innovación: Creación o adición de un producto de tal manera que se introduzca en un mercado. (Real Academia Española, 2014)

Reciclaje: Someter a un material reciclado a un proceso para que se pueda volver a utilizar. (Real Academia Española, 2014)

Ceteris Paribus: Es un término en latín que se usa en el análisis económico para variar un factor mientras que el resto de ellos se mantienen constantes. (LA ECONOMIA, 2014)

1.8.4. Marco Legal

Para la apertura de una empresa recicladora de caucho en la provincia del Guayas se requiere ciertas normativas para el correcto funcionamiento y para que esté acorde a la ley, como las presentadas a continuación:

- Ley de Superintendencias de Compañías que regula y norma las relaciones de las personas jurídicas y de los representantes legales de esta empresa, en el ejercicio de actividades comerciales. (Superintendencias de Compañías del Ecuador, 1999)

- Ley de propiedad intelectual la que establece las condiciones para el registro de marcas y patentes de nuestro establecimiento.(Ley de propiedad intelectual)
- Código de trabajo.- Regula y norman los requerimientos necesarios de todos los ciudadanos en el ejercicio de toda actividad laboral, muy importante al momento de estar al día con nuestros colaboradores.(Estado, Procaduria Genral del, 2012)
- SRI.- Servicio de Rentas Internas, regula las tributaciones de las empresas.(SRI, 2000)
- Ley de impacto ambiental regula el impacto ambiental de los proyectos se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.(Ministerio del ambiente)

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1 Marco Lógico

	RESUMEN	INDICADORES	VERIFICADORES	SUPUESTOS
FIN	Analizar la viabilidad para la creación de una empresa recicladora de caucho	Van Tir Payback	Estados Financieros	Por medio de los indicadores analizar la viabilidad del proyecto
PROPOSITO	Determinar el nivel de aceptación del producto reciclado en el mercado nacional.	Índice de respuesta de grado de aceptación de nuestro producto en el mercado.	Estudio de Mercado	De acuerdo a los datos se derterminará la aceptación del producto modificado.
	Determinar el perfil de segmentación del mercado.	Cuadro de Segmentación B2B del Mercado Industrial según el autor Philip Kottler	Estudio de segmentación de Mercado	De acuerdo al estudio realizado se dara a conocer el perfil en el cual se encuentra la presente idea de negocio
	Determinar el perfil del consumidor más idóneo para este tipo de productos.	Encuestas	Estudio de Mercado.	De acuerdo a los datos se podrá definir el indice de aceptacion del producto en el mercado.
	Analizar el proceso productivo más adecuado para optimizar recursos	Producción dia	Costos de Producción	De acuerdo a los datos obtenidos se podrá conocer el proceso productivo mas adecuado.
	Determinar la inversión necesaria para realizar el proyecto	Capital de trabajo neto= Activos Totales- Pasivos Totales.	Plan Financiero	A través del mismo podemos cumplir con el pago oportuno de las deudas de la empresa.
ACTIVIDADES	Visitas técnicas a los clientes potenciales	Pruebas de materia primas realizadas	Visitas a los clientes	Captar la aceptación de la mayor cantidad de posibles clientes a nivel nacional.
	Llamadas personalizadas para promociones	Llamadas aceptadas por los clientes	Base de datos	Lograr futuras compras

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Hipótesis:

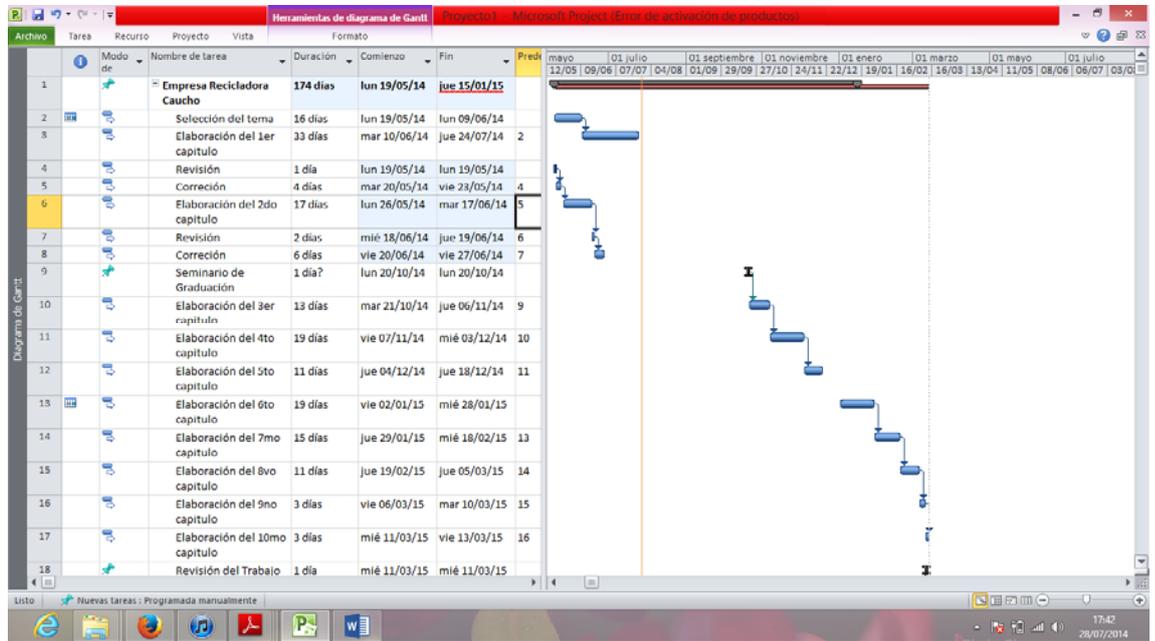
Cómo la apertura de una empresa recicladora de neumáticos en la ciudad de Guayaquil contribuirá en el consumo de caucho reciclado?

Preguntas de la investigación de las cuales se establecerán los objetivos:

- ¿Cómo está clasificado la calidad del caucho?
- ¿Qué tipo de industria pueden usar el caucho reciclado para su producción?
- ¿Cuánto es la cantidad necesaria de pureza del caucho para un uso industrial?
- ¿Cuáles son los beneficios de usar caucho reciclado para el productor en el corto, mediano y largo plazo? Tiempo de observar beneficios.
- ¿Cuál cree usted es el sector más favorable para el uso de caucho reciclado por sus compuestos?
- ¿Cree usted que la industria Ecuatoriana está preparada para el uso de caucho reciclado?
- ¿Cuál cree usted es el mayor problema del productor al momento de elegir el tipo de caucho que va a utilizar?
- ¿El clima puede alterar la pureza del caucho deseado?
- ¿Cuál es el tiempo estimado de almacenamiento del caucho para que no exista ningún tipo de alteración en la calidad del mismo?

1.10. Cronograma

Tabla 2 Cronograma



CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

La presente idea de negocio surge debido a la necesidad de resolver los siguientes problemas:

- Sobre demanda de caucho en el Ecuador.
- Exceso de desperdicios de neumáticos.

Según el Ministerio de Industrias, Ecuador importa cerca de 450.000 llantas anuales, pero sólo 150.000 neumáticos se reencauchan, lo que da como resultado que 300.000 llantas vayan a parar en los basureros.

(Suramerica, 2011)

El exceso de desperdicios de neumáticos en los basureros municipales de las principales ciudades de nuestro país crea una preocupante situación en el ámbito ambiental por el largo periodo de tiempo que se necesita para degradar este producto y el espacio que ocupa el mismo.

En Ecuador el 70% del caucho que se utiliza en la industria se importa de países como Malasia, Singapur y Guatemala. El 30% restante se produce en territorio nacional.(Revista Lideres)

Por otra parte la poca producción de caucho en el país y la gran demanda del mismo crea una preocupante al momento en que los productores no se rigen a un precio oficial logrando así encarecer el producto para algunos productores.

Según la empresa Tires Spa menciona que “Cada año, millones de neumáticos usados de automóviles, camiones y tractores son objeto de

dumping, que se dejan de lado en todos los lugares que causan graves peligros para el medio ambiente. Desgastados, son la causa de importantes daños tóxicos y nocivos para el medio ambiente, lo que supone una gran desventaja como para la defensa de la humanidad”.

(Tires Spa, 2011)

A través de los problemas antes mencionados, la presente propuesta surge a la necesidad de resolver las problemáticas aplicando el proceso de reciclaje de este material contaminante, transformándolo en un producto nuevo ayudando en la reducción del impacto ambiental y a su vez suplantar la sobredemanda del mismo.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La presente idea de negocio busca dar solución a las problemáticas mencionadas reutilizando el caucho convirtiéndolo así en una materia prima óptima para su futura comercialización dirigiéndose al sector industrial de la ciudad de Guayaquil.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

El producto a comercializar será materia prima como es el caucho en diferentes presentaciones y formas, según la necesidad del productor o fabricante con la finalidad de crear un vínculo más fuerte entre cliente y en este caso nosotros proveedor.

Tabla 3FORMATO VENTA CAUCHO

TIPOS DE FORMATO DE VENTA CAUCHO			
POLVILLO 1	GRANO 1	POLVILLO 2	GRANO 2
0,05 mm -0,2mm	SEGÚN EL ESPESOR DEL CLIENTE.	0,2 mm -0,3 mm	SEGÚN ESPESOR DEL CLIENTE.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

MISION

Ofrecer y comercializar la mayor variedad y calidad de cauchos reciclando de manera óptima cada neumático que esté a nuestro alcance para transformarlo en un producto económico para las industrias.

VISION

En un espacio de cinco años convertirse en una empresa líder en ventas de materia prima caucho con capacidades de atender y enfrentar los cambios constantes del mercado nacional.

VALORES

PASION.- Pasión por las cosas que hacemos, son valores que nos identifican en el día a día y nos motivan a seguir adelante como empresa.

COMPROMISO.- El compromiso con nuestros clientes al cumplir todas sus necesidades y exigencias son pautas fundamentales al momento de describir un valor en nosotros.

RESPECTO.- El respeto hacia nuestros clientes hace parte fundamental del cuerpo de nuestra empresa creando así un lazo de fidelidad y confianza al adquirir nuestros productos.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Analizar la viabilidad para la apertura de una empresa recicladora, procesadora y comercializadora de caucho en el Ecuador, con la finalidad de demostrar que por medio de la creación de la misma damos paso a la solución de dos problemas que tenemos actualmente, el exceso de espacio que ocupan estos neumáticos desechados en los basureros municipales y la poca producción de caucho natural en el Ecuador incapaz de satisfacer las necesidades locales.

2.3.2. Objetivos Específicos

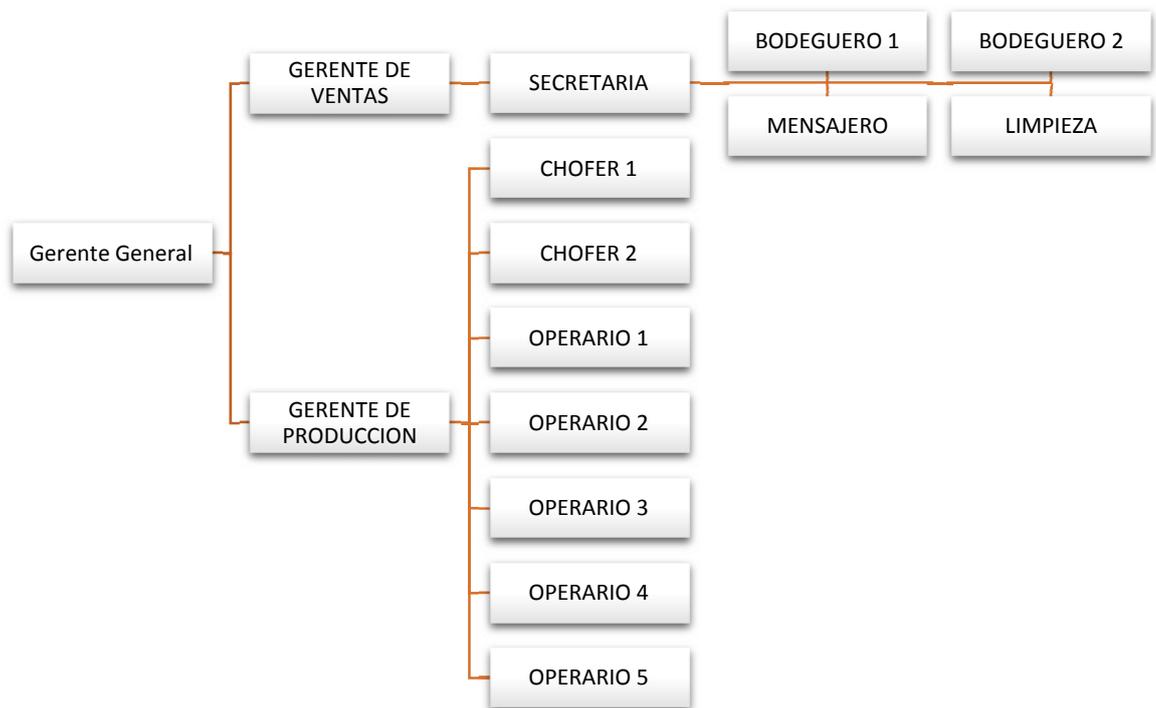
- Recuperar la inversión inicial en un período mínimo de 5 años mediante la aplicación de planes estratégicos.
- Incrementar el consumo de caucho reciclado en el Ecuador en un 7 % anual durante el desarrollo del proyecto.

- Generar alianzas estratégicas con sectores productivos para incrementar el consumo del caucho reciclado.
- Contribuir con la disminución de los desechos de neumáticos en un 6 % anual durante la duración del proyecto.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 1 Organigrama



2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

1. GERENTE GENERAL.

Resumen de cargo: Persona encargada de guiar, orientar y tomar las mejores decisiones para el correcto funcionamiento de la empresa.

Edad: 35 – 50 años

Sexo: Hombre o Mujer

Experiencia: Haber tenido un cargo de alto rango en toma de decisiones en 2 empresas anteriormente con un mínimo de 5 años de antigüedad.

Formación Académica: Ing. en Administración de Empresas, 2 idiomas mínimo.

Cursos Extras: Gerencia Administrativa.

Habilidades: Liderazgo y ser creativo al momento de tomar una decisión.

2. GERENTE DE PRODUCCIÓN

Resumen de cargo: Persona dedicada a la supervisión de todos los procesos productivos de la empresa.

Edad: 30-40

Sexo: Hombre

Experiencia: Haber administrado una empresa 5 años mínimos, estar casado.

Formación Académica: Ing. Administración de Empresas, Ing. en Empresas, Economista.

Cursos Extras: Cursos de Gerencia administrativa.

Habilidades: Ser proactivo, justo y comprometido con la empresa y sus colaboradores.

3. GERENTE VENTAS

Resumen de cargo: Persona encargada de las ventas y captación de nuevos clientes de la empresa.

Edad: 25 – 40 anos.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Haber trabajado en el área de ventas mínimo 5 años.

Formación Académica: Ing. En Ventas.

Cursos Extras: Ventas.

Habilidades: Ser proactiva, convincente y comprometido con los objetivos.

4. GERENTE DE PRODUCCIÓN

Resumen de cargo: Persona encargada de la logística de la empresa.

Edad: 35 – 45 anos.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Varias empresas, 5 años de experiencias.

Formación Académica: Ing. En Administración.

Cursos Extras: Indiferente.

Habilidades: Comprometido, responsable.

5. MENSAJERO

Resumen de cargo: Persona encargada de la entrega, recepción y traslado de documentos varios, etc.

Edad: 20 - 30

Sexo: Masculino.

Experiencia: Ninguna

Formación Académica: Estudios secundarios.

Cursos Extras: Ninguno.

Habilidades: Responsable.

6. LIMPIEZA

Resumen de cargo: Persona encargada de la limpieza de todas las áreas de la empresa.

Edad: 20 - 30

Sexo: Masculino.

Experiencia: Ninguna

Formación Académica: Estudios secundarios.

Cursos Extras: Ninguno.

Habilidades: Responsable.

7. BODEGUERO 1

Resumen de cargo: Encargado del manejo de Los inventarios y bodegas de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Estudios secundarios.

Cursos Extras: Manejo de inventarios.

Habilidades: Responsable.

8. BODEGUERO 2

Resumen de cargo: Encargado del manejo de Los inventarios y bodegas de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Estudios secundarios.

Cursos Extras: Manejo de inventarios.

Habilidades: Responsable.

9. CHOFER 1

Resumen de cargo: Persona encargada del manejo del transporte de la empresa.

Edad: 25 – 40 anos.

Sexo: Masculino.

Experiencia: Licencia profesional.

Formación Académica: Ninguna.

Cursos Extras: Ninguna.

Habilidades: Responsable.

10. CHOFER 2

Resumen de cargo: Persona encargada del manejo del transporte de la empresa.

Edad: 25 – 40 anos.

Sexo: Masculino.

Experiencia: Licencia profesional.

Formación Académica: Ninguna.

Cursos Extras: Ninguna.

Habilidades: Responsable.

11. OPERARIO 1

Resumen de cargo: Encargado del manejo de la maquina 1 de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Ing. Industrial.

Cursos Extras: Manejo de Maquinarias.

Habilidades: Responsable.

12. OPERARIO 2

Resumen de cargo: Encargado del manejo de la maquina 2 de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Ing. Industrial.

Cursos Extras: Manejo de Maquinarias.

Habilidades: Responsable.

13. OPERARIO 3

- Resumen de cargo: Encargado del manejo de la maquina 3 de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Ing. Industrial.

Cursos Extras: Manejo de Maquinarias.

Habilidades: Responsable.

14. OPERARIO 4

Resumen de cargo: Encargado del manejo de la maquina 4 de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Ing. Industrial.

Cursos Extras: Manejo de Maquinarias.

Habilidades: Responsable.

15. OPERARIO 5

Resumen de cargo: Encargado del manejo de la maquina 5 de la empresa.

Edad: Indiferente.

Sexo: Indiferente.

Experiencia: Industrias 5 años.

Formación Académica: Ing. Industrial.

Cursos Extras: Manejo de Maquinarias.

Habilidades: Responsable.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Tabla 4 Manual de Funciones

Tabla 5 Manual de Funciones

CARGO	NIVEL	INTERACCION	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
Gerente General	Principal	Reportar: Junta Directiva. Supervisar: Todos las Gerencias	- Todas las decisiones de la empresa. - Reportar a los accionistas la situación de la empresa.	- Sueldo Fijo - Beneficios de ley - Viáticos
GERENTE DE VENTAS	Primero Gerencial	Reportar: Junta Directiva. Supervisar: Asistente Administrativo.	- Llevar el control de las ventas de la empresa	- Sueldo Fijo - Beneficios de ley - Viáticos
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	Segundo Asistencial	Reportar: Gerente Administrativo. Supervisar: Ninguna.	- Llevar el control secundario de las operaciones que realice el Gerente Administrativo. - Tener conocimiento completo relacionado a la parte administrativa de la empresa	- Sueldo Fijo - Beneficios de ley - Viáticos
GERENTE PRODUCCION	Primero Gerencial	Reportar: Junta Directiva.	- Llevar el control de todas las operaciones	- Sueldo Fijo - Beneficios

	al	Supervisar:	relacionadas a la de ley producción de la empresa y - Viáticos sus procesos
CHOFER 1	Cuarto	Reportar: Junta Directiva. Supervisar: Gerente de producción.	- Transportar la mercadería - Sueldo Fijo hacia los diferentes - Beneficios transportes de la ciudad. de ley Cuidado total del camión 1. - Viáticos
CHOFER 2	Cuarto	Reportar: Junta Directiva. Supervisar: Gerente de producción.	- Transportar la mercadería - Sueldo Fijo hacia los diferentes - Beneficios transportes de la ciudad. de ley Cuidado total del camión 2 - Viáticos
LIMPIEZA	Cuarto	Reportar: Junta Directiva. Supervisar:	- Controlar la limpieza de - Sueldo Fijo todas las áreas de la - Beneficios empresa de ley - Viáticos
BODEGUERO 1	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar: Ninguna	- Cuidado total del inventario - Sueldo Fijo y bodegas de la empresa - Beneficios de ley
BODEGUERO 2	CUART O	Reportar: Gerente de producción Supervisar: Ninguna	- Cuidado total del inventario - Sueldo Fijo y bodegas de la empresa - Beneficios de ley
OPERARIO 1	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar:	- Manejar las maquinas. - Sueldo Fijo - Cuidar los mantenimientos - Beneficios de las maquinas. de ley
OPERARIO 2	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar: Ninguno	- Manejar las maquinas. - Sueldo Fijo - Cuidar los mantenimientos - Beneficios de las maquinas. de ley
OPERARIO 3	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar: Maquinas	- Manejar las maquinas. - Sueldo Fijo - Cuidar los mantenimientos - Beneficios de las maquinas. de ley
OPERARIO 4	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar: Maquinas	- Manejar las maquinas. - Sueldo Fijo Cuidar los mantenimientos - Beneficios de las maquinas.. de ley
OPERARIO 5	Cuarto	Reportar: Gerente de producción. Supervisar: Maquinas	- Manejar las maquinas. - Sueldo Fijo - Cuidar los mantenimientos - Beneficios de las maquinas. de ley

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURIDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

La empresa a constituirse tendrá como denominación social MWO Sociedad Anónima. Se regularán sus actividades con las regulaciones y parámetros como consta en la ley de compañías.

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que corresponden únicamente por el monto de sus acciones. La sociedad o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades compañías mercantiles anónimas. (LEY DE COMPAÑIAS, 2012)

3.1.2. Fundación de la Empresa

De acuerdo a la ley MWO.S.A tendrá que constituirse a través de la escritura pública, una vez enviado el mandato a la superintendencia de compañías será inscrita en el Registro Mercantil.

La escritura de la empresa detallará las siguientes especificaciones:

- El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los intervinientes en dicha creación.
- La denominación, objeto y capital social para el funcionamiento de la empresa.

- Los derechos y ventajas particulares reservados a los accionistas o socios..
- El número de acciones en que el capital se divida.
- El plazo y condición de suscripción de las acciones propiamente detalladas.
- El nombre de la institución bancaria donde se depositarán las cantidades a pagarse por las acciones.
- El plazo de tiempo para entregar la escritura.
- El domicilio de la compañía para realizar sus actividades.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

La compañía MWO High QualityRubber estará establecida como una sociedad anónima, la cual mediante la ley de compañías cumplirá con los requisitos tales como un capital social mínimo de \$800 USD y una cantidad mínima de accionistas.

La escritura pública es el primer paso para constituir esta empresa a través de la previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías y luego la inscripción en el Registro Mercantil.

Tabla 6 Capital de la empresa

Accionistas	Títulos Accionarios	Acciones	Porcentaje Participación
Renzo Wong Ochoa	N° 1	400	50%
Accionista 1	N° 2	400	50%
Total		800	100 %

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La junta general de la empresa estará formada por los socios quienes serán convocados a reuniones trimestrales donde dependiendo de las acciones tendrán voz y voto en dichas juntas como lo menciona el art.- 208/a *distribución de las utilidades al accionista se hará en proporción al valor pagado de las acciones y sólo podrá repartirse los resultantes del beneficio líquido y percibido del balance anual. No podrá pagárseles intereses.* (LEY DE COMPAÑIAS, 2012)

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

MWO S.A se fundará en bases a leyes decretadas en el código de trabajo, sin embargo existirán leyes internas creadas por la empresa para salvaguardar los derechos y obligaciones del trabajador sin alterar la ética y los valores de dicha institución. Las leyes internas incentivarán y motivarán a los colaboradores para que se sientan comprometidos con la empresa dentro de los parámetros de moral, profesionalismo y economía propia.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

La empresa MWO High Quality Rubber realizará sus operaciones bajo el mandato respetando los derechos de los trabajadores y evitando la tercerización que es una forma discriminatoria del control laboral y social que sufre el trabajador. **Art. 1.-** *Trata de la eliminación y prohibición de la*

tercerización e intermediación laboral para apoyar a las buenas relaciones del trabajador con las actividades que realiza en la empresa del empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre el trabajador y empleador.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Art 2.-*Además se eliminan y prohíben la concentración laboral por horas porque se busca la estabilidad del trabajador ofreciéndoles un seguro social, remuneración en relación a la actividad que realiza por una jornada completa. También se trata de brindar los beneficios de ley como el seguro, decimos,, utilidades, fondos de reserva entre otros.*(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Art. 3.- *Se podrán celebrar contratos con personas naturales o jurídicas autorizadas como prestadores de actividades complementarias por el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias de: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la usuaria.*(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Art. 5.- *En el contrato de trabajo que se suscriba entre la empresa que se dedica a actividades complementarias y cada uno de sus trabajadores, en ningún caso se pactará una remuneración inferior a la básica mínima unificada o a los mínimos sectoriales, según la actividad o categoría ocupacional.*

Dichos contratos de trabajo obligatoriamente deben celebrarse por escrito y registrarse dentro de los treinta días subsiguientes a su celebración, ante el Ministerio de Trabajo y Empleo.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Es nula toda cláusula que impida que el trabajador de actividades complementarias sea contratado directamente por la usuaria bajo otra modalidad contractual.

La empresa que realiza actividades complementarias tiene la obligación de entregar al trabajador contratado el valor total de la remuneración que por tal

concepto reciba de la usuaria, lo cual deberá acreditarse mediante la remisión mensual de una copia de los roles de pago firmados por los trabajadores y las planillas de aportes al IESS con el sello de cancelación o los documentos que acrediten tales operaciones, requisito sin el cual la usuaria no realizará el pago de la respectiva factura a la empresa que se dedica a actividades complementarias.

La empresa que realiza actividades complementarias, en el contrato mercantil que celebre con la usuaria, deberá garantizar el pago íntegro de las remuneraciones del trabajador y de todos sus beneficios laborales y de seguridad social.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Art. 6.- *Las empresas de actividades complementarias y las usuarias no pueden entre sí, ser matrices, filiales, subsidiarias ni relacionadas, ni tener participación o relación societaria de ningún tipo, hecho que debe acreditarse mediante una declaración juramentada de los representantes legales de las empresas que suscriben el contrato y otorgada ante notario o juez competente que determine esta circunstancia.*

La usuaria del sector privado que contrate a una persona jurídica, vinculada para el ejercicio de las actividades complementarias, asumirá a los trabajadores como su personal de manera directa y será considerada para todos los efectos como empleador del trabajador, vínculo que se regirá por las normas del Código del Trabajo. Además, será sancionada con una multa de seis (6) remuneraciones básicas mínimas unificadas, sanción que será impuesta por los directores regionales. Si esta vinculación sucediera en el sector público, será el funcionario que contrate la empresa de actividades complementarias quien asumirá a los trabajadores a título personal como directos y dependientes, sin que las instituciones del sector público, empresas públicas estatales, municipales y por las entidades de derecho privado en las que, bajo cualquier denominación, naturaleza o estructura jurídica, el Estado o sus Instituciones tienen participación accionaria mayoritaria y/o aportes directos o indirectos de recursos públicos, puedan hacerse cargo de ellos ni asuma responsabilidad alguna, ni siquiera en lo

relativo a la solidaridad patronal que en todos los casos corresponderá a dicho funcionario, quien además será sancionado con multa de seis (6) remuneraciones básicas mínimas unificadas y la remoción o pérdida de su cargo, según corresponda, sin derecho a indemnización alguna.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

Art. 7.- *Las violaciones de las normas del Código del Trabajo, serán sancionadas en la forma prescrita en los artículos pertinentes de dicho cuerpo legal y, cuando no se haya fijado sanción especial, el Director Regional del Trabajo impondrá multas de un mínimo de tres y hasta un máximo de veinte sueldos o salarios básicos unificados del trabajador en general, sin perjuicio del establecido en el artículo 95 del Código de la Niñez y la Adolescencia. Igual sanción se impondrá en caso de violación de las regulaciones del presente Mandato.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)*

Los jueces y los inspectores de trabajo podrán imponer multas de hasta tres sueldos o salarios básicos unificados del trabajador en general.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

En las jornadas parciales serán acreedoras al pago de horas extras por el tiempo que el empleado realice y se confirme sus actividades provechosas para la empresa., lo que exceda del tiempo de trabajo convenido, será remunerado como jornada suplementaria o extraordinaria, con los recargos de ley.(Mandato Constituyente N. 8, 2013)

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

EL contrato es un convenio conferido entre dos o más personas donde una parte se compromete con la otra a prestar sus servicios lícitos y personales, según la ley sobre la remuneración a percibir y las actividades a realizarse. (Ministerio de Trabajo, 2012)

Tipos de contrato:

- Expreso y tácito
- A prueba
- Por obra cierta
- Por tarea
- A destajo
- Eventuales
- Ocasionales
- De temporada(Ministerio de Trabajo, 2012)

En la empresa MWO High QualityRubber se procederá a contratar el personal adecuado utilizando contrato por tiempo fijo, con tiempo mínimo de duración de un año. En caso que se desee dar por finiquitado el contrato se deberá llegar un acuerdo mutuo con un periodo de petición de 3 meses para ejercer las capacitaciones correspondientes en caso que el empleador no tenga otro trabajo inmediato.

3.2.4. Obligaciones del empleador.

La empresa MWO High QualityRubber deberá cumplir con todos los derechos según el código de trabajo en beneficio de ambas partes:

- 1) Celebrar un contrato de trabajo de mutuo acuerdo.*
- 2) Afiliar al trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo así sea tiempo de prueba.*
- 3) Sueldo básico a pagar de USD 366,00 tomando como base la tabla de sueldos mínimos sectoriales.*
- 4) Pagar el porcentaje (11,15%) por parte del empleador.*

- 5) *Pagar horas extras y suplementarias de ser el caso.*
- 6) *Pagar los décimos tercero y cuarto remuneraciones.*
- 7) *Pagar los Fondos de Reserva después del segundo año.*
- 8) *Pagar utilidades cuando la empresa genere ganancias.*(Ministerio de Trabajo, 2012)

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

La empresa se regirá bajo los parámetros establecidos en el Código de Trabajo art. 111 y art. 113 los cuales mencionan lo siguiente. (Ministerio del Trabajo, 2012)

Art. 111.- Derecho de la décimo tercera remuneración o bono navideño.- Los trabajadores tienen derecho al pago de este rubro hasta el de diciembre y este valor se deriva de la doceava parte de las remuneraciones que se perciben año tras año. La remuneración que se refiere el inciso anterior se calculará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 de este Código.(Ministerio de Trabajo, 2012)

Art. 113.- Derecho a la decimocuarta remuneración.-Este rubro lo percibirán los trabajadores y es una remuneración básica mínima unificada vigentes a la fecha de pago, el plazo de pago es hasta el 15 de marzo en las regiones Costa e Insular, y hasta el 15 de Agosto en las regiones de la Sierra y Amazonía.

Si un trabajador por cualquier causa, saliere o fuese separado de su trabajo antes de las fechas mencionadas, recibirá la parte

proporcional de la décima cuarta remuneración al momento del retiro de separación.(Ministerio de Trabajo, 2012)

Tabla 7 Rol de Pagos

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año
Gerente General	1.800,00	21.600,00	1.800,00	354,00
Gerente de Ventas	1.400,00	16.800,00	1.400,00	354,00
Secretaria	650,00	7.800,00	650,00	354,00
Mensajero	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Limpieza	400,00	4.800,00	400,00	354,00
Total adm y vtas	4.670,00	56.040,00	4.670,00	1.770,00
Gerente de Produccion	1.400,00	16.800,00	1.400,00	354,00
Bodeguero 1	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Bodeguero 2	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Chofer 1	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Chofer 2	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Total moi	3.440,00	26.880,00	2.240,00	1.062,00
Operario 1	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 2	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 3	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 4	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 5	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Total MOD	3.000,00	36.000,00	3.000,00	1.770,00

Tabla 8 Rol de Pagos

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año
Gerente General	1.800,00	21.600,00	1.800,00	354,00
Gerente de Ventas	1.400,00	16.800,00	1.400,00	354,00
Secretaria	650,00	7.800,00	650,00	354,00
Mensajero	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Limpieza	400,00	4.800,00	400,00	354,00
Total adm y vtas	4.670,00	56.040,00	4.670,00	1.770,00
Gerente de Produccion	1.400,00	16.800,00	1.400,00	354,00
Bodeguero 1	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Bodeguero 2	420,00	5.040,00	420,00	354,00
Chofer 1	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Chofer 2	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Total moi	3.440,00	26.880,00	2.240,00	1.062,00
Operario 1	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 2	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 3	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 4	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Operario 5	600,00	7.200,00	600,00	354,00
Total MOD	3.000,00	36.000,00	3.000,00	1.770,00

Tabla 9 Rol de Pagos

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año
Gerente General	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00	\$ 354,00
Gerente de Ventas	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00	\$ 354,00
Secretaria	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 650,00	\$ 354,00
Mensajero	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 354,00
Limpieza	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 354,00
Total adm y vtas	\$ 4.670,00	\$ 56.040,00	\$ 4.670,00	\$ 1.770,00
Gerente de Produccion	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00	\$ 354,00
Bodeguero 1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 354,00
Bodeguero 2	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00	\$ 354,00
Chofer 1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Chofer 2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Total moi	\$ 3.440,00	\$ 26.880,00	\$ 2.240,00	\$ 1.062,00
Operario 1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Operario 2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Operario 3	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Operario 4	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Operario 5	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00
Total MOD	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.770,00

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

EL fondo de reserva los percibe el trabajador cuando haya prestado sus servicios por más de un año y equivale a un mes de sueldo o salario por cada año completo estas sumas constituirán su fondo de reserva. (Ministerio de Trabajo, 2012). Por otro lado las vacaciones son un derecho de los trabajadores que pueden gozar una vez al año durante quince días sean corridos o por partes siempre que se avise al empleador con días de anticipación y además después de cinco años los trabajadores gozarán de un día adicional de vacaciones teniendo como límite días de vacaciones.(Ministerio del Trabajo, 2012).

Art. 71.- liquidación para pago de vacaciones.- la liquidación para el pago de vacaciones se hará en forma general y única, computando la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante un año completo de trabajo, tomando en cuenta lo pagado al trabajador por horas ordinarias, suplementarias y extraordinarias de labor y toda retribución accesoria que haya tenido el carácter de normal en la empresa en el mismo periodo. (Ministerio del Trabajo, 2012)

Tabla 10 Fondo de Reserva y Vacaciones

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Fondo de Reserva / año
Gerente General	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00
Gerente de Ventas	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00
Secretaria	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 650,00
Mensajero	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00
Limpieza	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00
Total adm y vtas	\$ 4.670,00	\$ 56.040,00	\$ 4.670,00
Gerente de Produccion	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 1.400,00
Bodeguero 1	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00
Bodeguero 2	\$ 420,00	\$ 5.040,00	\$ 420,00
Chofer 1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Chofer 2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Total moi	\$ 3.440,00	\$ 26.880,00	\$ 2.240,00
Operario 1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Operario 2	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Operario 3	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Operario 4	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Operario 5	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00
Total MOD	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00

3.2.7. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El Código de Trabajo en el art. 42 numeral 33 menciona que el empleador puede tener una persona con discapacidad cuando tenga un mínimo de veinticinco trabajadores. (Ministerio del Trabajo, 2012).

La empresa MWO al no superar los 25 trabajadores no va a contratar a una persona con discapacidad hasta que el número de trabajadores amerite el caso.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

El contrato es un convenio y acuerdo de voluntades que involucra derechos y obligaciones celebrado entre personas naturales o jurídicas, cuando se requiere de pactar un contrato para prestación de servicios o contratación de personal.

GONZALES, CONSTANZA (2015) expresó que todos los estados regulan las relaciones interpersonales creando un marco general donde la sociedad actúa de forma uniforme. Por otro lado es imposible regular conductas por individual por eso es necesario la convivencia con libre autonomía de la voluntad privada en caso de ejecutar actos con consecuencias jurídicas, por tal motivo se crean los contratos de trabajo en forma generalizada dependiendo del cargo a desempeñar, las actividades y la remuneración pactada. (Ministerio de Trabajo, 2012)

Capacidad: es la capacidad de adquirir derechos y obligaciones para tener conciencia del trabajo que se realiza en dicho negocio.

Causa lícita: es cuando se obra sobre el objeto lícito.

Objeto lícito: los derechos y las obligaciones que surgen del convenio a través de actividades de orden público.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

MWO High QualityRubber se enfocara en lo que respecta a prestación de servicios en guardianía y transporte. Además la empresa contratada debe cumplir con la obligaciones que se pactan entre si mediante un contrato.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales cláusulas de los contratos por prestación de servicios son :

Objeto:Es la actividad o fin del servicio a realizarse.

Precio:EL valor monetario que se le dará ha dicho contrato a cambio de los servicios prestados. .

Plazo o duración: Las partes pactaran el tiempo necesario para cumplir con las actividades, es decir un plazo máximo para dar por concluido la alianza.

Calidad de los servicios: Es primordial detallar porcentajes de calidad para evaluar los servicios prestados y dar a conocer el nivel de satisfacción.

Responsabilidad: Es importante incluir puntos donde se detalle la responsabilidad del prestador de servicios en cuanto a las actividades a realizarse.

Resolución del contrato: sirve para dar a conocer los motivos por el cual el contrato se dará por terminado.

Cláusula de confidencialidad: ayudará a proteger la información confidencial de la empresa dando protección al contratante y poder de sancionar la fuga de información.

Legislación aplicable: Es fundamental incluir esta cláusula para lidiar con conflictos y dar entrada al arbitraje de tal manera que se resuelvan las diferencias dentro de la empresa sin acciones legales.

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

En el caso que no se llegue a un acuerdo verbal por parte y parte de los afectados se someterá la empresa MWO al servicio de mediación a través de sesiones donde ambas partes manifiestan sus puntos de vista, necesidades y beneficios en el menor tiempo posible y a un costo aceptable. Ambas partes siempre deberán estar de acuerdo a lo resuelto.

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

El Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) es la entidad reguladora responsable de las políticas, gestión y administración de las ofertas que las entidades dan a conocer sobre sus necesidades.

La empresa MWO High QualityRubber no va a participar en mencionado proceso de participación pública.

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

La empresa MWO establecerá contratos de confidencialidad con los trabajadores para así lograr evitar que puedan los mismos utilizar información para sus propios fines.

El contrato consta de no revelar ningún dato ni facilitar información, contraseñas a terceros o a personas que no están vinculadas a la empresa, póstumo a esto se procederá a firmar dicho contrato.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

MWO High QualityRubber establecerá un código de ética para transmitir los principios y valores de la empresa cuidando así también los procesos y mecanismos para alcanzar una buena gestión dentro de la empresa con proveedores y trabajadores.

En el código de ética de la empresa los puntos más importantes a tratar son:

- Compromiso con consumidores y clientes: Ofrecer productos de alta calidad.
- Compromiso con proveedores: De tal manera que se den relaciones de trabajo conforme a los negocios en común.
- Compromiso a los trabajadores: Garantizar el respeto de todos los colaboradores sin importar el cargo que ocupe cada persona dentro de la empresa.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

El registro de marca confiere al derecho exclusivo del uso de un signo y da potestad de realizar acciones legales civiles, penales y administrativas para aquellos infractores. Esto significa que se elimina un porcentaje de piratería protegiendo a la marca en otras naciones además de la propia.

También otorga licencias a terceros y cobrar regalías por dicho servicio. Genera una garantía de crédito con la marca, es importante asumir que la marca es un activo intangible valioso en el tiempo, aun más valioso que la empresa y sus otros activos. (IEPI, 2014)

MWO High QualityRubberse encargara de la obtención del nombre comercial, logotipo y lema en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para el correcto manejo y uso exclusivo de estos accesorios de marketing para la empresa.

3.5.2. Derecho de Autor del Proyecto

Renzo Xavier Wong Ochoa es el Autor de "Propuesta para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos" "tiene derechos de protección de autor sin embargo las personas interesadas pueden leerlo para su comprensión.

3.5.3. Seguros

3.5.4. Incendio

El seguro es un mecanismo de protección que transfiere los riesgos a una aseguradora, la cual garantizará o indemnizará la totalidad o parte del perjuicio producido por la aparición de situaciones accidentales o catastróficas.

La empresa MWO obtendrá una póliza de seguros contra incendios, protegiendo así todos sus muebles de manera anual.

3.5.5. Robo

La empresa MWO no contará con seguro de robos ya que no se considera necesaria la implementación de este seguro para este tipo de empresa.

3.5.6. Fidelidad

La empresa no contará con seguro de fidelidad porque tiene cláusulas de confidencialidad y fiel cumplimiento de las actividades.

3.5.7. Maquinarias y Equipos

La empresa si contara con seguros de maquinaria y equipos para su adecuada protección.

3.5.8. Materia Prima y Mercadería

La empresa no contara con seguro de materia prima y mercadería para no incurrir en costos que demandan más presupuesto para la empresa.

3.6. Presupuesto Constitución de la empresa.

Los gastos para la constitución de la empresa MWO High QualityRubberse encuentran detallados en la siguiente tabla:

Tabla 11 Presupuesto de Constitución de la Empresa

GASTOS DE CONSTITUCION	
DESCRIPCION	TOTAL
Constitución de la compañía	1200,00
Patente Municipal	400,00
Registro de marca	600,00
Permiso Benemérito cuerpo bomberos	450,00
Seguro de Incendio	8000,00
Seguros contra robos	9200,00
Seguros daños y terceros	5000,00
Permiso de funcionamiento	450,00
Total	25300,00

AUDITORIA DE
MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Permite evaluar el posible mercado según factores externos que pueda afectar a la empresa.

Político

- Impulso del gobierno ecuatoriano en el cambio de la matriz productiva y favorecer a los sectores de reciclaje.
- Programas estatales proporcionando créditos favorables al sector de reciclaje.
- Aranceles a materias primas provenientes de otros países.

Se concluye que el factor político en el Ecuador es favorable debido a los impuestos por parte del gobierno a la entrada de nuevos productos materia prima caucho, además de los programas estatales al emprendimiento y la facilitación de nuevos créditos y el impulso del gobierno en fomentar la matriz productiva y favorecer favorablemente a los sectores de reciclaje.

Económico

- El 70 % del consumo de caucho del país es importado cual significa que solo el 30 % es producido dentro del Ecuador.
- El crecimiento económico del país en los últimos años ha permitido un mayor nivel de inversión a nivel nacional.

Se concluye que el factor Económico en el Ecuador es favorable debido al crecimiento de las industrias en los últimos años, con mayor inversión histórica y el gran porcentaje de importación de materia prima caucho para satisfacer la demanda es otro factor favorable al proyecto desde el punto de vista económico.

Mediante la implementación del PLAN INNOVA ECUADOR, la Vicepresidencia de la República, “busca apoyar el potencial innovador de ecuatorianos emprendedores, mediante incentivos a proyectos cuya característica principal es que están orientados al cambio de la matriz productiva”.(Vicepresidencia República del Ecuador, 2015).

El Consejo Sectorial de la Producción es quien define la política de inversiones en el país, Incentiva y regula todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables, así como también Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo. (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y MOVILIDAD HUMANA, 2015)

Social

- Mayores tendencias a consumo de productos reciclados por su buen nivel de calidad y bajos costos.
- Campañas orientadas a la protección del medio ambiente.

Se concluye que el factor Social a través de los años la economía del Ecuador ha tomado un rumbo estable, debido al modelo político constante que ha mantenido el país; sin embargo, de

acuerdo al BANCO MUNDIAL, en lo que va de este año 2015, el crecimiento de la economía ecuatoriana ha perdido su ritmo debido a la caída del precio internacional del petróleo, que ha reducido de manera importante los ingresos fiscales y las exportaciones, y ha afectado las expectativas del sector privado.(BANCO MUNDIAL, 2015)

A pesar de éste panorama, “Ecuador tiene que adecuarse al nuevo contexto internacional de una manera ordenada, para preservar la estabilidad económica, recuperar la senda del crecimiento y cuidar los avances sociales que ha mantenido durante años”. (BANCO MUNDIAL, 2015)

Tecnológico

- Tecnología utilizada en este sector en continua evolución.

Se concluye que el factor Tecnológico en el Ecuador es favorable el gobierno, dirigido por el presidente Rafael Correa, ha promovido el desarrollo del país mediante la inversión en el área de Investigación y Desarrollo a través de la Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia Tecnología e Innovación (Senescyt) y el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (Ceaaces). (AGENCIA PUBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMERICA, 2012).

4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.

En lo que respecta al consumo de caucho en las industrias ecuatorianas existe una gran demanda y poca productividad al momento de cumplir con la necesidad del mismo.

En Ecuador el 70% del caucho que se utiliza en la industria se importa de países como Malasia, Singapur y Guatemala. El 30% restante se produce en territorio nacional.(Revista Lideres)

Un crecimiento significativo ha tenido la industria del calzado en Ecuador siendo esta una industria bastante atractiva para el proyecto. La industria del calzado ha experimentado un importante crecimiento desde el 2009. Datos de la Cámara de Calzado de Tungurahua, señalan que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en el 2008, se pasó a 28,8 millones en el 2011. Es decir, en tres años, el nivel de manufacturación se incrementó en un 154% según el Ministerio de Industrias.

Para el sector industrial del calzado los crecimientos han sido de forma progresivamente positiva dando así un escenario positivo en el sector productivo de caucho.

Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos.

(revistalideres)

Reusa Llanta se instauró el año pasado y el índice de reencauche se ha incrementado en un 30% de 2010 a 2011: se pasó de 207.000 a 280.000 llantas reencauchadas aproximadamente. En 2012, con la aplicación de políticas de impulso al sector del reencauche, como el Decreto Ejecutivo, se proyecta el incremento de un 30% adicional, es decir, alrededor de 62.100 llantas reencauchadas.

(Pais Productivo, 2012)

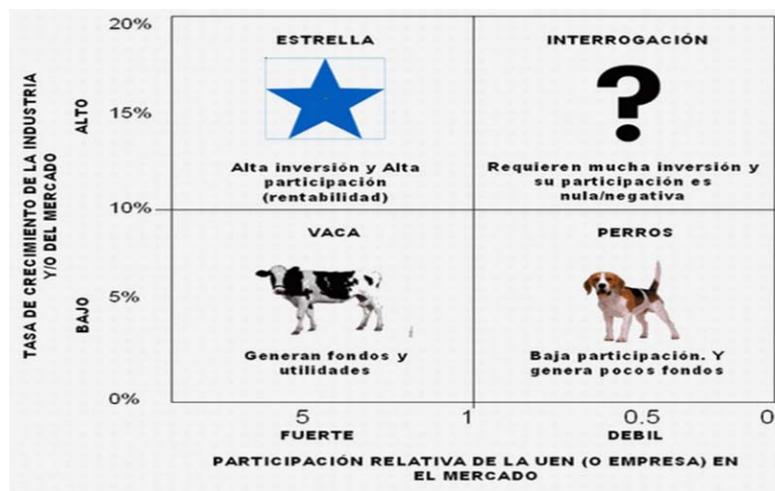
El sector de calzado y reencauche en el Ecuador es un escenario positivo en la reutilización del caucho y producción del mismo, así mismo la poca producción nacional que existe actualmente.

4.3. Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

El mercado de producción de materia prima de caucho en el Ecuador está en la fase de madurez, la fabricación de productos a base de caucho ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, al comercializar este tipo de productos.

4.4. Matriz BCG

Ilustración 2: MATRIZ BCG



Cuadrante 1: NEGOCIOS ESTRELLA

En este cuadrante están negocios/productos que se caracterizan por su gran crecimiento y alta participación en el mercado, es decir además de ganar participación obtienen grandes ganancias.

Cuadrante 2: VACA LECHERA

Son productos/negocios privilegiados que están en industrias maduras es decir líderes en el mercado. Los clientes en este cuadrante tienen fidelidad hacia sus productos por ende la inversión en la variable de marketing disminuye porque las empresas se sienten seguras en su área.

Cuadrante 3: INTERROGANTE

En este cuadrante los productos/negocios tienen baja participación en los mercados pero que cuentan con altas tasas de crecimientos en el mercado.

Cuadrante 4: PERRO

En este cuadrante existe poca participación en el mercado y tiene bajas tasas de crecimiento para ganar participación en el mercado. Es decir son mercados mauros donde el crecimiento está en declive por ende no es recomendable invertir en estas áreas porque ya no son rentables. Cuando un producto ya no es rentable es mejor sacarlo del mercado antes que dañe al resto del negocio e inclusive reduzca el presupuesto de la empresa.

Al momento de analizar la matriz se determina que nuestro producto esta e el cuadrante interrogante porque no se sabe con exactitud cómo será la participación en el mercado y está considerado como sustituto al caucho natural, con los estudios de mercado y el plan financiero se validará la rentabilidad de la empresa y cuantificará las ganancias.

4.5. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Basado en el concepto de Thompson Ivan el ciclo de vida del producto es una herramienta para administrar la mercadotecnia de la empresa y sus productos, es decir permite rastrear e identificar la etapa en la que se ubica una clase de producto o categoría.

El ciclo de vida del caucho reciclado se encuentra en estado de introducción ya que es un producto que hace poco está teniendo una mayor acogida en el Ecuador por lo cual aún no tiene un gran derivado de productos a base del mismo.

Como resultado se propone introducir un nuevo producto en el mercado de fabricantes de productos de caucho tomando como casco comercial la ciudad de Guayaquil.

4.6. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Medir cada uno de estos factores en función de su impacto, alto, medio, bajo. Este análisis corresponde a la industria.

Competidores potenciales.

En la industria del caucho, la amenaza de competidores potenciales es baja, ya que requiere de grandes inversiones para producir caucho natural, sintético o reciclado.

Empresas dedicada al sector de la fabricación de productos a base de caucho podría dedicarse a la misma actividad aprovechando el reciclaje, de todas maneras es importante ser innovadores y ser los primeros en posicionarnos en el mercado ecuatoriano.

Identidad de la marca.

En la industria de caucho existen variedad de marcas que actualmente se encuentran muy bien posicionadas en la mente de los fabricantes, lo cual las hace poderosas dentro del mercado, abarcando así unas cuotas representativas del mismo.

Proveedores de Insumos.

El poder de negociación de los proveedores es medio ya que actualmente no existe mayores usos o beneficios de los neumáticos ya usados, los mismos proveedores tienen que pagar a un tercero para que retire los neumáticos de sus empresas.

Entre los principales proveedores tenemos a las principales reencauchadoras en la ciudad de Guayaquil y son:

DURALLANTAS – RENOVADO EN FRIO
RECAMIC-CONAUTO
REENCAUCHADORA EUROPEA
REENCAUCHADORA GRUPO MAVESA
IMPORTADORA ANDINA

Rivalidad con competencia actual.

La rivalidad con los competidores es baja por lo que actualmente solo existe una empresa dedicada a la misma actividad en el país.

En el medio actualmente no existen muchas empresas que se dediquen a la misma actividad, pero hay el caso de empresas que han adquirido este producto importándolo de otro país lo cual les ha resultado costoso.

Clientes.

Las empresas que se dediquen a la fabricación de productos a base caucho en el Ecuador, por lo tanto, su impacto es considerado medio.

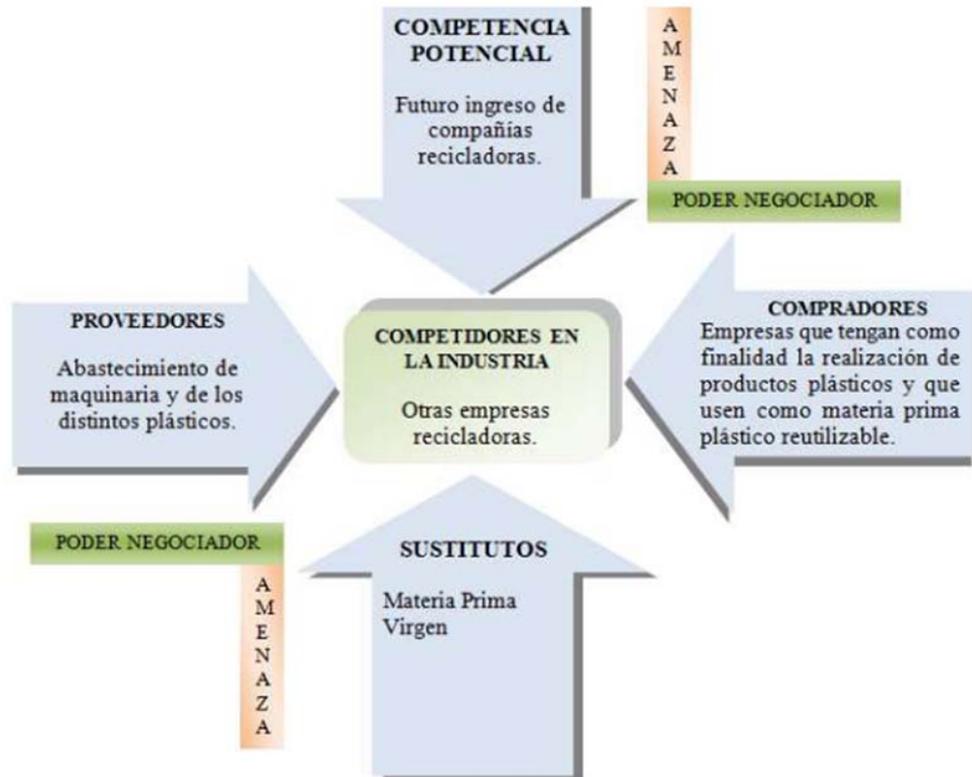
Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de productos sustitutos es alta, se ha llegado al análisis de que el sustituto sería la importación que de igual manera no será más económica que él no virgen.

Las estrategias que se emplearán para minimizar el riesgo que representan los productos sustitutos en el mercado serán:

- Resaltar la diferencia de precio al utilizar la nueva alternativa de caucho modificado.
- Crear campañas de promoción en las cuales se haga énfasis en la importancia de utilizar caucho modificado a partir de la reutilización de neumáticos, ya que se aporta con el medio ambiente.

Ilustración 3 PORTER



Conclusión:

En lo que respecta al análisis de Porter se podrá concluir que existen empresas dedicadas a la venta de caucho ya sea importado o producido, existe un mercado amplio para la venta del producto por su bajo costo a su vez una gama amplia de proveedores de la materia prima dando así gran viabilidad al proyecto.

4.7. Análisis de la Oferta

No existe en la actualidad compañías dedicadas exclusivamente a la actividad de reciclaje de neumáticos y bajo la situación “ceterisparibus” vocablo en latín utilizado en economía para describir “Si todo se mantiene igual”, no contaríamos con una competencia directa.

4.7.1. Tipo de Competencia

Competencia:

En el Ecuador actualmente existe un mercado abierto para este tipo de idea de negocio, ya que el usar las llantas para proceder a reciclarlas es totalmente nuevo en nuestro medio, esto nos hace pensar que el grado de competidores directos es realmente bajo.

Competencia Directa:

Productores de caucho.

Importadores de materia prima caucho.

Competencia Indirecta:

Actualmente no se ha encontrado competencia indirecta para nosotros.

4.7.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Ecuador ha comenzado a hacer pruebas de asfalto combinado con polvo caucho reciclado de neumáticos viejos, proceso que permitiría mejorar las condiciones técnicas de las carreteras y reducir la huella de carbono que produce el desperdicio de llantas a nivel mundial.

“La particularidad del caucho es que mejora las condiciones técnicas del asfalto, y lo vuelve elástico, elimina ahuellamiento, las grietas que provoca el cambio de temperatura”, dijo Fernando Prado, gerente de la empresa Ruberaction.

“El polvo de caucho tiene muchísimos usos, se puede poner en pisos, parques infantiles, tiene aceptación, mediante un estudio de la FDA se determinó que no tiene ningún efecto al contacto con la piel, se usa en las canchas de césped sintético porque reduce el 20% de las lesiones, se usa también en lugar de arena o madera bajo los juegos infantiles, repele el agua y aumenta la vida útil del asfalto”, acotó.(Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2015)

MERCADO REAL:

El mercado real son fábricas dedicadas a la fabricación de productos a base de caucho en la ciudad de Guayaquil.

Entre las fábricas tenemos:

Productores de asfalto a base caucho.

Productores de zapatos.

Canchas de césped sintético.

Productores de alfombras.

Productores de billeteras.

Productores de guantes.

Productores de botas.

Productores de llantas de bicicleta.

Productores de artículos para seguridad.

4.7.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Los competidores existentes son fuertes ya que en la ciudad de Guayaquil se encuentran debidamente posicionadas grandes empresas que han introducido caucho importado o procesado.

Estos productos se encuentran muy bien posesionados y lideran el mercado del Ecuador por su precio competitivo y por la cantidad que importan o fabrican al ser empresas grandes y con tradición en el país.

El único competidor directo que existe es Alibocsa que cuenta con su planta de procesamiento de neumáticos en el país, los demás compran localmente para procesarlo o recurren a la importación del mismo.

Ilustración 4 Características de los Competidores

	CAUCHOS VIKINGO	GRANO TIRE	CAUCHO PLAST	MULTIPLAST
ANTIGÜEDAD	33 AÑOS	16 AÑOS	13 AÑOS	37 AÑOS
UBICACIÓN	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	QUITO	QUITO
PRODUCTOS PRINCIPALES	CAUCHO EN PLANCHAS-CAUCHO GRANULADO	CAUCHO EN PLANCHAS-CAUCHO GRANULADO	CAUCHO EN PLANCHAS-CAUCHO GRANULADO TUBERIA	CAUCHO EN PLANCHAS-CAUCHO GRANULADO TUBERIA PLASTICOS
PRECIOS	\$ 1,65 KG	\$ 1,75 KG	\$ 1,71 KG	\$ 1,65 KG

Los competidores existentes son fuertes ya que en la ciudad de Guayaquil y Quito se encuentran debidamente posesionadas grandes empresas que han introducido caucho importado o procesado.

4.7.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

- Cauchos Vikingo:

Ventas Personales

Post Ventas

Participación en ferias

- Grano Tire:

Ventas Personales

Post Ventas

Precios en internet

- Caucho Plast:

Ventas Personales

Post Ventas

- Alibocsa:

Ventas Personales

Post Ventas

Participación en ferias.

MWO High QualityRubbersa se enfocará en mejorar las estrategias de los competidores, ofreciendo un servicio más especializado, ofrecerá muestras gratis para producción y así lograr un vínculo más fuerte con el productor ofreciendo un producto a mejor precio en el mercado.

4.8. Análisis de la Demanda

Segmentación de Mercado

En el caso del proyecto de reciclaje de neumáticos la demanda estaría determinada por los principales consumidores del producto que son los fabricantes de calzado en la ciudad de Guayaquil.

4.8.1. Criterio de Segmentación

Existen casos en los que el nicho de mercado es una “Empresa o Industria” y, por lo tanto, las variables tienden a ser alteradas.

El mercado al que se hace referencia es el mercado industrial, actualmente denominado Business- to – Business Market (B2B).

El mercado B2B investiga los mercados para aquellos productos que son vendidos de una empresa a otra y no de una empresa a los consumidores.

4.8.2 Selección de Segmentos

Acorde con los datos del punto anterior tomando en cuenta el criterio de segmentación “businessstobusiness” utilizado para el estudio para la presente investigación, los segmentos seleccionados para la comercialización de caucho son empresas dedicadas a la fabricación de calzado en la ciudad de Guayaquil.

4.8.2.1 Perfiles de los Segmentos

Los consumidores potenciales de caucho consumidores de caucho reciclado son:

- Fabricantes de calzado.
- Fabricantes de carreteras de asfalto.
- Fabricantes de pisos falsos.
- Fabricantes de productos de seguridad.
- Reencauchadoras.

En lo que respecta a los perfiles se enfocará en los fabricantes de CALZADO ya que la industria en este sector ha mantenido un incremento significativo en los últimos años, con fuerte inversión en la fabricación de los mismos y en su continua mejora en el país.

4.9. Matriz FODA

FORTALEZA

- Disponibilidad inmediata de materia prima.
- Personal altamente calificado.

OPORTUNIDADES

- Demanda de materia prima en el mercado.
- Restricciones arancelarias que fomenten el reciclaje.

DEBILIDADES

- Poco conocimiento de manejo de negocios.
- Inversión monetaria alta en capital de trabajo.

AMENAZAS

- Incremento de recicladores de este tipo en la ciudad.
- Leyes que incrementen el control del medio ambiente.

F+O

Con la disponibilidad inmediata de materia prima se podrá satisfacer la demanda exigida por el mercado.

F+A

Con el personal altamente calificado se tendrá un control más adecuado de las posibles leyes que incrementen el control del medio ambiente.

D+O

Con la poca disposición de vehículos para abastecer la empresa y los convenios con las reencachadoras se utilizará su logística para abastecerse de neumáticos.

D+A

Con poca producción nuestros costos unitarios son altos y los impuestos del gobierno al reciclar obtenemos un crédito fiscal que lo podemos usar en los meses en que mas producción tenga la empresa.

4.10. Investigación de Mercado

4.10.1. Método

Los métodos que se realizaran en este trabajo de titulación son los siguientes:

Cualitativo.

En este método se deberá determinar dos preguntas muy importantes que son: ¿Por qué? ¿Y cómo se llegó a tomar la decisión? El método cualitativo se lo realiza por medio de entrevistas a especialistas que será el Ing. Químico Sergio Delgado.

Cuantitativo.

Se realiza las encuestas a empresarios, gerentes o personas encargadas de tomar la decisión de compra en las fábricas que se desempeñan laborando dentro de fábricas ubicadas en la ciudad de Guayaquil.

Ésta información deberá ser presentada por medio de gráficos, debido a que deberá ser mostrada específicamente de forma numérica o estadística.

4.10.2. Diseño de la Investigación

4.10.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General

Analizar el nivel de aceptación de la nueva alternativa de caucho modificado a partir de la reutilización de neumáticos en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Identificar el grado de aceptación del cliente sobre el producto modificado.
- Determinar el porcentaje de pureza necesario para ser competitivo.
- Identificar los mayores problemas del productor al usar caucho reciclado.
- Determinar el comportamiento de compra por parte de los consumidores.

4.10.2.2. Tamaño de la Muestra

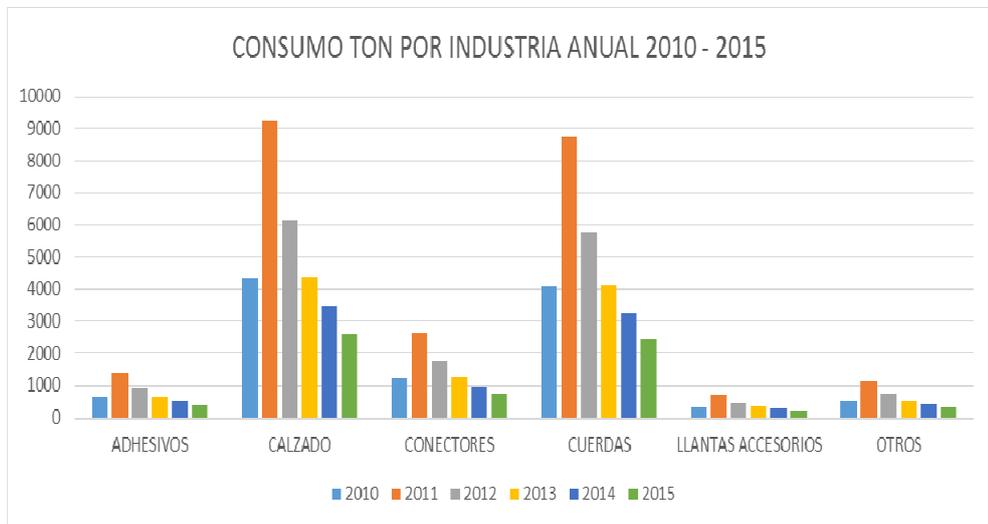
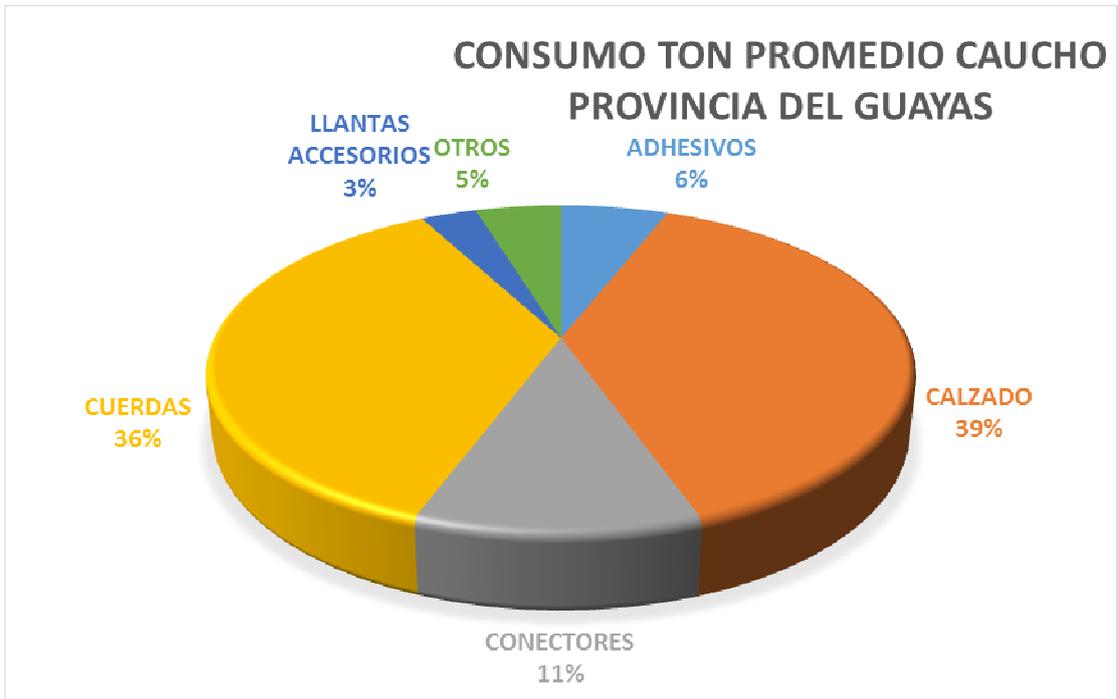
El siguiente trabajo de titulación está dirigido al sector del calzado el mismo que cuenta con 870 empresas en el Ecuador.

De las cuales 215 se encuentran ubicadas en la provincia del Guayas.

Se realizará una encuesta a 50 fábricas dentro de la ciudad de Guayaquil.

Según datos del Censo Económico 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el país, existen 870 establecimientos que se dedican a la producción de zapatos.(El Comercio, 2015)

Etiquetas d	Suma de 20102	Suma de 20112	Suma de 20122	Suma de 20132	Suma de 20142	Suma de 20152	Promedio
ADHESIVOS	661,0	1.408,2	935,3	665,9	527,4	395,6	765,6
CALZADO	4.336,4	9.238,0	6.136,1	4.367,8	3.459,9	2.594,5	5.022,1
CONECTORES	1.242,9	2.647,6	1.758,4	1.251,9	991,6	743,4	1.439,3
CUERDAS	4.098,4	8.731,1	5.799,3	4.128,2	3.269,9	2.452,3	4.746,5
LLANTAS	343,7	732,3	486,4	346,2	274,2	205,7	398,1
OTROS	528,8	1.126,7	748,3	532,7	422,0	316,3	612,5
Total general	11.211,2	23.883,9	15.863,8	11.292,7	8.945,0	6.707,8	



4.10.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

4.10.2.4. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Entrevista Preliminar

Profesión: Ingeniero Químico.

Nombre: Sergio Delgado García.

Edad: 32 años.

Empresa: Aliboc s.a.

1. Como está clasificado la calidad del caucho?

Caucho Natural

“Se obtiene de un fluido lácteo llamado látex que se encuentra en muchas especies vegetales comunes de regiones tropicales.”

Caucho sintético

“Este se obtiene a partir del procesamiento de hidrocarburos.”

2. ¿Qué tipo de industria pueden usar el caucho reciclado para su producción?

“Realmente es apto para todo tipo de industria siempre y cuando sea sometido a diversos procesos químicos para su alteración.”

3. ¿Cuánto es la cantidad necesaria de pureza del caucho para un uso industrial?

“En este caso depende el uso industrial que se le vaya a dar porque no es lo mismo usar caucho para zapatos que caucho para pisos falsos por las exigencias del uso.”

4. ¿Cuáles son los beneficios de usar caucho reciclado para el productor en el corto, mediano y largo plazo? Tiempo de observar beneficios.

“El principal beneficio a corto, mediano y largo plazo es el costo, al momento de producir se va a obtener un mayor margen de utilidad deseada, beneficiando directamente al fabricante.”

5. ¿Cuál cree usted es el sector más favorable para el uso de caucho reciclado por sus compuestos?

“Todos los sectores según el proceso que se le dé al mismo, pero un sector en particular es el mismo que sería el del reencauche.”

6. ¿Cree usted que la industria Ecuatoriana está preparada para el uso de caucho reciclado?

“Actualmente ya se han hecho pruebas favorables para el uso del caucho reciclado, la industria ecuatoriana si está preparada para la utilización de este tipo de producto.”

7. ¿Cuál cree usted es el mayor problema del productor al momento de elegir el tipo de caucho que va a utilizar?

“Encontrar la pureza necesaria a sus exigencias dependiendo del producto, aunque con los procedimientos químicos actuales todo es mucho más fácil.”

8. El clima puede alterar la pureza del caucho deseado?

“Hasta antes de procesarlo o someterlo a un proceso de transformación no va a afectar ya que no va a ser sometido ni al calor ni frío, después de esto sí pueden existir diversos tipos de afectaciones.”

¿Cuál es el tiempo estimado de almacenamiento del caucho para que no exista ningún tipo de alteración en la calidad del mismo?

“No afecta el tiempo a corto plazo, después de cierto tiempo puede sufrir alteraciones por humedad, como los hongos por ejemplo.”

4.10.2.4.1. Concluyente (Encuesta y FocusGroup)

Las siguientes encuestas se hicieron a uno de los mercados meta del proyecto de titulación, el cual consiste en productores de calzado en Ecuador.

1 ¿Qué tiempo tiene usted en la actividad de productor de calzado?

1- 5 años

6- 10 años

11 años en adelante



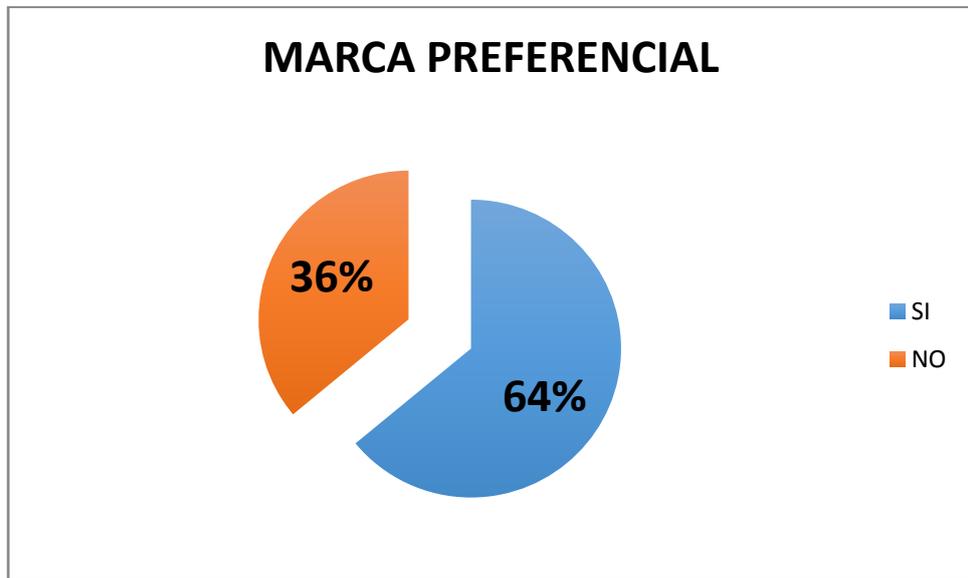
NUM DE AÑOS	NUM DE ENCUESTAS	PORCENATAJE
DE 1 A 5	22	44%
DE 6 A 10	16	32%
MAS DE 10	12	24%
TOTAL	50	100%

2 Según su experiencia. ¿Al momento de comprar la materia prima como es el caucho, recurre a una marca de su preferencia?

SI

NO

En caso de ser si la respuesta, mencionar el nombre de la marca:



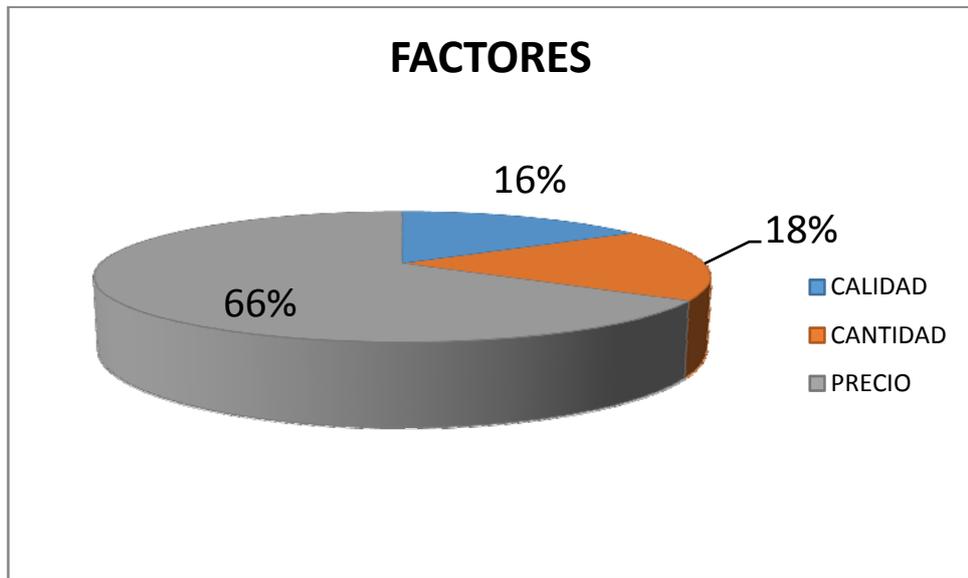
RESPUESTA	NUM ECUESTAS	PORCENTAJE
SI	32	64,00%
NO	18	36,00%
TOTAL	50	100,00%

3 ¿Qué factores analiza Ud. al momento de adquirir una marca de materia prima como es el caucho? Escoger una opción

CALIDAD

CANTIDAD DISPONIBLE

PRECIO



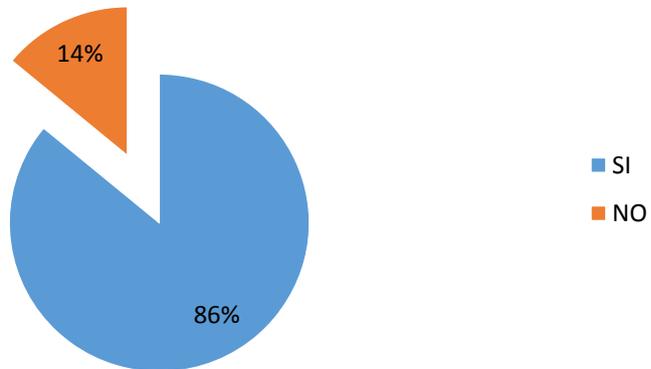
NUM DE AÑOS	NUM DE ENCUESTAS	PORCENATAJE
CALIDAD	8	16%
CANTIDAD	9	18%
PRECIO	33	66%
TOTAL	50	100%

4 ¿Estaría dispuesto a utilizar en su producción, una nueva alternativa de caucho modificado a partir de la reutilización de llantas recicladas, con un costo menor, similar calidad y que aporte con la reducción del daño al impacto ambiental?

SI

NO

ACEPTACIÓN DE NUEVA ALTERNATIVA



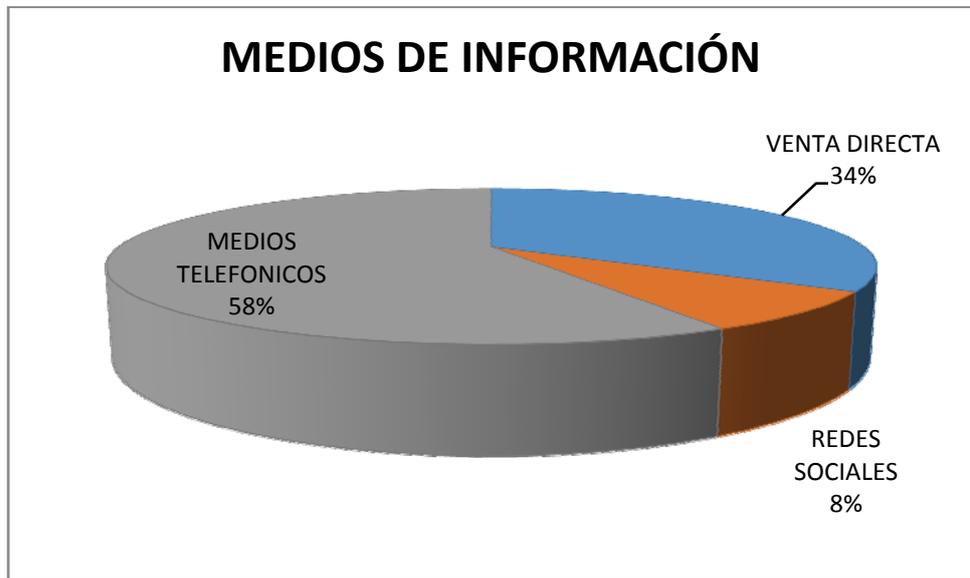
RESPUESTA	NUM ECUESTAS	PORCENTAJE
SI	43	86,00%
NO	7	14,00%
TOTAL	50	100,00%

5 ¿Cómo le gustaría enterarse de promociones, descuentos y de nuevos productos que salgan al mercado?

Venta directa.

Redes Sociales.

Medios telefónicos.

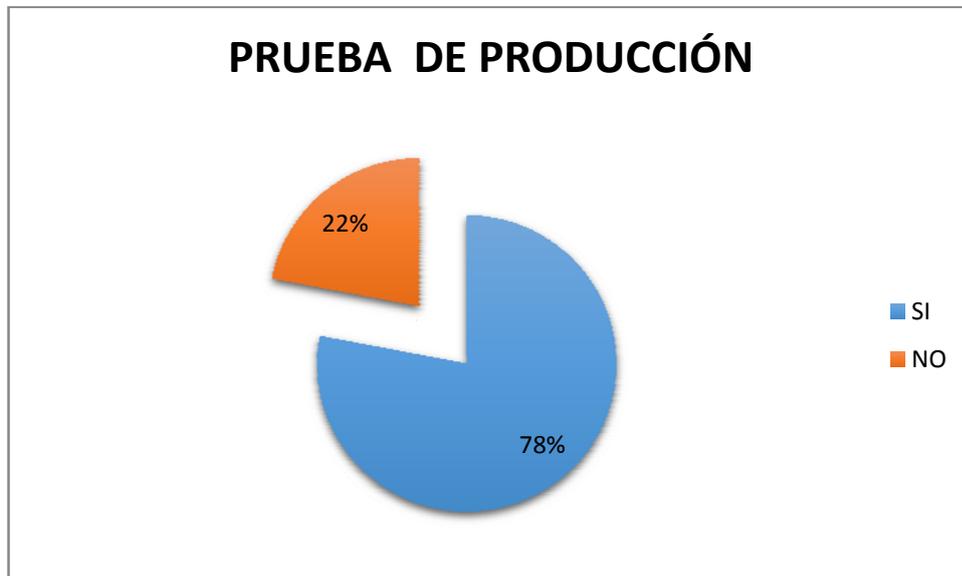


RESPUESTA	NUM DE ENCUESTAS	PORCENATAJE
VENTA DIRECTA	17	34%
REDES SOCIALES	4	8%
MEDIOS TELEFONICOS	29	58%
TOTAL	50	100%

6 ¿Estaría dispuesto a aceptar una muestra gratis para su producción con la finalidad de verificar al ahorro de costos de producción de la misma?

Si

No



RESPUESTA	NUM ECUESTAS	PORCENTAJE
SI	39	78,00%
NO	11	22,00%
TOTAL	50	100,00%

4.10.2.5. Análisis de Datos

No aplica al ser entrevista y no encuesta.

4.10.2.6. Resumen e interpretación de resultados.

- Los sectores en los cuales se realizaron las 50 encuestas a las fábricas de calzado fueron:

- Guayaquil

De acuerdo al análisis de datos se puede establecer que existe un número significativamente mayor de productores de calzado en la Sierra que en la Costa de Ecuador.

- El 24% de las personas encuestadas tienen más de 11 años desarrollándose en el Sector de la fabricación de calzado, lo cual representa 12 personas de las 50 encuestas realizadas, el 32% de encuestados tienen alrededor de 6 a 10 años laborando en fabricación de calzado y el 44%, que equivale a 12 personas encuestadas, tienen entre 1 a 5 años desarrollándose en este sector.

- Al momento de comprar caucho modificado, el 36% de los encuestados tienen una marca preferencial en lo que respecta a este material. Las marcas más nombradas fueron:

Cauchos Vikingo

Cauchos Ecuador

Multi Cauchos

PlastiPlast

Cauchos y Afines

El 64% restante indicaron que no tenían preferencia al momento de comprar caucho, solo se fijaban en el precio más cómodo.

- Los factores más relevantes al momento de adquirir caucho son:

Calidad 16%, 8 personas encuestadas indicaron que la calidad en el material es el tercer factor en el cual se fijan al momento de comprar caucho ya que por medio de procesos

químicos pueden alterar factiblemente la durabilidad del mismo.

Cantidad Disponible 18%, 9 personas encuestadas indicaron que luego de verificar la calidad del material se fijan si existe en stock la cantidad que necesitan del mismo ya que muchas veces no tienen la cantidad requerida y deben recurrir a otros proveedores.

Precio 66%, 33 personas encuestadas indicaron que el precio es el primer factor en el que se fijan, ya que ellos relacionan costo-beneficio al momento de adquirir la materia prima..

- El 86% de los encuestados revelaron que si adquirirían un nuevo caucho modificado a partir de la reutilización de neumáticos, ya que es de buena calidad y menor costo además que estarían dispuestos a contribuir con el impacto del medio ambiente mediante con la compra del mismo; mientras que el 14% restante indicó que no lo adquiriría ya que no se arriesgarían a invertir en materia prima nueva en sus producciones.
- El 34% de encuestados señalaron que la mejor forma de enterarse o conocer sobre las promociones y descuentos del caucho reciclado a partir de la reutilización de neumáticos es por venta directa, ya que así pueden obtener información más detallada de los mismos, el 8 % indicó que les gustaría saber de nuevos productos mediante redes sociales y el 58 % expresó que la mejor forma información inmediata debido la distancia de las fabricas era la del medio telefónico.

- De los 50 encuestados, el 78% representado por 39 personas expresaron que estarían dispuestos a aceptar el uso de las muestras gratis con la finalidad de comparar costos de producción y el 22% que representan 11 personas no estarían dispuestos a aceptar el producto por falta de confianza del mismo.

4.10.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado.

El caucho procesado es apto para el sector industrial, su costo es bajo y favorable al fabricante, de tal forma la aceptación del mismo va a ser favorable al momento de hacer la compra. Por medio de la información que se obtuvo por medio de la investigación y los porcentajes expuestos en las encuestas realizadas a los clientes potenciales del proyecto la conclusión a la que se llega es que las empresas estarían dispuestas a adquirir el caucho reciclado a partir de la reutilización de neumáticos por vía telefónica o venta directa para conocer mejor los costos y beneficios del mismo al momento de realizar la compra.

Según los resultados de las encuestas se puede indicar que la propuesta de este trabajo de titulación tendrá una viabilidad favorablemente positiva en el mercado meta al cual está dirigido.

4.10.3.1. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

En base a la Investigación de Mercado realizada a los clientes potenciales de la empresa, se pueden brindar las siguientes recomendaciones:

- Investigar más a profundidad las exigencias de pureza de cada sector o fabricante para tener un stock más amplio de producto al momento de realizar las visitas de ventas.
- El caucho procesado es apto para el sector del calzado, su costo es económico y favorable al fabricante, de tal forma la aceptación del mismo va a ser favorable al momento de hacer la compra.
- Centrarse en que el precio del producto es lo más importante ya que va direccionado a un mercado el cual exige costos de producción competitivos.
- Adoptar una campaña de marketing bastante agresiva con la finalidad de captar nuevos clientes potenciales.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General.

Elaborar estrategias de posicionamiento en el mercado relativo “El caucho reciclado a base de neumáticos” en la mente del productor como un producto de alta calidad y como marca nacional líder en venta de caucho en el Ecuador.

Objetivos Específicos.

- Obtener un incremento del 7% en ventas al tercer año de funcionamiento.
- Posicionar la marca como líder de caucho de calidad al 7mo año de funcionamiento.
- Resaltar los diferenciadores del producto como: calidad y bajo costo.
- Conseguir el 25% de satisfacción al cliente al primer año.

5.1.1. Mercado Meta

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

La estrategia de penetración se enfocan en: resaltará y ofrecerá los diferentes productos de la competencia a precios igualmente menores, esta

estrategia funciona muy bien cuando los compradores que en este caso son los productores se interesan mucho en el precio, este tipo de estrategia se usa cuando la demanda del producto se encuentra en etapa de madurez, tal como es el mercado de caucho en el Ecuador.

5.1.1.2. Cobertura

La empresa en sus inicios operativos ha escogido a la ciudad de Guayaquil y lugares cerca de la misma que abarca la zona industrial donde se encuentren los productores.

- Vía Daule: Zona Industrial.

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

Posición: Dirigido a los fabricantes de productos a base de caucho que se encuentren situados en el Ecuador cuyo propósito sea cuidar sus utilidades con mayores márgenes de ganancia manteniendo su misma calidad en los productos.

Objeto: Posicionarse en el mercado del Ecuador como una empresa líder que elabora y distribuye caucho reciclado.

Segmento: Empresas dedicadas a la fabricación de productos en cuyo proceso productivo de incluya el caucho como material o materia prima.

Atributos: Producto de alta calidad debido a la extracción del material de neumáticos que ingresan al Ecuador con índices altos de calidad para su venta. Además de evitar la tala de árboles por la explotación del mismo se reduce el impacto ambiental de los neumáticos que ya no se usan.

Calidad percibida: El producto contará con altos estándares de calidad según lo establecido por la ley ecuatoriana, utilizando máquinas de tecnología avanzada para un óptimo proceso de la materia prima.

Ventaja competitiva: Se desea crear una percepción diferente acerca de los productos reciclados de tal manera que se enfoque en posicionar al producto como materia prima caucho con altos estándares de calidad apto para la fabricación de diferentes productos derivados del mismo.

Símbolos identitarios: Menos costo, más caucho.

Ilustración 5 Logo



5.3. Marketing Mix.

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

Definición: Materia prima caucho de alta calidad que cumple con estándares de calidad necesarios para la fabricación de productos derivados del mismo. A través del uso de maquinaria con la más avanzada tecnología en reciclaje de mismo, siendo el resultado de una cadena de producción y revisión se obtendrá el caucho de mayor calidad. El objetivo primordial es darle una mejora continua de la producción de los niveles de calidad de los productos.

Color: Color natural (Negro).

Tamaño: Se distribuirán diversos gramajes según la necesidad del fabricante

Slogan:Recicla, ahorra y produce.

Imagen:Presentado al mercado en diferentes cortes, según la necesidad del fabricante.

Ilustración 6 Imagen del Producto



Producto real: Malla de polvo de caucho de 0,05 mm -0,2mm según necesidad de fabricante.

Producto aumentado: Caucho con alto índice de calidad a menores precios del mercado.

5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

- **Empaque:**
El caucho procesado será embalado en sacos sintéticos de diferentes tamaños y pesos.
- **Requerimientos del cliente:** Según el perfil del productor, busca un producto de alta calidad con menores precios a los del mercado.
- **Embalaje:** Los productos se colocarán en sacos para el posterior almacenaje en la bodega de almacenamiento.
- **Condiciones de Entrega:** Se basa en que los sacos no posean fugas ni peso incorrecto con una fecha de entrega adecuada a la necesidad del cliente.
- **Transporte:** Dependiendo de las cantidades a producir se deberá invertir en 2 camiones para la entrega dentro de Guayaquil o para llevar a los transportes para fuera de Guayaquil.

- **Producto esencial:** Caucho en polvo.

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

El producto final a ser distribuido en el mercado debe cumplir con características que se detallan a continuación:

- **Nombre del producto:** Se comercializara al mercado Guayaquileño bajo el nombre de: MWO High QualityRubber.
- **Contenido neto:** El cliente elige entre saco de 1 quintal o medio quintal, según necesidad de almacenamiento.

Ilustración 7 Contenido



- **Indicación del origen del producto:** Se describirá el proceso de producción del caucho, lugar de producción, fecha de elaboración, número de lote y cantidades por saquillo.

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

No se tendrá etiquetado en el producto.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

MWO High QualityRubber, solo comercializará el caucho bajo dos presentaciones de uno o de medio quintal según necesidad del cliente debido a lo antes mencionado la amplitud y profundidad de la línea no aplica en esta propuesta.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas.

“MWO High QualityRubber.” será la única línea de producción que tendrá la empresa, no se crearán Submarcas.

Ilustración 8 Marcas y Submarcas



5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

La empresa actualmente no tiene competidores directos ya que no existe otra empresa dedicada a la producción de caucho reciclado, pero se considera la competencia indirecta las cuales son la empresas Caucho PlastS.A ,Cauchos Vikingos, Grano Tire S.A El precio de la competencia oscila entre los 1,35 y 1,40 ctvs. el kilo del caucho.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo del mercado meta se define a empresas de todo tipo que usen el caucho como parte de su proceso productivo.

5.3.2.3. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

La empresa MWO High Quality Rubber. Utilizará las siguientes políticas de precios:

- El porcentaje de descuento estarán basadas en el tipo de pago que haga el cliente, con pagos en efectivo se agregará un 15 % de descuento en la factura de compra.
- Los términos de venta y métodos de pago se manejará una política donde deberán cubrir el 30% del pago al hacer el pedido y otro 70% a un máximo de 2 meses posteriores a la venta.

5.3.3. Estrategia de Plaza: Punto de Ventas

A continuación se detallarán las estrategias de plaza y los diferentes puntos de venta que utilizará la empresa MWO High QualityRubber.

5.3.3.1. Localización Macro y Micro

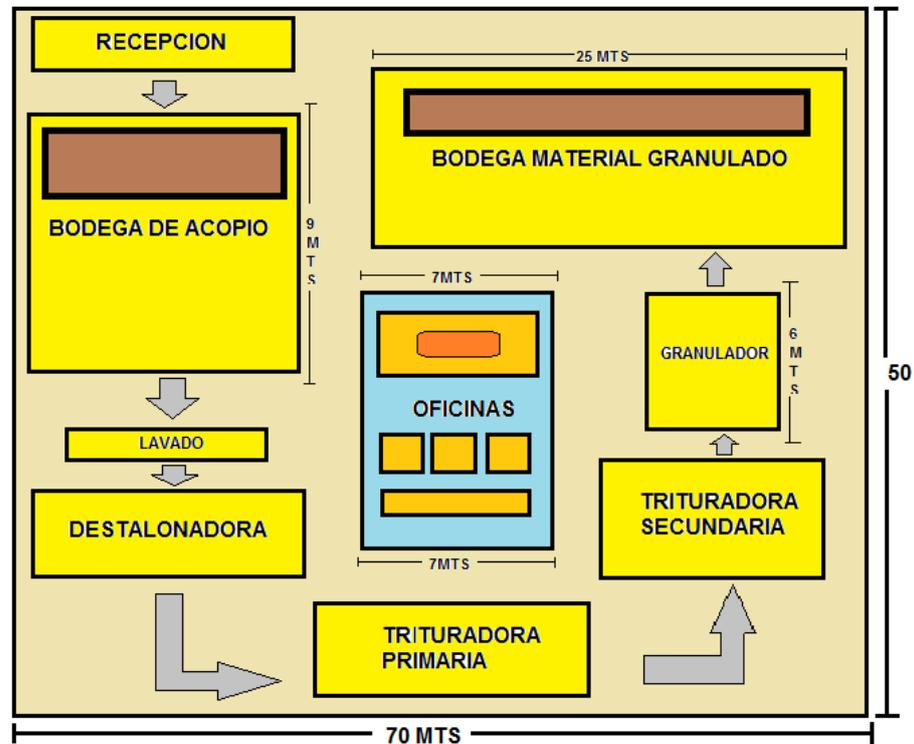
En lo que respecta a la Macro Localización la empresa ejecutará sus actividades en Guayaquil, provincia del Guayas.

La Micro Localización de la empresa es el casco comercial de Guayaquil, específicamente en el km 10 Vía Daule, Zona Industrial de Guayaquil.

5.3.3.2. Distribución del Espacio

A continuación se detalla el plano de las áreas de producción y administración de la empresa.

Ilustración 9 Distribución del Espacio.



5.3.3.2.1. Merchandising

La empresa MWO High QualityRubber utilizará Merchandising con actividades que impulsen la compra y resulte atractivo para los productores potenciales las cuales son:

- Gestionar el producto en momentos que no exista producción de caucho natural por no ser temporada.
- Pruebas de producción con los diferentes fabricantes, darles un porcentaje de caucho gratis para pruebas de producción y calidad con la finalidad de ganarnos la confianza del cliente.

5.3.3.3. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.3.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

El canal que utilizara la empresa MWO saes directamente con el fabricante de calzado sin necesidad de intermediarios.

Ilustración 10 Canales de Distribución:



5.3.3.3.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

La empresa no va a incurrir en los mercados urbanos porque se enfoca en interactuar con los productores.

5.3.3.3.3. Logística

La logística de aprovisionamiento se plantea en ejecutar directamente con los proveedores de la materia prima (Neumáticos), porque con los encargados de llevar el producto hasta la planta de producción.

Refiriéndose a la logística de distribución del producto se requerirá invertir en la compra de 2 camiones para la transportación del producto ya sea hacia las empresas dentro de Guayaquil o a los transportes para las empresas fuera de Guayaquil.

5.3.3.3.4. Red de Ventas

MWO High QualityRubber ejecutará sus ventas directamente con los productores.

5.3.3.3.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

a) Pre-venta: Los productores deben realizar el pedido con 7 días de anticipación para evitar cualquier tipo de cambio al momento de granular el producto.

b) Post-venta: El departamento de ventas debe llamar al productor una vez recibido el producto para verificar las condiciones de llegada del mismo y hacer otra llamada dependiendo del tiempo de producción de cada empresa para evaluar la calidad y exigencia del productor.

c)Quejas, Reclamos: La empresa tendrá con un correo electrónico, buzón de sugerencias en la página web y número personal del asesor de ventas con quien realizo el pedido con el cual todos los clientes podrán expresar sus quejas y reclamos.

d)Devoluciones: La devolución de la mercadería se dará cuando se haya realizado una queja formal en cuanto a :

- Calidad del producto.
- Tamaño de granulado.
- Irregularidad en peso.

Caso contrario no se aceptarían devoluciones de ningún motivo.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

La empresa implementará tácticas ATL porque son medios masivos específicamente en revistas de Economía con el fin de dar a conocer los beneficios del caucho reciclado para así ser usado como fortaleza con nuestros clientes, los productores. De igual manera utilizará la técnica BTL realizando charlas en foros de gremios dedicados a la fabricación de productos a base de caucho o productos reciclados.

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

La propuesta publicitaria que implementará la empresa será: ofrecer un producto resaltando los beneficios como calidad y costos al momento de elaboración de productos.

El mensaje que dará MWO High QualityRubber al mercado será en comunicar los beneficios del caucho reciclado con el fin de lograr un cambio en el productor al inclinarse por el producto reciclado.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

Se realizarán ventas personales, se optará por elegir a MWO High QualityRubber I productor directamente.

5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

La empresa MWO High QualityRubber participará en ferias enfocadas a la exposición de productos reciclados. Tendrá presencia en foros de gremios dedicados a la fabricación de productos a base de caucho.

5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

MWO High QualityRubber será participe en foros de gremios dedicados a la fabricación de productos a base de caucho en el cual se espera hacer contacto directo con el productor logrando así llegar a un acuerdo para entregar un lote de caucho para su producción a su vez asegurar futuras negociaciones con el mismo. En ese momento se plantea entregar cd y flyers con información de los componentes y procesos de producción de la fábrica.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

La estrategia de lanzamiento que se plantea utilizar es en la que el cliente notará la existencia del producto por medio de redes sociales (Fanpage Facebook) y twitter respectivamente.

Publicidad viral sobre los beneficios del producto reciclado dando énfasis de la calidad y beneficios del mismo.

La empresa realizará una campaña de mails con los principales fabricantes de productos a base de caucho para agendar visitas técnicas y cerrar futuros contratos.

Invitar al lanzamiento de la marca a los distintos gremios fabricantes de productos a base de caucho y capacitar sobre los beneficios del mismo en sus empresas.

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

El plan de medios de la empresa será implementar los mails especializados. Las personas encargadas de la logística de medios publicitarios será el gerente de marketing y ventas.

5.3.4.4.3. Mindshare

Consiste en que el producto será nuevo en el mercado, al inicio será poco conocido y tampoco incidirá en una alta presencia en la mente del productor por su falta de confianza y conocimiento a pesar de esto se esperan resultados positivos con las estrategias de marketing planteadas y lograr posicionar la marca en la mente de los productores en un lapso no menor a 3 años.

5.3.4.4.4. Relaciones Públicas

La empresa participará en ferias, exposiciones y eventos de diferentes tipos en las que realizará capacitaciones, dará información sobre los beneficios del caucho reciclado.

Respecto a los medios digitales como las redes sociales no se invertirá en el mismo ya que no es un producto final ni de consumo masivo.

5.3.4.4.5. Marketing Relacional

El marketing establece procesos que integren a MWO High QualityRubber con los productores para que conserven las relaciones duraderas y rentables a largo plazo. Utilizando llamadas y mails personalizados.

5.3.4.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.6.1. Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

La estrategia de E-Marketing que MWO High QualityRubber buscará implementar el uso de boletines electrónicos y pagina web.

- **Boletín electrónico:** se implementará un proceso de publicaciones digitales a los clientes que son los productores con el fin informar de forma periódica de promociones y descuentos que se establezcan.
- **Sitio web:** Espacio virtual donde MWO High QualityRubber podrá compartir información de vital importancia con los clientes como nuevos productos, capacitaciones, contacto de servicio al cliente.

5.3.4.4.6.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores son: “Cauchos Vikingo SA”, Caucho Plasts SA y “Grano Tire SA” cada uno de ellos cuenta con estrategias de E-Marketing a continuación se procede al detalle:

Tabla 12 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

COMPETIDORES	PROMOCIÓN ELECTRONICA				
	Facebook	# de seguidores	Twitter	# de seguidores	Página web
CAUCHOS VIKINGO	NO	-	SI	895	SI
GRANO TIRE	NO	-	NO	0	SI
CAUCHO PLAST	NO	-	NO	0	SI

Mediante el análisis realizado a los competidores indirectos de MWO High QualityRubber se pudo analizar que ninguno de los competidores utilizan redes sociales como Facebook ni Instagram solo uno de ellos maneja Twitter que es Caucho Vikingo S.A, se enfocan en correos personalizados y visitas previa cita con sus clientes.

5.3.4.4.6.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La página web que MWO High QualityRubber utilizará será en idioma español y dentro de la misma página se obtendrá la siguiente información:

- Presentación de los aspectos de la misión, visión, valores corporativos.
- Producto se compartirá información sobre los beneficios del caucho reciclado, peso, granulado del producto y todas las características principales.

- Buzón de Sugerencias.

Ilustración 11 Página Web



5.3.4.4.7. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Se aplicará la utilización de un fanpage en Facebook e Instagram respectivamente con la finalidad de obtener un acercamiento más cercano con el cliente, dando paso así al conocimiento del cliente sobre nuevos productos o promociones de la empresa.

Ilustración 12 Instagram

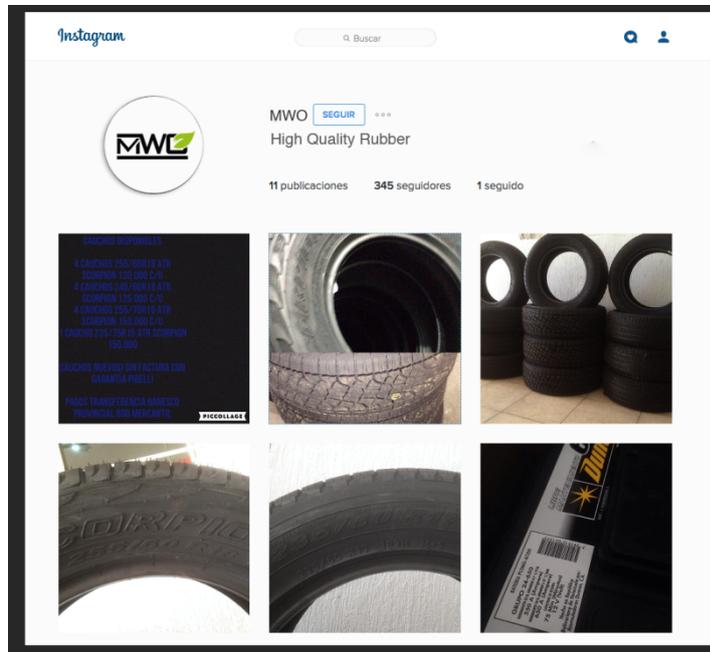
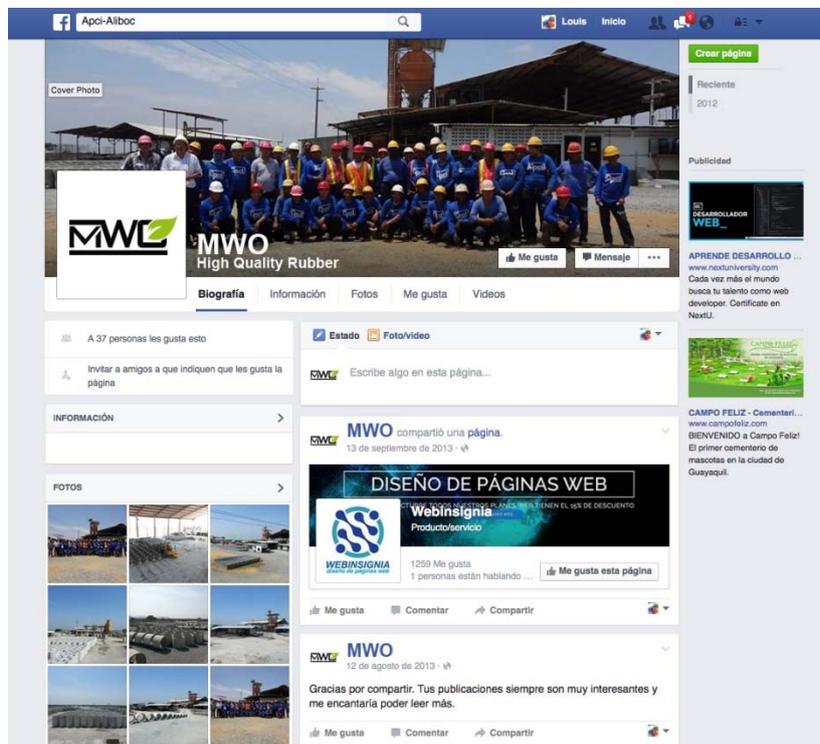


Ilustración 13 Fan Page Facebook



5.3.4.4.7.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Tabla 13 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.

COMPETIDORES	PRESENCIA		
	Facebook	Twitter	Página web
Cauchos Vikingo SA	NO	NO	Informativa
Grano Tire SA	NO	NO	Interactiva
Caucho Plast	NO	NO	Informativa

Respecto al análisis de la promoción electrónica de los competidores el único medio publicitario es la página web, por lo que el producto no es de consumo masivo ni directamente al consumidor final.

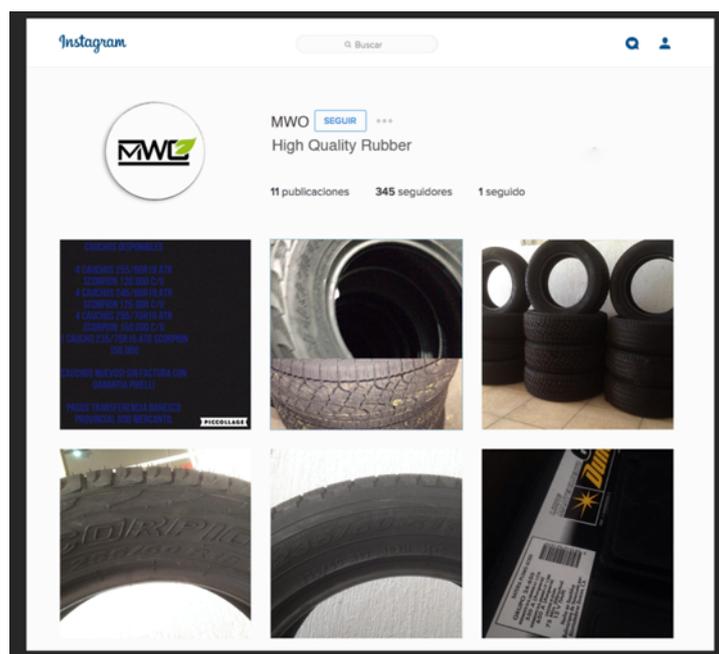
Ilustración 14 Página Web



5.3.4.4.7.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La empresa implementará redes sociales tales como :

- Facebook.
- Instagram.



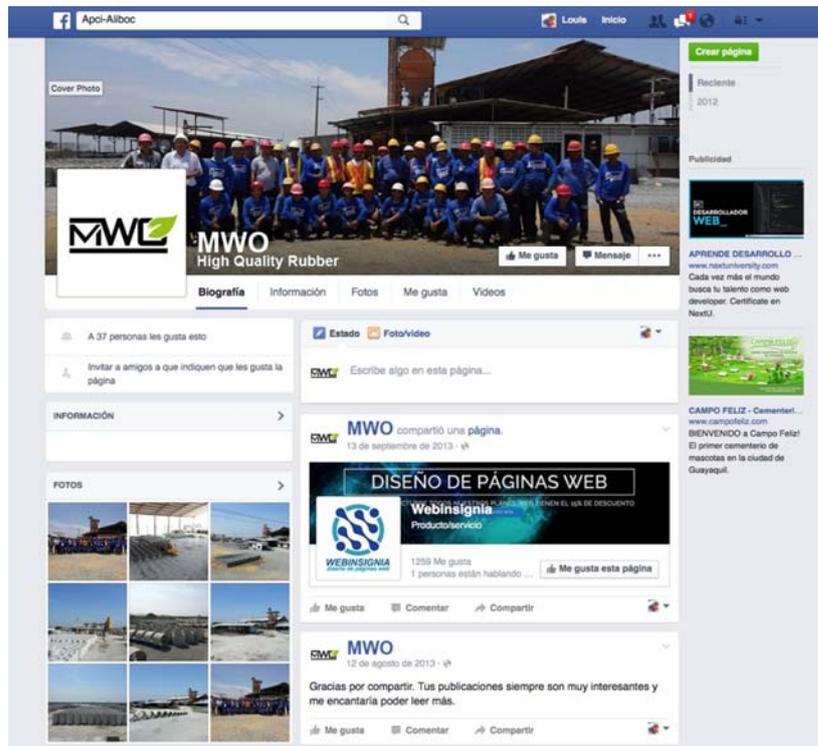


Ilustración 15 Página Web

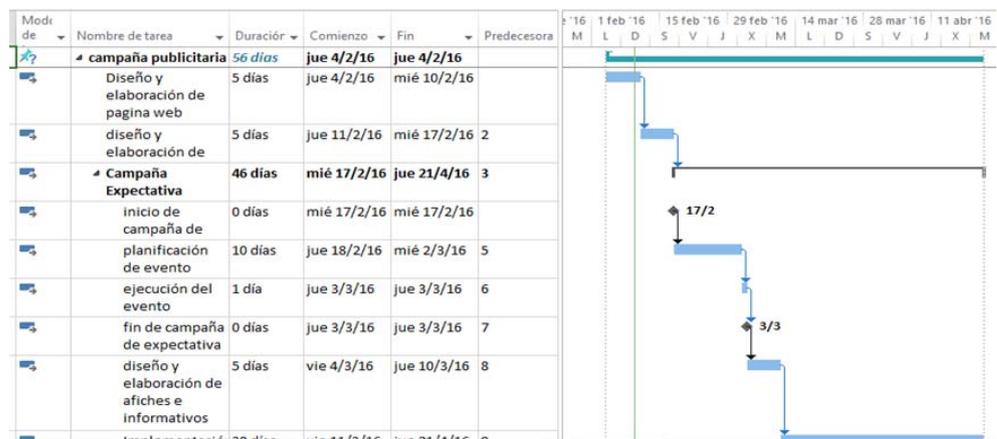


5.3.4.4.7.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

MWO High QualityRubberofrecerá información continua sobre capacitaciones a sus colaboradores. De manera externa con la sociedad por medio de las redes sociales se enfocará en hacer publicaciones sobre el reciclaje y los beneficios del mismo con la sociedad.

5.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Project)

Tabla 14 Cronograma

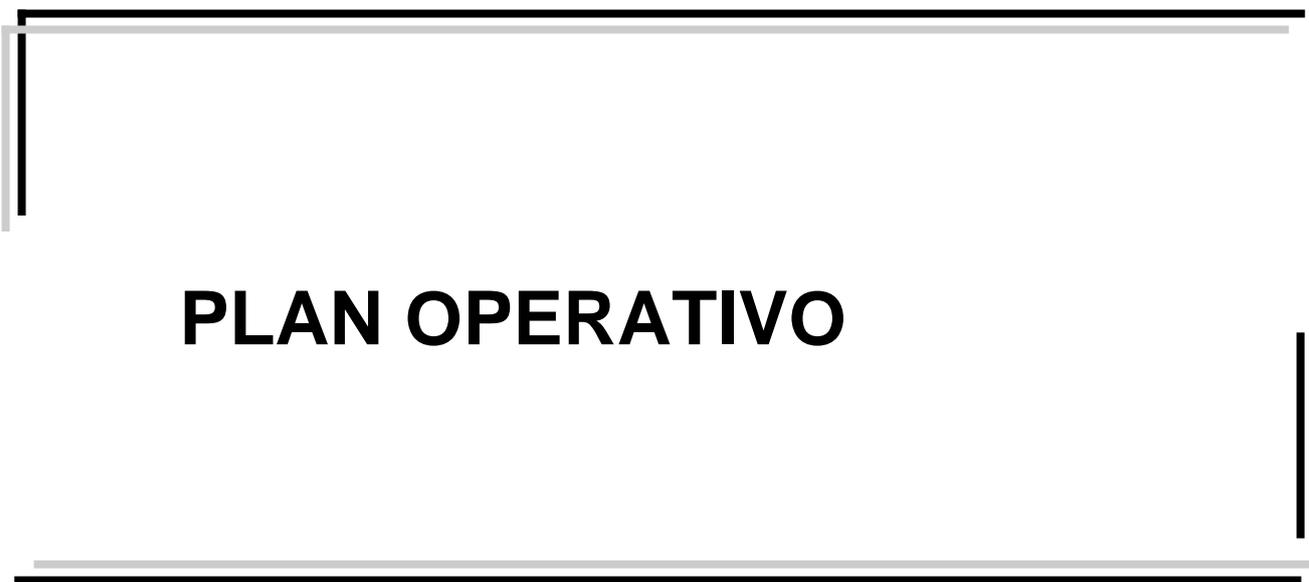


5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 15 Presupuesto

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Manejo de pagina web					2.000,00
GASTOS DE VENTAS					2.000,00

CAPÍTULO 6



PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo constara de las siguientes 5 fases:

1) **Recolección:** El proceso empieza cuando las llantas llegan desde los diferentes puntos de recolección hasta la planta de procesamiento, donde éstas son almacenadas en un espacio destinado para el almacenaje del mismo, este tiene que ser debidamente techado para así lograr evitar que los neumáticos estén en contacto con los diferentes factores climáticos. Con la finalidad de reducir la posibilidad de oxidación del metal en las llantas radiales, y de igual manera evitar que el material de lona de las llantas convencionales se deteriore debido al mal clima como lluvias o sol.

2) **Limpieza:** Lo que se quiere lograr en esta paso es limpiar las llantas en su totalidad .Se lo realiza con agua a presión, ya que las llantas al llegar a la planta están llenas de suciedad, por lo tanto el objetivo al limpiarlas es quitarles la mayor cantidad de impurezas y suciedad que pueda tener, por lo que puede llegar a afectar al proceso en las siguientes etapas, una vez limpio todo el material, se procede a secar por medio de filtros de aire de alta presión. Una vez que los

neumáticos se encuentren limpios y secos, pueden pasar a la siguiente etapa del proceso productivo.

3) Corte: En la etapa de corte se busca reducir el tamaño del neumático en pedazos de 300 mm de sección. Esto se logra mediante un molino de cuchillas el cual corta a los neumáticos y al caucho en pedazos de un tamaño conveniente para el proceso. Ya que al tener pedazos pequeños ganamos mucho en lo que a la transportación de estos se refiere, pero la verdadera causa para cortar el material es que al tener pedazos de un tamaño reducido ahorramos tiempo y por sobre todo tenemos un gasto mucho menor. Después de haber pasado por el proceso de limpieza y corte se coloca todo el resultado sobre una banda transportadora la cual se encarga de llevar las partes de llanta y caucho a la etapa siguiente.

4) Trituración: Es la reducción volumétrica de la llanta entera a trozos más pequeños, esta operación está compuesta por dos fases: la trituración primaria y la trituración secundaria.

Granulación primaria: es la reducción volumétrica de los trozos de llantas (provenientes de las fases de trituración).

Granulación secundaria (refinar el grano): para obtener un grano aún más fino y seleccionar los granos en base a su tamaño.

5) Separación: En esta etapa todo el material que sale del molino de martillos tiene que ser separado ya que la llanta no está solo constituida por caucho sino que también entran en juego otros materiales como el alambre de acero en el caso de las llantas radiales y la lona en el caso de las llantas diagonales (convencionales).

Para lograr una separación del caucho y del alambre se pasa todo el material que se encuentra en la banda transportadora por una sección de la misma que se encuentra cubierta con electroimanes, los mismos que se encargan de retener todo el material metálico por medio de su principal propiedad que es el magnetismo. El cual retiene todas las partículas de metal permitiendo el paso a la siguiente etapa solo al de caucho y lona, con el fin de separar el resto de materiales restantes.

Todo el sobrante se pasa por diversos tamices los mismos que se encargan de separar el caucho de la lona y así mismo darnos diferentes tamaños de grano de caucho según sea necesaria su aplicación en el mercado. Una vez que hemos logrado separar todos los materiales que están dispuestos en una llanta. Se procede a empacar los diversos materiales que obtuvimos de todos los procedimientos anteriores.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

Obra civil: la empresa tendrá un área de 4200 m² con costo de alquiler de \$3200 mensuales, ubicada en Vía Daule pasando las bodegas de Parque California.

A continuación se detallará la lista de equipos de oficina y muebles que utilizará la empresa:

Tabla 16 Infraestructura

ARTICULO	CANTIDAD
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	4
ESCRITORIOS	4
SILLAS DE OFICINA	12
AIRE ACONDICIONADOS	3
IMPRESORAS	2
CAMARAS VARIAS	1
ARCHIVADORES	3
CONTROLADOR DE VOLTAJE	3

En lo que respecta al equipo de producción para la elaboración del producto son:

Tabla 17 Infraestructura II

ARTICULO	CANTIDAD
LAVADORA A PRESION	2
BOMBAS DE SECADO	2
DESTALONADORA	1
TRITURADORA PRIMARIA	1
TRITURADORA SECUNDARIA	1
GRANULADORA	1
EMPACADORA	2

Elaborado por: Renzo Wong

Maquinaria de lavado: para el lavado requerimos una bomba de agua a presión profesional.

CARACTERISTICAS:

- Motor trifásico 15 HP
- 120 PSI de presión.
 - Capacidad para dos pistolas al mismo tiempo.
 - Caudal de 20 Gal/min.
 - Alta resistencia a residuos en el agua.
 - Resistente a la entrada de aire

Destalonadora.-Esta máquina se utiliza para extraer el anillo de alambres de acero que se encuentra en el interior (en el talón) de la llanta de camión. Cada llanta cuenta con dos anillos, los cuales si no son extraídos, pueden comprometer seriamente la eficiencia de las fases sucesivas de la línea, debido a la dureza de los alambres de acero.

Trituradora (primaria).-Esta máquina se encarga de la primera trituración de la llanta, Por lo general este tipo de máquinas cuentan con transmisión hidráulica y con mínimo dos ejes (rotores) en los cuales se encuentran las cuchillas de corte. Las cuchillas de este molino están fabricadas en acero D-2 y tratadas térmicamente, lo cual garantiza una alta resistencia al impacto y una larga duración de los filos de corte, así mismo estas tienen un recubrimiento de tungsteno, que previene el desgaste al contacto con elementos abrasivos , como en este caso sería el alambre de las llantas radiales. El resultado dicha operación son grandes trozos de llantas de tamaño no uniforme. El objetivo de este proceso es simplemente el de trocear el neumático entero y así prepararlo para la fase sucesiva.

Trituradora (secundaria).-La trituración secundaria la realiza otra máquina trituradora la cual reduce los trozos de llantas provenientes de la primera fase, en pedazos aún más pequeños, motivo por el cual este tipo de

máquina debe contar con una parrilla o red metálica para la calibración del tamaño del material en la salida.

Granulador primario.-El granulador o molino granulador es la máquina que se encarga de “granular” los pedazos de llantas provenientes del triturador secundario, la dimensión de los granos que se logra obtener con el granulador es de 16mm.

6.1.3. Mano de Obra

La mano de obra hace referencia al área de producción conformada de la siguiente manera:

Tabla 18 Mano de Obra

MANO DE OBRA
GERENTE DE PRODUCCION. ING QUIMICO
5 OPERADORES DE PLANTA

6.1.4. Capacidad Instalada

A continuación se detallaran todo lo que comprometen las funciones de cada una de las maquinarias y las capacidades instaladas que puede elaborar en una jornada diaria de 8 horas.

RTE sistema de reciclaje de neumáticos está diseñado para el reciclaje de neumáticos EOL desde múltiples fuentes, tales como automóviles, vehículos comerciales, camiones, etc. OTR El proceso de reciclado incluye la trituración y separación de alambre / fibra para producir gránulos de caucho puro y muele.

El diseño modular inteligente permite agregar y deducir en los enlaces de reciclaje, por lo tanto aumentar la flexibilidad en la alteración de la capacidad y el tipo de neumáticos.

Tabla 19 Capacidad Instalada

MAQUINARIA	CAPACIDAD POR HORA	JORNADA 8 HORAS
Lavadora automatica deluxe	40 Neumaticos	320 Neumaticos
Secadora de aire	40 Neumaticos	320 Neumaticos
Destalonadora	80 Neumaticos	640 Neumaticos
Trituradora Primaria	250 Kg hora	2 Toneladas
Trituradora Secundaria	250 Kg hora	2 Toneladas
Cintas Transportadoras	Regulable a produccion	Regulable a produccion
Granuladora	80 Neumaticos	640 Neumaticos
Carro transportadores neumaticos	-	-
Plataforma Almacenamiento	-	-
Embaladora de sacos	20 Quintales	160 Quintales
Balanza	-	-

Ilustración 16 LAVADORA AUTOMATICA DELUXE



Ilustración 17Secadora de aire



Ilustración 18DESTALONADORA



Ilustración 19 TRITURADORA PRIMARIA ECO PLANTAS DE TDF



Producto de entrada	llantas de camioneta hasta llantas de bicicleta
Tamaño de producto de entrada	Llantas de diametro hasta 1170mm (46")
Tamaño de producto de salida	50 mm – 100 mm
Capacidad	Hasta 2 toneladas por hora
Total Kw (@60 Hz)	85 – 121 KW
Uso estimado de la energía	51 – 73 KW/H

Ilustración 20 TRITURADORA SECUNDARIA



Producto de entrada	Autos y Camiones Pequeño Neumáticos
Tamaño de producto de entrada	Llantas de diametro hasta 1200 mm (46")
Tamaño de producto de salida	16 – 40 mm (0.625" – 1.6")
Capacidad	Hasta 1 toneladas por hora
Total Kw (@60 Hz)	251 – 289 KW (336 – 387 HP)
Uso estimado de la energía	151 – 173 KW/H

Ilustración 21 Destanadora en sistema de reciclaje



Ilustración 22 TRITURADORA PRIMARIA EN SISTEMA DE RECICLAJE



Tabla 20Cinta Transportadora



Ilustración 23 Granuladora



Ilustración 24 Carro de Transporte de Neumáticos



Ilustración 25 Plataforma de Almacenamiento

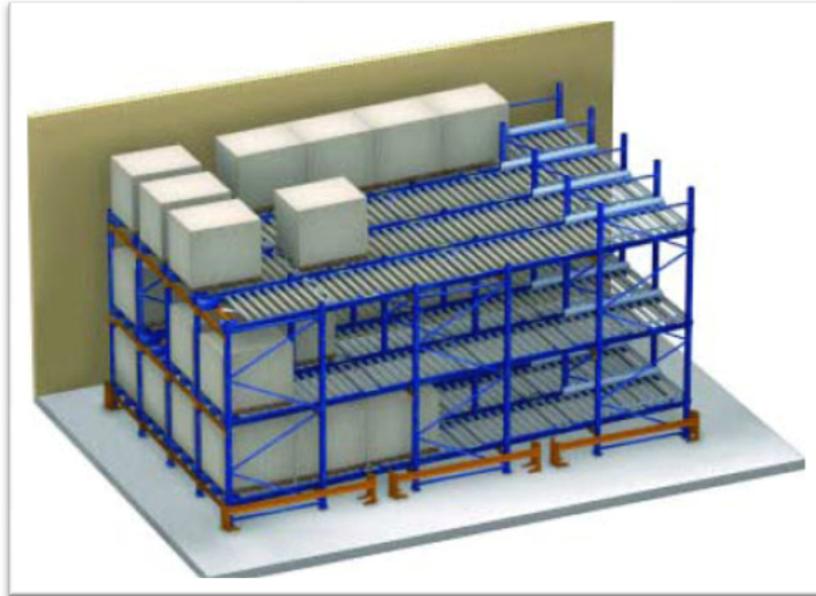


Ilustración 26 Embaladora de Sacos Industrial

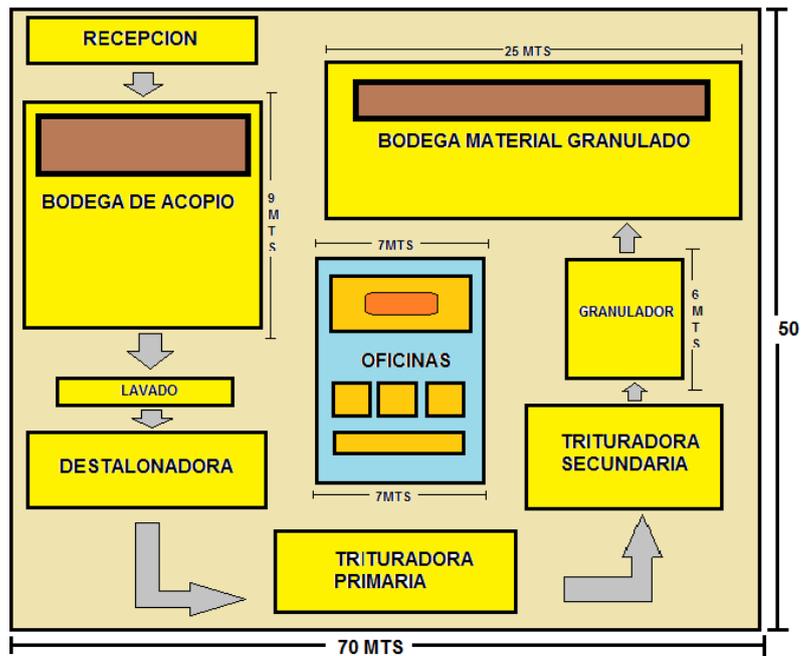


Ilustración 27 Balanza Industrial



6.1.5. Flujogramas de Procesos

Ilustración 28Flujograma



6.1.6. Presupuesto

Tabla 21 Presupuesto

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MAQUINARIAS						
3	Lavadora automática deluxe	8.800,00	26.400,00	10	10%	2.640,00
3	Secadora de aire	6.500,00	19.500,00	10	10%	1.950,00
1	Destalonadora	48.000,00	48.000,00	10	10%	4.800,00
1	Trituradora Primaria	55.000,00	55.000,00	10	10%	5.500,00
1	Trituradora Secundaria	82.000,00	82.000,00	10	10%	8.200,00
4	Cintas Transportadoras	11.500,00	46.000,00	10	10%	4.600,00
1	Granuladora	45.000,00	45.000,00	10	10%	4.500,00
4	Carro transportadores neumáticos	600,00	2.400,00	10	10%	240,00
20	Plataforma Almacenamiento	950,00	19.000,00	10	10%	1.900,00
2	Embaladora de sacos	1.400,00	2.800,00	10	10%	280,00
1	Balanza	1.158,00	1.158,00	10	10%	115,80
VEHICULOS						
2	Camiones 4 Toneladas	22.000,00	44.000,00	5	20%	8.800,00
INFRAESTRUCTURA						
1	Adecuaciones de planta	68.000,00	68.000,00	10	10%	6.800,00
MUEBLES DE OFICINA						
4	Escritorio	300,00	1.200,00	10	10%	120,00
3	Archivadores	450,00	1.350,00	10	10%	135,00
12	Sillas comunes	55,00	660,00	10	10%	66,00
1	Mesa de conferencia	580,00	580,00	10	10%	58,00
6	Sillas ejecutivas	15,00	90,00	10	10%	9,00
EQUIPOS DE OFICINA						
3	Aire acondicionado	550,00	1.650,00	10	10%	165,00
4	Teléfono	30,00	120,00	10	10%	12,00
1	Dispensador de agua	135,00	135,00	10	10%	13,50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
4	Computador	380,00	1.520,00	3	33%	506,67
3	Controlador de voltaje	110,00	330,00	3	33%	110,00
1	Router	58,00	58,00	3	33%	19,33
2	Impresora Epson	250,00	500,00	3	33%	166,67
1	Sistemas de Seguridad	1.600,00	1.600,00	3	33%	533,33
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 469.051,00			\$ 52.240,30

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

La empresa aplicará un plan de gestión de calidad con la finalidad que demuestre los altos estándares de calidad de la materia prima basado en la norma INEN 2633 con el parámetro DISPOSICIÓN DE DESECHOS PLÁSTICOS POSTINDUSTRIALES (Normas INEN, 2012).

- Obtención de licencia ambiental.
- Manejo de la maquinaria y procesos de implementación necesarios para evitar la variabilidad del producto.
- Especificar normas de inspección de calidad dentro de los procesos de producción y despacho del producto.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

La continua mejora en la calidad de los productos se basa en ofrecer al mercado materia prima de calidad y competitividad con beneficios optimos para la empresa que se detallan a continuación:

- Mejorar la imagen del producto reciclado por ser el producto principal de la empresa.
- Incrementar los niveles de satisfacción de los clientes, debido a la mejora en la pureza del mismo.
- Mejorar la productividad de los trabajadores en la empresa.
- Incrementar la aceptación de productos reciclados, demostrando que están al mismo nivel que uno producido.

6.2.3. Políticas de calidad

Se enfocan en la constante mejora de la eficiencia de los procesos productivos de la empresa, se entre las principales tenemos:

- Personal: Uso correcto y obligatorio de utensilios y normas de seguridad en el trabajador.

- Maquinaria: Mantenimiento y controles estrictos con la finalidad de no dañar las máquinas y no sufrir una paralización en la producción.
- Materia Prima: Mantener la calidad exigida por nuestros clientes.
- Logística: Mantener los tiempos de procesos de cada uno de los pasos para la elaboración del mismo.

6.2.4. Procesos de control de calidad

El control de calidad empezara con la correcta selección de neumáticos en las bodegas de acopio, luego se separaran en grupos de calidades debidamente seleccionados según los lotes necesarios, posteriormente ya estarán aptos para la trituración y almacenaje dentro de bodegas debidamente adaptadas a las condiciones climáticas exigidas.

6.2.5. Certificaciones y Licencias.

La empresa como compromiso con los clientes tiene la necesidad de poseer la certificación y el sello INEN por cada lote producido, DISPOSICIÓN DE DESECHOS PLÁSTICOS POSTINDUSTRIALES (Normas INEN, 2012) que el producto cumple con todos requerimientos y estándares de calidad solicitados por los clientes.

6.2.6. Presupuesto

(INEN 2633) DISPOSICIÓN DE DESECHOS PLÁSTICOS POSTINDUSTRIALES (Normas INEN, 2012).¹

¹Los valores descritos en este punto se encuentran especificados en la Inversión Inicial, para la obtención de la licencia ambiental será necesaria la contratación de ingeniero ambiental certificado, los costos incluyen la auditoria por 1 año y la obtención del INEN 2582 para luego ser registrado en el Mipro.

Tabla 22 Presupuesto Permisos

PERMISOS	DESCRIPCION	DURACION	PRECIO
INEN	DISPOSICIÓN DE DESECHOS PLÁSTICOS POSTINDUSTRIALES	12 MESES	3300,00
AMBIENTAL	PERMISO DE APROVECHAMIENTO Y/O RECICLAJE DE DESECHOS ESPECIAMES	12 MESES	1500,00
TOTAL			4800,00

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Son los procesos que la empresa considera importante para la conservación del medio ambiente y el entorno donde va a operar la planta.

Se lo ha clasificado en 2 partes: Administrativo y Operacional.

Administrativo:

1. Se instalara aires acondicionados con bajo consumo de energía y bajo impacto ambiental.
2. Se reutilizara papel en las impresiones con la finalidad de reducir el impacto ambiental con la compra de nuevo papel.

Operacional:

- Se utilizaran focos ahorradores en toda la planta.
- Se optimizara el uso de saquillos en la bodega de acopio.

Se utilizara Plan de manejo ambiental el cual se detallara a continuación.

Plan de Manejo Ambiental Programa de prevención y reducción de la contaminación

- Programa de manejo de desechos sólidos no domésticos.
- Plan de contingencias.
- Programa de monitoreo ambiental, con énfasis en los ámbitos de afectación directa de proyecto.
- Programa de comunicación, capacitación y educación.
- Programa de relaciones comunitarias, en caso de denuncias o uso de suelo prohibido.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios de las acciones proactivas de la empresa son los siguientes:

- Crear conciencia a las empresas del daño que puede causar la implementación de sustancias químicas en la extracción de un producto.
- Uso correcto y responsable de cada uno de los recursos de la empresa.
- Incrementar la imagen corporativa frente a otras empresas recicladoras mostrándola como una empresa sólida y comprometida con el medio ambiente.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Los programas de protección ambiental que implementará la empresa serán las siguientes:

- Mantener el área de acopio completamente limpia.
- Colocar contenedores de residuos clasificados según el código de colores.
- Minimizar el uso del agua en los procesos de lavado.
- Usar correcto y responsable los suministros de oficina.

6.3.4. Procesos de control de calidad

El proceso de control de calidad lo supervisara el Jefe de Operaciones constantemente cumpliendo con cada uno de los parámetros exigidos.

- Inspeccionar el uso correcto y adecuado de los químicos al ser usados para la obtención de materia prima.
- Controlar el correcto almacenamiento de productos químicos.
- Realizar muestreos de limpieza de suelo, con la finalidad de no tener productos tóxicos en los pisos de la fábrica.
- Controlar el uso de energía de las maquinas, con la finalidad de que las maquinas que no estén produciendo en el momento no estén encendidas.

6.3.5. Logística Verde

La logística verde intenta buscar solución a los problemas que causan los procesos logísticos al medio ambiente.

En la empresa se implementaran porta pallets manuales con la finalidad de reducir el impacto ambiental por el uso de porta pallets a gasolina.

6.3.6. Certificaciones y Licencias

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

6.3.7. Presupuesto

Las certificaciones cuestan USD 50. En caso de renovación, se debe realizar un depósito en la cuenta correspondiente en el Banco de Fomento de USD 1000, por el costo de operaciones del último año. Si son actividades industriales pequeñas o medianas el costo es de USD 500. También se debe pagar por las inspecciones del MAE, 80 diarios por cada técnico.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

El proceso de planeación de la responsabilidad social de la empresa deberá ser elaborado para diagnosticar la importancia que tiene la inclusión de nuevas

Materias primas en este caso recicladas que podrán ser utilizadas en la elaboración de productos a base de caucho logrando que los precios no suban y se pueda mantener un alto nivel de calidad y rentabilidad en los productos.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

La empresa pretende realizar acciones de responsabilidad social que dará como resultado:

- Mejorar confianza y fidelidad del cliente al usar los productos.
- Generar confianza con cada uno de los integrantes de la cadena de valor.
- Establecer una buena imagen de la empresa a los productores.

6.4.3. Políticas de protección social

La empresa considerando la importancia de la responsabilidad social, realizará las siguientes políticas de protección social:

- Fomentar la imagen corporativa de la empresa proyectando una imagen de responsabilidad social compartida desde el productor, al cliente.
- Fomentar el reciclaje de nuevas opciones para el mercado no solo en los neumáticos sino en cualquier ámbito que sea necesario.
- Establecer una buena relación con los clientes evitando la venta productos de baja calidad y poco cuidado.
- Prevención de riesgos para con los empleados.

- Presentación responsable y transparente del producto en beneficio de la salud y seguridad del cliente.

6.4.4. Certificaciones y Licencias

Licencia Ambiental No. 280 emitida por el Ministerio del Ambiente.

ISO en Gestión Ambiental 14001:2004 .

ISO en Gestión de Calidad 9001:2008 .

Registro de Generadores de Desechos Peligrosos No. 01-12-DPG-115 emitido por el Ministerio del Ambiente.

Licencia Ambiental No. DMA-LA-2008-018 emitido por la M. I. Municipalidad de Guayaquil.

Gestores Ambientales Tecnificados de Residuos No. 037-GRT emitido por el Distrito Metropolitano del Municipio de Quito.

Certificado Ambiental Registro No. 0441-R-AZVT.

Reconocimiento ambiental Punto Verde.

6.4.5. Presupuesto

La empresa presupuestará el rubro de \$5000 enfocado a la capacitación de los empleados en lo que respecta a mejoras continuas de procesos de producción.

6.5. BalancedScorecard& Mapa Estratégico

La empresa para poder medir el logro de sus metas empleará un BalancedScorecard, porque asegura que los objetivos se cumplan en base a las perspectivas financieras, clientes, procesos internos y conocimiento.

Tabla 23BalancedScorecard

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	INDICADORES	META	INICIATIVA	RESPONSABLES
FINANCIERO	Creer anualmente en ventas.	Porcentaje de ventas proyectados	8%	Vender al cliente lo que se ofrece	Administración en general
CLIENTES	Aumentar y crear fidelidad en la cartera de clientes	Cantidad y frecuencia de consumo	7%	Crear incentivos y promociones para el consumo del producto	Administración en general
PROCESOS INTERNOS	Reducción de costos anualmente	Estado de resultado	1%	Ahorro de energía y consumo	Gerente general
APRENDIZAJE	Personal capacitado	Asistencia a capacitaciones	100%	Capacitar al personal de la empresa en sus distintas áreas	Gerente general

Ilustración 29 Mapa Estratégico



1.1. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

La empresa MWO High QualityRubbersa no va a exportar su producto.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONOMICO	-
FINANCIERO	-
TRIBUTARIO	

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

Tabla 24 Inversión Inicial

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	469.051,00
Inversión en Capital de Trabajo	96.578,18
Inversion Diferida	32.550,00
Inversion en Inventarios	11.072,00
Total Inversion Inicial	609.251,18

La inversión inicial para el funcionamiento de MWO HighQualityRubber es de \$ 609.251,18

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

La inversión fija de la empresa MWO HighQualityRubber son todos los activos fijos de la empresa detallados a continuación:

Tabla 25 Inversión Fija

ACTIVOS FIJOS DE LA EMPRESA			
MAQUINARIAS			
3	Lavadora automatica deluxe	8.800,00	26.400,00
3	Secadora de aire	6.500,00	19.500,00
1	Destalonadora	48.000,00	48.000,00
1	Trituradora Primaria	55.000,00	55.000,00
1	Trituradora Secundaria	82.000,00	82.000,00
4	Cintas Transportadoras	11.500,00	46.000,00
1	Granuladora	45.000,00	45.000,00
4	Carro transportadores neumaticos	600,00	2.400,00
20	Plataforma Almacenamiento	950,00	19.000,00
2	Embaladora de sacos	1.400,00	2.800,00
1	Balanza	1.158,00	1.158,00
VEHICULOS			
2	Camiones 4 Toneladas	22.000,00	44.000,00
INFRAESTRUCTURA			
1	Adecuaciones de planta	68.000,00	68.000,00
MUEBLES DE OFICINA			
4	Escritorio	300,00	1.200,00
3	Archivadores	450,00	1.350,00
12	Sillas comunes	55,00	660,00
1	Mesa de conferencia	580,00	580,00
6	Sillas ejecutivas	15,00	90,00
EQUIPOS DE OFICINA			
3	Aire acondicionado	550,00	1.650,00
4	Telefono	30,00	120,00
1	Dispensador de agua	135,00	135,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
4	Computador	380,00	1.520,00
3	Controlador de voltaje	110,00	330,00
1	Router	58,00	58,00
2	Impresora epon	250,00	500,00
1	Sistemas de Seguridad	1.600,00	1.600,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 469.051,00

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida de la empresa MWO High QualityRubber son todos los gastos diferidos detallados a continuación:

Tabla 26 Gastos Diferidos

GASTOS DIFERIDOS			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Depósito de Alquiler	3000	2	6000
Infraestructura de bomberos	500	1	500
Permiso de Bomberos	450	1	450
Gastos varios	800	1	800
GASTOS DE MARKETING			
Pagina Web	2000	1	2000
Registro de Marca	600	1	600
SEGUROS			
Seguro contra robos	9200	1	9200
Seguro contra incendios	8000	1	8000
Seguros daños a terceros	5000	1	5000
TOTAL			\$ 32.550,00

7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente de la empresa MWO High QualityRubber es el capital de trabajo de la empresa que en nuestro caso son dos meses del mismo detallados a continuación:

Tabla 27 Inversión Corriente

Meses a empezar (antes de producir o vender)	Inversión en Capital de Trabajo		
2	Valor Mensual Costos Fijos	15.136,67	30.273,33
2	Valor Mensual Costos Variables	33.152,42	66.304,84
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL			\$ 96.578,18

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

En las fuentes de financiamiento del proyecto tenemos \$ **\$ 609.251,18** dividido en 30% **\$ 182.775,35** de capital propio y un 70% **\$ 426.475,82** de préstamo bancario con una tasa anual del 9.33% de la CFN, a continuación procederemos a detallar el financiamiento.

Tabla 28 Fuentes de Financiamiento

CAPITAL (CFN)	\$ 426.475,82		
TASA DE INTERÉS CFN	9,33%	ANUAL	9,33%
NÚMERO DE PAGOS	10	SEMESTRAL	4,67%
FECHA DE INICIO	1-ene-17		
CUOTA SEMESTRAL	\$ 54.335,64		
INTERESES DEL PRÉSTAMO			

7.1.2.2. Tabla de Amortización

En lo que respecta a la tabla de amortización del proyecto tenemos pagos semestrales de \$ 55.075,61, se financiara el proyecto a un plazo de 5 años.

Tabla 29 Amortización

Año	Pago	Capital	Amortización	Interés	Dividendos
0	0	\$ 426.475,82	-		-
1	1	\$ 392.035,28	\$ 34.440,55	\$ 19.895,10	\$ 54.335,64
	2	\$ 355.988,08	\$ 36.047,20	\$ 18.288,45	\$ 54.335,64
2	3	\$ 318.259,28	\$ 37.728,80	\$ 16.606,84	\$ 54.335,64
	4	\$ 278.770,43	\$ 39.488,85	\$ 14.846,80	\$ 54.335,64
3	5	\$ 237.439,42	\$ 41.331,00	\$ 13.004,64	\$ 54.335,64
	6	\$ 194.180,33	\$ 43.259,10	\$ 11.076,55	\$ 54.335,64
4	7	\$ 148.903,20	\$ 45.277,13	\$ 9.058,51	\$ 54.335,64
	8	\$ 101.513,88	\$ 47.389,31	\$ 6.946,33	\$ 54.335,64
5	9	\$ 51.913,86	\$ 49.600,02	\$ 4.735,62	\$ 54.335,64
	10	\$ 0,00	\$ 51.913,86	\$ 2.421,78	\$ 54.335,64

7.1.3. Cronograma de Inversiones

En el cronograma de inversiones tenemos los 2 meses de capital de trabajo que necesita la empresa para su funcionamiento.

Tabla 30 Cronograma de Inversiones

Meses a empezar (antes de producir o vender)	Inversión en Capital de Trabajo		
2	Valor Mensual Costos Fijos	15.136,67	30.273,33
2	Valor Mensual Costos Variables	33.152,42	66.304,84
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL			\$ 96.578,18

7.2. Análisis de Costos

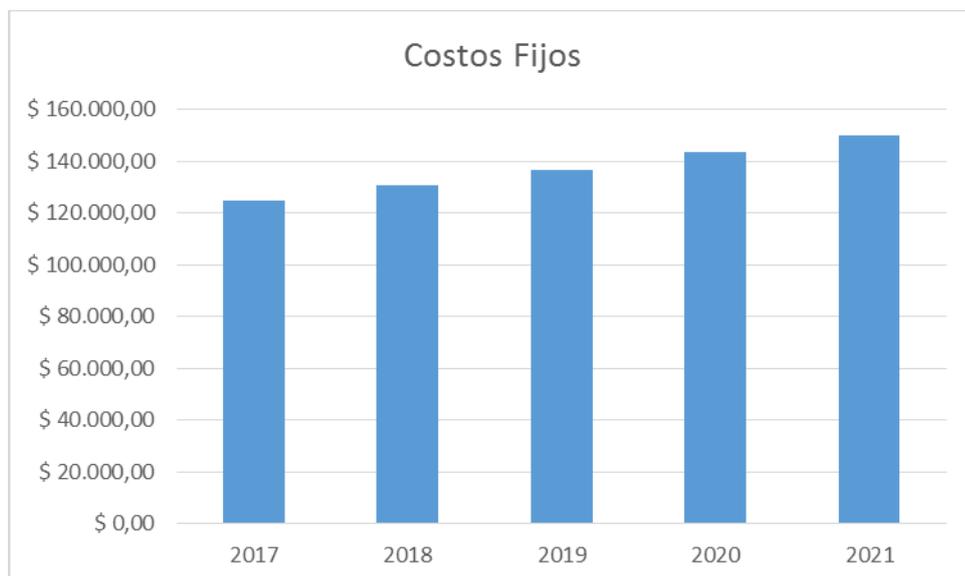
7.2.1. Costos Fijos

La empresa MWO High QualityRubber tiene por costos fijos los sueldos y salarios d administración, gastos en servicios básicos, gastos de ventas y gastos administrativos, a continuación se procederá a detallar los costos con una proyección de 5 años.

Tabla 31 Costos Fijos

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2016	2017	2018	2019	2020	Promedio Mensual Primer Año
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADM	76.293,86	80.108,55	84.113,98	88.319,68	92.735,66	6.357,82
GASTO EN SERVICIOS BASICOS	31.320,00	32.685,55	34.110,64	35.597,87	37.149,93	2.610,00
GASTOS DE VENTAS	2.000,00	2.087,20	2.178,20	2.273,17	2.372,28	166,67
GASTOS ADMINISTRATIVOS	15.000,00	15.654,00	16.336,51	17.048,79	17.792,11	1.250,00
Total Costos Fijos	124.613,86	130.535,31	136.739,34	143.239,50	150.049,99	10.384,49

Ilustración 30 Costos Fijos



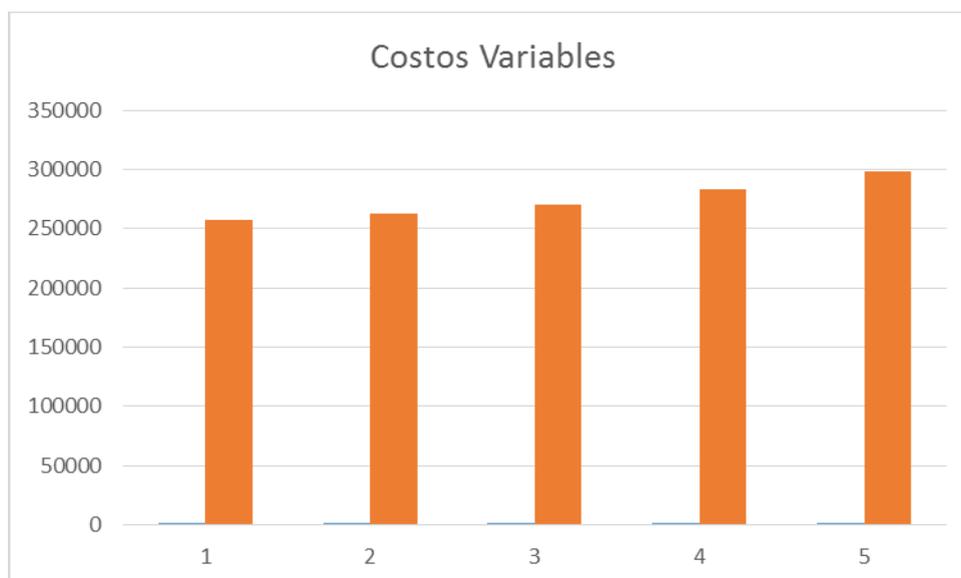
7.2.2. Costos Variables

La empresa MWO High QualityRubber tiene por costos variables los costos de materia prima de la empresa, a continuación se procederá a detallar los costos variables con una proyección a 5 años:

Tabla 32 Costos Variables

COSTO VARIABLE MATERIA PRIMA					
AÑO	2017	2018	2019	2020	2021
KILOS AÑO	656.640	669.773	683.168	696.832	710.768
TONELADAS AÑO	656,64	669,7728	683,168256	696,831621	710,768254
COSTO	315,85	328,48	341,62	355,29	369,50
TOTAL	397.829,07	423.477,90	450.780,37	479.843,08	510.779,53

Ilustración 31 Costos Variables



7.2.2.1. Costos de Producción

La empresa MWO High QualityRubber en lo que respecta a costos de producción tiene la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fábrica, a continuación se procederá detallar los costos de producción del primer año de funcionamiento.

Tabla 33 Indicadores de Producción

DETERMINACIÓN DE LOS INDICADORES DE PRODUCCIÓN			
COMPONENTES	Kilo		
	Costo Unitario	Cantidad	Total
MATERIA PRIMA	0,31585	1	\$ 0,32
MANO DE OBRA	0,071822917	1	\$ 0,07
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICA	0,218182755	1	\$ 0,22
COSTO UNITARIO TOTAL			\$ 0,61

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

En las siguientes tablas de muestras los costos de operación de la empresa el cual se divide en Gastos de ventas y Gastos de servicios básicos.

Tabla 34 Costos de Operación

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Manejo de pagina web					2.000,00
GASTOS DE VENTAS					2.000,00

Básicamente los costos de operación se resumen a la promoción de la página web.

Tabla 35 Gastos Básicos

Gastos en Servicios Básicos		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
Gastos de Alquiler	2.100,00	25.200,00
Gastos de Servicios Básicos	250,00	3.000,00
Internet	60,00	720,00
Suministros de limpieza	200,00	2.400,00
GASTO EN SERVICIOS BASICOS	2.610,00	31.320,00

Los gastos básicos van de acuerdo a la necesidad de la empresa como se detallan en el cuadro anterior.

7.3.2. Costos Administrativos

La empresa MWO High QualityRubber tiene como costos administrativos todos los gastos administrativos del año que suman \$ 15.000,00 detallados a continuación:

Tabla 36 Costos Administrativos

Gastos Administrativos		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
Gastos de Alquiler	400,00	4.800,00
Transporte	350,00	4.200,00
Suministros de papeleria	100,00	1.200,00
Permiso de desechos especiames	400,00	4.800,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.250,00	15.000,00

7.3.3. Costos de Ventas

A continuación se detalla el costo de venta de MWO High QualityRubber con una proyección a 5 años.

Tabla 37 Costos de Ventas

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	795.658,14	893.921,92	1.004.321,27	1.128.354,95	1.267.706,79
Costo de ventas	397.829,07	444.236,62	496.057,72	553.923,84	618.540,16
(=)Utilidad Bruta en Venta	397.829,07	449.685,29	508.263,56	574.431,11	649.166,62

7.3.4. Costos Financieros

A continuación se detalla los años y el monto de pago por cada año de la empresa, respecto al banco y sus intereses.

Tabla 38 Costos Financieros

Año	Pago	Capital	Amortización	Interés	Dividendos
0	0	\$ 426.475,82	-		-
1	1	\$ 392.035,28	\$ 34.440,55	\$ 19.895,10	\$ 54.335,64
	2	\$ 355.988,08	\$ 36.047,20	\$ 18.288,45	\$ 54.335,64
2	3	\$ 318.259,28	\$ 37.728,80	\$ 16.606,84	\$ 54.335,64
	4	\$ 278.770,43	\$ 39.488,85	\$ 14.846,80	\$ 54.335,64
3	5	\$ 237.439,42	\$ 41.331,00	\$ 13.004,64	\$ 54.335,64
	6	\$ 194.180,33	\$ 43.259,10	\$ 11.076,55	\$ 54.335,64
4	7	\$ 148.903,20	\$ 45.277,13	\$ 9.058,51	\$ 54.335,64
	8	\$ 101.513,88	\$ 47.389,31	\$ 6.946,33	\$ 54.335,64
5	9	\$ 51.913,86	\$ 49.600,02	\$ 4.735,62	\$ 54.335,64
	10	\$ 0,00	\$ 51.913,86	\$ 2.421,78	\$ 54.335,64

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La empresa MWO High QualityRubber para determinar el precio se enfocó en el precio de venta al público que tienen los competidores que es de \$ 1,35 a 1,45. Se ha estimado un margen de contribución del 35 % considerando una inflación del 5 % anual.

Tabla 39 Margen de Contribución

Producto	Costo Unitario Año 1	% de margen de contribución
Kilo	0,61	50%

Tabla 40 Costos Unitarios

PROYECCIÓN DE COSTOS UNITARIOS					
Costos Unitarios / Años	2015	2016	2017	2018	2019
Kilo	\$ 0,61	\$ 0,63	\$ 0,66	\$ 0,69	\$ 0,72

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.

A continuación se procederá a detallar las tablas relacionadas con los costos e ingresos en función de la proyección de ventas de la empresa MWO High QualityRubber.

Tabla 41 Proyección de Ventas

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Incremento en ventas proyectado	7%		7%		7%
	2017	2018	2019	2020	2021
Kilo	656.640	702.605	751.787	804.412	860.721
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	656.640	702.605	751.787	804.412	860.721

PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS					
Precios / Años	2017	2018	2019	2020	2021
Kilo	1,21	1,27	1,34	1,40	1,47

VENTAS DEL PRODUCTO PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	2017	2018	2019	2020	2021
Kilo	\$ 795.658,14	\$ 893.921,92	\$ 1.004.321,27	\$ 1.128.354,95	\$ 1.267.706,79
VENTAS TOTALES	\$ 795.658,14	\$ 893.921,92	\$ 1.004.321,27	\$ 1.128.354,95	\$ 1.267.706,79
PVP PROMEDIO	1,21	1,27	1,34	1,40	1,47

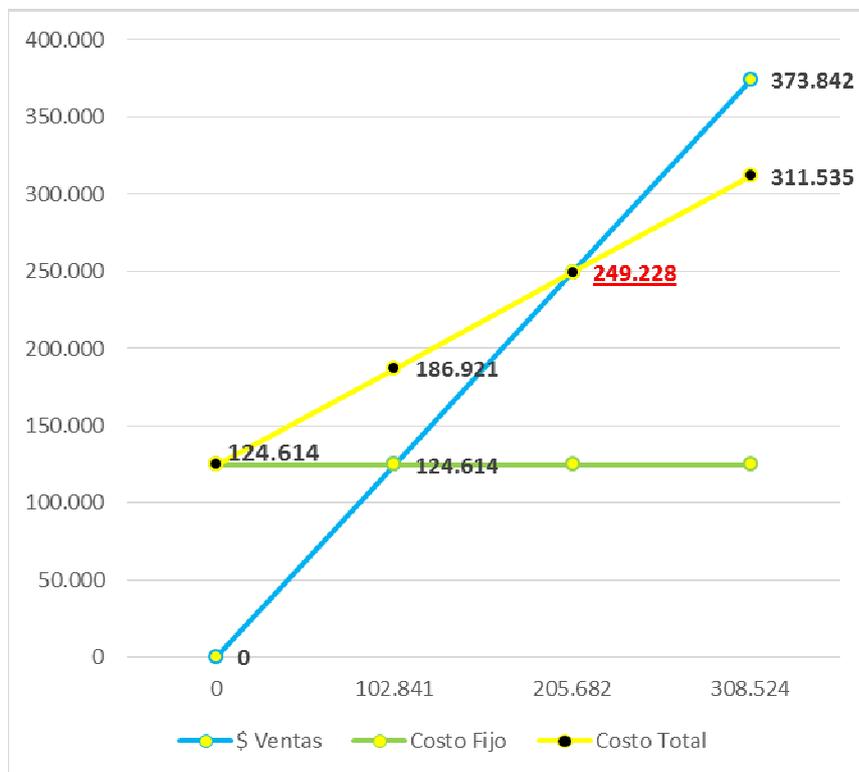
7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

La empresa MWO High QualityRubber por medio del siguiente análisis dará a conocer el volumen de ventas donde los ingresos son iguales a los costos, donde va a existir el punto de equilibrio que es de \$ 356.039,60.

Tabla 42 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Precio Venta	\$	1,21
Coste Unitario	\$	0,61
Gastos Fijos Año	\$	124.613,86
Q de Pto. Equilibrio		205.682
\$ Ventas Equilibrio	\$	249.227,72

Ilustración 32 Punto de Equilibrio



7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

La empresa MWO High QualityRubber deberá cumplir con todas sus obligaciones tributarias por medio del rol de pagos de tributos al SRI.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

La empresa MWO High QualityRubber minimizara los diferentes impuestos tributarias, ya sea por depreciaciones o también por amortizaciones en al año fiscal.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

Según lo establecido por la Ley Orgánica Tributario el impuesto a la renta es de 22% *Art 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.- Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.*(SRI, 2011)

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

El Servicio de Rentas Internas menciona lo siguiente *Art. 52.- Objeto del impuesto.- Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley. El impuesto al valor agregado es del 12%(SRI, 2011)*

1.1.1.1. Impuestos a los Consumos Especiales

Respecto a los rubros mencionados, se encuentran detallados en el capítulo 3 entorno jurídico de la empresa, y se encuentran contemplados en el literal 3.7

7.5.1.5. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

7.5.1.6. Impuestos al Comercio Exterior

No aplica para el proyecto.

7.5.1.7. Impuestos a la Salida de Divisas

No aplica para el proyecto.

7.5.1.8. Impuestos a los Vehículos Motorizados

No aplica al proyecto.

7.5.1.9. Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales)

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

La empresa MWO High QualityRubber tiene como total de activos del primer año \$ 753.802,70, un total de pasivos de \$430.831,71 y un total de patrimonio de \$ 322.970,99.

Tabla 43 Balance General

Balance General		
	Año 0	2017
Activos		
Caja/Bancos	96.578,18	227.969,67
Cuentas por cobrar		33.152,42
Inventarios		24.864,32
Activo Corriente	96.578,18	285.986,41
Activos Fijos	469.051,00	469.051,00
Dep Acumulada	0	51.706,97
Activos Fijos Netos	469.051,00	417.344,03
Gastos preoperacionales	43622,00	43622,00
Amortización acumulada		8724,40
activos diferidos		34897,60
Total de Activos	609.251,18	738.228,05
Pasivos		
Ctas por Pagar	0,00	24.864,32
Impuestos por Pagar	0,00	58.840,30
Pasivo Corriente	0,00	83.704,62
Deuda LP	426.475,82	355.988,08
Total de Pasivos	426.475,82	439.692,70
Patrimonio		
Capital Social	182.775,35	182.775,35
Utilidad del Ejercicio	0	115.760,00
Utilidades Retenidas	0	0,00
Total de Patrimonio	182.775,35	298.535,35
Pasivo más Patrimonio	609.251,18	738.228,05

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Mediante el estado de pérdidas y ganancias, la empresa MWO S.A determinará la Utilidad Disponible que obtendrá al finalizar el año, después de cancelar los costos totales, repartición a trabajadores, impuesto a la renta y gastos financieros.

A continuación se detallará la proyección a 5 años:

Tabla 44 Estado de Resultados

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	795.658,14	893.921,92	1.004.321,27	1.128.354,95	1.267.706,79
Costo de ventas	397.829,07	444.236,62	496.057,72	553.923,84	618.540,16
(=)Utilidad Bruta en Venta	397.829,07	449.685,29	508.263,56	574.431,11	649.166,62
Gastos Sueldos y Salarios	76.293,86	80.108,55	84.113,98	88.319,68	92.735,66
Gastos Servicios Basicos	31.320,00	32.685,55	34.110,64	35.597,87	37.149,93
Gastos Publicidad	2.000,00	2.087,20	2.178,20	2.273,17	2.372,28
Gastos Varios	15.000,00	15.654,00	16.336,51	17.048,79	17.792,11
Gastos de Depreciación	51.706,97	51.706,97	51.706,97	50.904,30	50.904,30
Gastos de Amortización	8.724,40	8.724,40	8.724,40	8.724,40	8.724,40
(=)Utilidad Operativa	212.783,84	258.718,62	311.092,85	371.562,91	439.487,93
Gastos Financieros	38.183,54	31.453,64	24.081,19	16.004,85	7.157,40
(=)Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	174.600,30	227.264,98	287.011,66	355.558,06	432.330,53
Repartición Trabajadores	26.190,04	34.089,75	43.051,75	53.333,71	64.849,58
Utilidad antes Imptos Renta	148.410,25	193.175,23	243.959,91	302.224,35	367.480,95
Impuesto a la Renta	32.650,26	42.498,55	53.671,18	66.489,36	80.845,81
(=)Utilidad Disponible	115.760,00	150.676,68	190.288,73	235.734,99	286.635,14

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

En el flujo de caja se puede observar el movimiento de efectivo de la empresa MWO S.A.

A continuación se detallará el flujo de caja proyectado de la empresa a 5 años :

Tabla 45 Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo					
	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad antes Imptos Renta	174.600,30	227.264,98	287.011,66	355.558,06	432.330,53
(+) Gastos de Depreciación	51.706,97	51.706,97	51.706,97	50.904,30	50.904,30
(+) Gastos de amortización	8.724,40	8.724,40	8.724,40	8.724,40	8.724,40
(-) Inversiones en Activos	0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda					
(-) Pagos de Impuestos	0,00	58.840,30	76.588,30	96.722,93	119.823,07
Variacion Cuentas x Cobrar	33.152,42	4.094,32	4.599,97	5.168,07	5.806,33
Flujo Anual	201.879,24	224.761,72	266.254,76	313.295,76	366.329,83
Flujo Acumulado	201.879,24	426.640,97	692.895,72	1.006.191,48	1.372.521,32
Pay Back del flujo	-407.371,94	-182.610,21	83.644,54	396.940,30	763.270,14

7.6.2.1.1. Indicadores de Renta

7.6.2.1.2. Análisis de Sensibilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.2.1. TMAR

La empresa MWO High QualityRubber tendrá una tasa mínima aceptable requerida es del \$ 12,07.

La TMAR o TASA MINIMA ACEPTADA DE RETORNO de la empresa Cortland S.A se la calculó mediante el modelo de valoración CAPM utilizando las siguientes variables:

Tabla 46 TMAR

% Capital propio	CP	30%
% Deuda Terceros	D	70%
Costo de Oportunidad (Riesgo del Proyecto)	COP	25,81%
Tasa de interés	i	9,33%
Tasa Impositiva	ti	33,70%
Tasa Minima Aceptable de Rendimiento	TMAR	12,07%

7.6.2.1.2.2. VAN

El Valor Actual Neto que el proyecto estima es de 218.058.

Tabla 47 VAN

VAN	344.746
------------	----------------

7.6.2.1.2.3. TIR

La tasa interna de retorno da a conocer el máximo rendimiento que el proyecto puede dar como resultado dentro de los periodos establecidos, la TIR del proyecto es de 24,83 %.

Tabla 48 TIR

La TIR o TASA INTERNA DE RETORNO del proyecto es de 30,66%, lo cual muestra que el proyecto es rentable ya que este valor es superior a la TMAR, la cual como ya se indicó en puntos anteriores es de 12,07%.

TIR	30,66%
------------	---------------

7.6.2.1.2.4. PAYBACK

En lo que respecta al PAYBACK de la empresa MWO High QualityRubber el retorno de dinero empezara a partir del mes 33.

Tabla 49 PAYBACK

PAYBACK	33	MESES			
MESES	0	-609.251			
1	1	16.823	16.823	-609.251	-592.428
2	2	16.823	33.647	-609.251	-575.605
3	3	16.823	50.470	-609.251	-558.781
4	4	16.823	67.293	-609.251	-541.958
5	5	16.823	84.116	-609.251	-525.135
6	6	16.823	100.940	-609.251	-508.312
7	7	16.823	117.763	-609.251	-491.488
8	8	16.823	134.586	-609.251	-474.665
9	9	16.823	151.409	-609.251	-457.842
10	10	16.823	168.233	-609.251	-441.018
11	11	16.823	185.056	-609.251	-424.195
12	12	16.823	201.879	-609.251	-407.372
13	1	18.730	220.609	-609.251	-388.642
14	2	18.730	239.340	-609.251	-369.912
15	3	18.730	258.070	-609.251	-351.182
16	4	18.730	276.800	-609.251	-332.451
17	5	18.730	295.530	-609.251	-313.721
18	6	18.730	314.260	-609.251	-294.991
19	7	18.730	332.990	-609.251	-276.261
20	8	18.730	351.720	-609.251	-257.531
21	9	18.730	370.451	-609.251	-238.801
22	10	18.730	389.181	-609.251	-220.070
23	11	18.730	407.911	-609.251	-201.340
24	12	18.730	426.641	-609.251	-182.610
25	1	22.188	448.829	-609.251	-160.422
26	2	22.188	471.017	-609.251	-138.234
27	3	22.188	493.205	-609.251	-116.047
28	4	22.188	515.393	-609.251	-93.859
29	5	22.188	537.580	-609.251	-71.671
30	6	22.188	559.768	-609.251	-49.483
31	7	22.188	581.956	-609.251	-27.295
32	8	22.188	604.144	-609.251	-5.107
33	9	22.188	626.332	-609.251	17080,86
34	10	22.188	648.520	-609.251	39268,75
35	11	22.188	670.708	-609.251	61456,65
36	12	22.188	692.896	-609.251	83644,54
37	1	26.108	719.004	-609.251	109752,52
38	2	26.108	745.112	-609.251	135860,50
39	3	26.108	771.220	-609.251	161968,48
40	4	26.108	797.328	-609.251	188076,46
41	5	26.108	823.436	-609.251	214184,44
42	6	26.108	849.544	-609.251	240292,42
43	7	26.108	875.652	-609.251	266400,40
44	8	26.108	901.760	-609.251	292508,38
45	9	26.108	927.868	-609.251	318616,36
46	10	26.108	953.976	-609.251	344724,34
47	11	26.108	980.084	-609.251	370832,32
48	12	26.108	1.006.191	-609.251	396940,30
49	1	30.527	1.036.719	-609.251	427467,79
50	2	30.527	1.067.246	-609.251	457995,28
51	3	30.527	1.097.774	-609.251	488522,76
52	4	30.527	1.128.301	-609.251	519050,25
53	5	30.527	1.158.829	-609.251	549577,73
54	6	30.527	1.189.356	-609.251	580105,22
55	7	30.527	1.219.884	-609.251	610632,71
56	8	30.527	1.250.411	-609.251	641160,19
57	9	30.527	1.280.939	-609.251	671687,68
58	10	30.527	1.311.466	-609.251	702215,17
59	11	30.527	1.341.994	-609.251	732742,65
60	12	30.527	1.372.521	-609.251	763270,14

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

7.7.1. Productividad

7.7.2. Precio Mercado Local

En lo que respecta al precio del mercado local está por \$ 1,65 – \$ 1,70 cada kilo de caucho.

7.7.3. Precio Mercado Externo

En lo que respecta al mercado internacional se encuentra en 1,10

7.7.4. Costo de Materia Prima

Tabla 50 Costos de Materia Prima

COSTO VARIABLE MATERIA PRIMA					
AÑO	2017	2018	2019	2020	2021
KILOS AÑO	656.640	669.773	683.168	696.832	710.768
TONELADAS AÑO	656,64	669,7728	683,168256	696,831621	710,768254
COSTO	315,85	328,48	341,62	355,29	369,50
TOTAL	397.829,07	423.477,90	450.780,37	479.843,08	510.779,53

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

No aplica al proyecto.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

Tabla 51 Costos de Suministros

Gastos en Servicios Básicos		
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año
Gastos de Alquiler	2.100,00	25.200,00
Gastos de Servicios Básicos	250,00	3.000,00
Internet	60,00	720,00
Suministros de limpieza	200,00	2.400,00
GASTO EN SERVICIOS BASICOS	2.610,00	31.320,00

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

A continuación por medio del siguiente cuadro se redactara los costos de mano de obra directa de la empresa MWO High QualityRubber.

Tabla 52 Costo de Mano de Obra Directa

Costos Indirectos de Fabricación				
		Mensual	Ton	Costo Unit
MO Directa		4137	57.600	0,071822917

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

A continuación por medio del siguiente cuadro se redactara los costos de mano de obra indirecta de la empresa MWO High QualityRubber.

Tabla 53 Costos de Fabricación

Costos Indirectos de Fabricación				
		Mensual	Dia	Unitario
Mo Indirecta		3067,326667	57.600	0,053252199
Energia electrica		7000	57.600	0,121527778
Transporte		2500	57.600	0,043402778

7.7.9. Gastos Administrativos

La empresa MWO High QualityRubber por medio del siguiente cuadro demostrara los gastos administrativos de la empresa que son de \$ 15.000,00.

Tabla 54 Gastos Administrativos

Gastos Administrativos		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
Gastos de Alquiler	900,00	10.800,00
Transporte	150,00	1.800,00
Suministros de papeleria	100,00	1.200,00
Otros gastos	100,00	1.200,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.250,00	15.000,00

7.7.10. Gastos de Ventas

La empresa MWO High QualityRubber por medio del siguiente cuadro demostrara el presupuesto de gastos en ventas que en este caso es el manejo directo de la página web.

Tabla 55 Gastos de ventas

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
Manejo de pagina web					2.000,00
GASTOS DE VENTAS					2.000,00

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

Tabla 56 Inversión en Activos Fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MAQUINARIAS						
3	Lavadora automatica deluxe	8.800,00	26.400,00	10	10%	2.640,00
3	Secadora de aire	6.500,00	19.500,00	10	10%	1.950,00
1	Destalonadora	48.000,00	48.000,00	10	10%	4.800,00
1	Trituradora Primaria	55.000,00	55.000,00	10	10%	5.500,00
1	Trituradora Secundaria	82.000,00	82.000,00	10	10%	8.200,00
4	Cintas Transportadoras	11.500,00	46.000,00	10	10%	4.600,00
1	Granuladora	45.000,00	45.000,00	10	10%	4.500,00
4	Carro transportadores neumaticos	600,00	2.400,00	10	10%	240,00
20	Plataforma Almacenamiento	950,00	19.000,00	10	10%	1.900,00
2	Embaladora de sacos	1.400,00	2.800,00	10	10%	280,00
1	Balanza	1.158,00	1.158,00	10	10%	115,80
VEHICULOS						
2	Camiones 4 Toneladas	22.000,00	44.000,00	5	20%	8.800,00
INFRAESTRUCTURA						
1	Adecuaciones de planta	68.000,00	68.000,00	10	10%	6.800,00
MUEBLES DE OFICINA						
4	Escritorio	300,00	1.200,00	10	10%	120,00
3	Archivadores	450,00	1.350,00	10	10%	135,00
12	Sillas comunes	55,00	660,00	10	10%	66,00
1	Mesa de conferencia	580,00	580,00	10	10%	58,00
6	Sillas ejecutivas	15,00	90,00	10	10%	9,00
EQUIPOS DE OFICINA						
3	Aire acondicionado	550,00	1.650,00	10	10%	165,00
4	Telefono	30,00	120,00	10	10%	12,00
1	Dispensador de agua	135,00	135,00	10	10%	13,50
EQUIPOS DE COMPUTACION						
4	Computador	380,00	1.520,00	3	33%	506,67
3	Controlador de voltaje	110,00	330,00	3	33%	110,00
1	Router	58,00	58,00	3	33%	19,33
2	Impresora Epson	250,00	500,00	3	33%	166,67
1	Sistemas de Seguridad	1.600,00	1.600,00	3	33%	533,33
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 469.051,00			\$ 52.240,30

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

MWO High Quality Rubber cambiará sus gastos financieros en un 5% con el fin de reflejar esa misma cantidad porcentual en aumento de la tasa de interés. Se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 57 PVU

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Precio de Venta Unitario	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	95576,11	218057,84	340539,58
TIR	0,18	0,25	0,32

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 58 CVU

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Costo de Venta Por Unidad	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	278534,21	218057,84	157581,48
TIR	0,28	0,25	0,21

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 59 Gastos Servicios Básicos

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Gastos de Servicios Basicos	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	222631,67	218057,84	213484,02
TIR	0,25	0,25	0,25

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 60 Gastos ventas

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Gastos de ventas	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	218349,92	218057,84	217765,77
TIR	0,25	0,25	0,25

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 61 Gastos Administrativos

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Gastos de administrativos	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	220248,37	218057,84	215867,32
TIR	0,25	0,25	0,25

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 62 Gastos Financieros

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Gastos financieros	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	221279,98	218057,84	214835,71
TIR	0,25	0,25	0,25

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Tabla 63 Unidades Vendidas

	PESIMISTA	NORMAL	OPTIMISTA
Unidades vendidas	95%	100%	105%
TMAR	0,12	0,12	0,12
VAN	156052,47	218057,84	280063,22
TIR	0,21	0,25	0,28

La empresa MWO estimará 2 escenarios sensibles con respecto a la rentabilidad del proyecto, mediante el cálculo del VAN y la TIR:

OPTIMISTA: disminuye el 5% en el costo

PESIMISTA: incrementa el 5% en el costo

Balance General

A continuación se detalla el balance general proyectado a 5 años de la empresa MWO S.A:

Tabla 64 Balance general

Balance General						
	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
Activos						
Caja/Bancos	96.578,18	227.969,67	375.513,75	557.178,40	777.807,72	1.042.623,67
Cuentas por cobrar		33.152,42	37.246,75	41.846,72	47.014,79	52.821,12
Inventarios		24.864,32	27.764,79	31.003,61	34.620,24	38.658,76
Activo Corriente	96.578,18	285.986,41	440.525,28	630.028,73	859.442,75	1.134.103,54
Activos Fijos	469.051,00	469.051,00	469.051,00	469.051,00	469.051,00	469.051,00
Dep Acumulada	0	51.706,97	103.413,93	155.120,90	206.025,20	256.929,50
Activos Fijos Netos	469.051,00	417.344,03	365.637,07	313.930,10	263.025,80	212.121,50
Gastos preoperacionales	43622,00	43622,00	43622,00	43622,00	43622,00	43622,00
Amortización acumulada		8724,40	17448,80	26173,20	34897,60	43622,00
activos diferidos		34897,60	26173,20	17448,80	8724,40	0,00
Total de Activos	609.251,18	738.228,05	832.335,55	961.407,63	1.131.192,95	1.346.225,04
Pasivos						
Ctas por Pagar	0,00	24.864,32	27.764,79	31.003,61	34.620,24	38.658,76
Impuestos por Pagar	0,00	58.840,30	76.588,30	96.722,93	119.823,07	145.695,39
Pasivo Corriente	0,00	83.704,62	104.353,09	127.726,54	154.443,31	184.354,15
Deuda LP	426.475,82	355.988,08	278.770,43	194.180,33	101.513,88	0,00
Total de Pasivos	426.475,82	439.692,70	383.123,52	321.906,87	255.957,19	184.354,15
Patrimonio						
Capital Social	182.775,35	182.775,35	182.775,35	182.775,35	182.775,35	182.775,35
Utilidad del Ejercicio	0	115.760,00	150.676,68	190.288,73	235.734,99	286.635,14
Utilidades Retenidas	0	0,00	115.760,00	266.436,68	456.725,41	692.460,41
Total de Patrimonio	182.775,35	298.535,35	449.212,03	639.500,77	875.235,76	1.161.870,90
Pasivo más Patrimonio	609.251,18	738.228,05	832.335,55	961.407,63	1.131.192,95	1.346.225,04

7.7.13. Razones Financieras

7.7.13.1. Liquidez

Los ratios o razones de liquidez muestran la capacidad de endeudamiento que tiene la empresa, es decir que por cada dólar de deuda que mantiene MWO, tiene 6 veces de cubrimiento de la misma.

Tabla 65 Ratios de Liquidez

Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	5,6	7,8	9,5	10,9	12,2
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	5,6	7,8	9,5	10,9	12,2
Capital de Trabajo	en dinero	272.770	469.946	689.908	934.338	1.205.619
Índice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	en veces	6	8	10	11	12

Por medio del análisis realizado se determinó High QualityRubber se encuentra con un alto índice de liquidez, es capaz de hacer frente a sus deudas a corto plazo.

7.7.13.2. Gestión

7.7.13.3. Endeudamiento

Tabla 66 Ratios Endeudamiento

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	53%	37%	25%	15%	7%
Pasivo / Patrimonio	en veces	1.4	0.8	0.5	0.3	0.1
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	5.8	7.8	11.0	18.4	45.8
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		2.9	2.9	3.1	3.3	3.8

Por medio del análisis realizado se determinó High QualityRubber tiene una tasa de endeudamiento factible.

7.7.13.4. Rentabilidad

Tabla 67 Ratios de Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	50%	50%	51%	51%	51%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	27%	28%	29%	30%	31%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	22%	24%	26%	29%	30%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	22%	22%	22%	21%	21%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	58%	47%	40%	36%	32%

Por medio del análisis realizado se determinó High QualityRubber mantiene buena rentabilidad en el transcurso de los años.

1.2. Conclusión Financiera

Evaluando el estudio tributario – económico – financiero del proyecto, de la empresa MWO High QualityRubberse puede llegar a la conclusión que el desarrollo de la propuesta es viable y rentable en el tiempo ya que presenta una TIR de 24,83%, la misma que supera la TMAR calculada 12,07% dando paso a una margen positivo al proyecto con un VAN de \$218.058.

La empresa muestra un 21% de ROA y un 32% ROE hasta el último año del periodo escogido, además maneja saldos positivos que dan como resultado una TIR de 24,83%.

Adicionalmente de acuerdo a los flujos de caja proyectados, se espera un retorno de la inversión en el mes #35 de desarrollo de sus actividades comerciales.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

8.1.1. Principales riesgos

El plan de contingencia está diseñado para identificar posibles riesgos que puedan surgir dentro de la empresa por tal motivo se requiere elaborar un plan de solución de dichos riesgos:

Tabla 68 Riesgos

TIPO	DESCRIPCION
OPERATIVO	Interrupción de las operaciones por fallas eléctricas.
TRABAJADORES	Enfrentar problemas legales en la empresa.
PROVEEDORES	Problemas de crédito o impuntualidad en la entrega de la materia prima
PRODUCTIVO	Fallas de la maquinaria.
ACCIDENTES O ENFERMEDADES LABORALES	Dentro del proceso productivo podrían presentarse accidentes como cortes o quemaduras y enfermedades por el uso de ciertos químicos.
INCENDIOS	Podría ocasionarse por fallas eléctricas, calentamiento de la maquinaria o producido por error humano.
DESASTRES NATURALES	Inundaciones o sismos.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Se plantea realizarlo con todo el personal de la empresa con la finalidad de analizar los posibles riesgos y tratar de minimizar en su mayoría la mayor cantidad de riesgos posibles.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (checklists)

Para identificar y analizar nuevas ideas, que ayuden a contrarrestar los posibles riesgos será de suma importancia conocer a fondo las sugerencias de todo el personal de la empresa para lo cual se instalara un buzón de sugerencias interno de uso exclusivo del personal, también se coordinaran reuniones una vez por mes para generar un intercambio de ideas y opiniones acerca del funcionamiento total de la empresa en las distintas áreas.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

El monitoreo y control del riesgo es de suma importancia para la empresa ya que al no ser detectado es un riesgo y daño irreversible para la empresa, se espera desarrollar reuniones trimestrales y adicionalmente una revisión mensual de la maquinaria, instalaciones eléctricas y políticas de seguridad.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Tabla 69 Plan de Contingencia

TIPO	IDENTIFICACIÓN	RESPUESTA	MEDIDAS DE SEGURIDAD	RESPONSABLE DE ARÉA
OPERATIVO	Fallas eléctricas	Dar a conocer los inconvenientes a los distribuidores y proveedores de electricidad.	Tener otras opciones de mejora continua del ingreso y salida de pedidos.	Gerente general y secretaria
TRABAJADORES	Problemas legales	Solucionar con la mediación antes de llegar al proceso legal.	Establecer las leyes morales de la empresa e incentivar el buen ambiente laboral.	Gerente general, gerente de producción.
PROVEEDORES	Falta de compromiso en la entrega de materia prima y cierre de crédito.	Cumplir con la fecha de pago negociada y tener una gama de posibles proveedores.	Resaltar las fechas de entrega y contar con horarios de entrega.	Gerente general.
ACCIDENTES	Cortes, enfermedades por el proceso de elaboración del producto.	Tener un seguro contra accidentes y llamar a emergencias.	Proveer al personal herramientas de seguridad.	Gerente general y gerente de producción
INCENDIOS	Fallas eléctricas o error del personal de la empresa.	Tener un seguro de incendio y herramientas de seguridad para combatirlo.	Compra de extintores, capacitaciones de seguridad y cotización de seguro de	Gerente general

			incendios.	
DESASTRES NATURALES	Sismos o inundaciones	Capacitar al personal para mitigar los peligros.	Simulacros en caso de siniestros naturales.	Colaboradores en general

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

MWO sa será una empresa recicladora y productora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos en la ciudad de Guayaquil, se puede concluir por medio de esta investigación que:

- El producto está dirigido a empresas mediana y grandes que se dediquen a la fabricación de productos a base de caucho en la ciudad de Guayaquil, que quieran obtener mayores márgenes económicos de rentabilidad y tengan presentes la necesidad de la sostenibilidad del medio ambiente en el Ecuador.
- En el primer año se pretende obtener el total de ventas de la capacidad de las maquinas al 40 %.
- Se determinó que el nivel de calidad del producto reciclado es alto y a su vez es apto para todo tipo de industria siempre y cuando sea sometido a diversos procesos químicos para su alteración.
- Se proyectó un crecimiento anual de ventas del 7 % .
- MWO sa en la estrategia de marketing, utilizará La estrategia de penetración que se enfocan en: resaltará y ofrecerá los diferentes productos de la competencia a precios igualmente menores, esta estrategia funciona muy bien cuando los compradores que en este caso son los productores se interesan mucho en el precio, este tipo de estrategia se usa cuando la demanda del producto se encuentra en etapa de madurez, tal como es el mercado de caucho en el Ecuador.
- MWO High QualityRubbersa buscará posesionar en la mente de los productores su producto “POLVO DE CAUCHO “como la materia prima caucho más económica y de alta calidad en el Ecuador.

- La estrategia de precio está determinada principalmente por los costos de producción y los precios de la competencia, de tal manera que se pueda obtener un margen alto de contribución y un precio competitivo.
- Los Canales de distribución que utilizará MWO High Quality Rubber serán directamente con el fabricante, sin intermediarios.
- La inversión inicial requerida es de \$ 609.251,18 dólares conformados respectivamente por activos fijos de la empresa, gastos de constitución y capital de trabajo
- El proyecto presenta un VAN (valor actual neto) de \$ 344.745,62 con una TIR (tasa interna de retorno) de 30,66 % y recuperación de inversión próximo a culminar el tercer año, a los 33 meses, lo que demuestra viabilidad económica en el proyecto.
- El margen de contribución del producto es del 50% aceptable al ser un producto reciclado y procesado.
- El costo unitario por Kilogramo del producto es de \$ 0,61 dólares.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

Se plantean las siguientes recomendaciones con el fin de la constante mejora de la empresa:

- Analizar la factibilidad de crear un nuevo producto, plancha de caucho, para satisfacer otro tipo de mercado potencial.
- Crear convenios con las vulcanizadoras medianas y pequeñas, para obtener mayor materia prima por un supuesto desabastecimiento del producto.
- Obtener la certificación de las normas ISO, estas normas le darán un valor agregado al producto, ya que certificarían su proceso de calidad y demás procesos
- Determinar una constante investigación y desarrollo acerca del producto reciclado, para su mayor confianza al productor.
- Realizar capacitaciones constantes con el personal en general de la empresa.
- Implementar relaciones estratégicas con empresas afines a la industria.
- Implementar control de calidades de los neumáticos, actualmente se usan diferentes tipos de derivados que afectan a la calidad del mismo.

- Realizar constante investigación en reducción de costos de producción para mejorar la utilidad de la empresa.
- Investigar mercados potenciales (Exterior).



FUENTES



11. FUENTES

LEY DE COMPAÑIAS. (12 de 2012). Obtenido de LEY DE COMPAÑIAS:

<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>

Ministerio de Trabajo. (01 de 11 de 2012). Obtenido de Ministerio de Trabajo:

<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Ministerio del Trabajo. (Noviembre de 2012). Obtenido de Ministerio del Trabajo:

<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Pais Productivo. (08 de 2012). Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/PAIS_PRODUCTIVO_1.pdf

Mandato Constituyente N. 8. (01 de 07 de 2013). Obtenido de Mandato Constituyente N. 8:

<http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

IEPI. (Mayo de 2014). Obtenido de IEPI:

<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/propiedad-intelectual/>

LA ECONOMIA. (Junio de 2014). Obtenido de LA ECONOMIA:

www.laeconomia.com.mx

Real Academia Española. (4 de 2014). Obtenido de Real Academia Española:

<http://dle.rae.es/?id=VR7ahaY>

Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica . (29 de Octubre de 2015). Obtenido de Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica :

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-explora-posibilidades-industriales-caucho-reciclado-neumaticos.html>

Buen Vivir. (05 de 01 de 2013). *Buen Vivir.* Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>

- Daniel Martinez Pedros. (2005). La elaboracion del plan estrategico y su implementacion a traves del cuadro de mando intergral. En D. M. Pedros, *La elaboracion del plan estrategico y su implementacion a traves del cuadro de mando intergral* (pág. 133). España: Diaz de Santos.
- Estado, Procaduria Genral del. (2012). *Procaduria General del Estado*. Obtenido de www.pge.gob.ec
- Hernandez Sampiero, Fernandez Collado, & Baptista Lucio. (01 de 1998).
- Juan Pablo Perez Sainz. (13 de 12 de 1998). Recuperado el 10 de 08 de 14, de dialnet.unirioja.es
- Kotler P. (2001). *Direccion de Mercadotecnia*.
- Ley de propiedad intelectual. (s.f.). *DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320ind.asp
- Ministerio del ambiente*. (s.f.). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Philip Kotler. (s.f.). *Direccion de Marketing*. Pearson.
- Porter. (1979). *Estrategias competitivas generias de porter*.
- Real Academia de la Lengua. (2013). *Real Academia de la Lengua*. Obtenido de www.realacadeiadelalengua.com
- Reichadt, C. (s.f.). *Metodos Cualitativos y Cuantitativos en investigacion evaluativa*. T.D Cook.
- Revista Lideres*. (s.f.). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/continental-cfn-magap-programa-producir.html>
- revistalideres*. (s.f.). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-calzado-pisa-fuerte-pais.html>
- Rodrigo Varela. (2001). *Innovacion Empresarial*. Bogota: Pearson.
- Sen, A. (15 de 09 de 2004). Recuperado el 10 de 08 de 2014, de occities.org.com

SINDE. (05 de 01 de 2012). *SINDE*. Obtenido de www.sinde.com.ec

SRI. (2000). *Servicios de Rentas Interna*. Obtenido de www.sri.gob.ec

SRI. (10 de Mayo de 2011). Obtenido de http://inversiones.quito.com.ec/download/Marco%20Normativo/Normas/ley_de_regimen_tributario_interno.pdf

SRI. (2011). *Ley de Regimen Tributario Interno*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/3018/1/T-UCSG-PRE-ESP-IE-53.pdf>

Superintendencias de Compañías del Ecuador. (1999). *Superintendencias de Compañías del Ecuador*. Obtenido de www.supercias.gob.ec

Suramerica, A. P. (2011). *andes*. Obtenido de www.andes.info.ec

Tires Spa. (01 de 2011). *Tires Spa*. Obtenido de <http://www.tiresspa.com/es/reciclaje-neumaticos-venezuela.html>

Varela. (2008). *Lider Empresarial*.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

12. CAPÍTULO 12

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte _____ (**Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase “debidamente representada por [nombre del representante legal”]**) portadora de la cédula de ciudadanía N° _____ (**Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR**) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ (**Escriba el nombre del TRABAJADOR**), portador de la cédula de ciudadanía N° _____ (**Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR**) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ (**ciudad de domicilio de las partes**) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un _____ (*ingresar cargo requerido*).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ (*Ingresar cargo del TRABAJADOR*). Revisados los antecedentes de _____ (*Escriba los nombres completos del TRABAJADOR*), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (**detalle las horas de la jornada de trabajo**), con descanso de _____ (**detalle la hora**

de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ **(colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00)**, mediante _____ **(detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque).**

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente contrato, conforme el artículo 14 del Código de Trabajo, es de plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ **(Escriba la dirección de la compañía)**, en la ciudad de _____ **(Ingresar la ciudad)**, provincia de _____ **(Ingresar Provincia y barrio)** para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el

Código de Trabajo en su Capítulo IV “*De las obligaciones del Empleador y del Trabajador*”, a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de _____ (***Escriba la ciudad***), el día _____ del mes de _____ del año _____.(Ministerio de Trabajo, 2012)

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR

CAPÍTULO 13



MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

13. ANEXOS



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Wong Ochoa Renzo Xavier, con C.C: # 0920028628 autor/a del trabajo de titulación: PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA RECICLADORA DE CAUCHO A PARTIR DE LA REUTILIZACION DE NEUMATICOS previo a la obtención del título de **INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de Marzo de 2016

f. _____
Nombre: Renzo Xavier Wong Ochoa
C.C: 0920028628



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Plan de negocio para la creación de una empresa recicladora de caucho a partir de la reutilización de neumáticos.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Wong Ochoa, Renzo Xavier.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Econ. Carlos Luis Ribadeneira López.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales.		
CARRERA:	Carrera de Emprendimiento.		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe.		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de marzo de 2016.	No. DE PÁGINAS:	209
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo de Sistemas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	EMPRENDIMIENTO, RECICLAJE.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente trabajo está enfocado en realizar una investigación acerca de cómo crear una empresa de reciclaje de neumáticos en la ciudad de Guayaquil. Se ha realizado un estudio de mercado para determinar a que segmento de mercado va a estar enfocado este negocio, cuales son los valores que se van a realizar al producir este producto, todo soportado mediante encuestas y entrevistas realizadas, donde las personas encargadas de las compras de materias primas de las empresas se inclinan al momento de realizar la compra con las características principales tales como precio, calidad, cantidad, densidad, etc. Con toda esta información pudimos obtener cuales serían nuestras oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas para que el proyecto se pudiese desarrollar y concluir exitosamente. Todo esto se ve plasmado en un trabajo técnico, en el cual se realiza un Sitio Web, donde se muestran promociones, capacitaciones, metodologías y demás a las cuales el público en general puede acceder.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0991995060	E-mail:rwong-90@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Beatriz Loor Ávila.		
	Teléfono: 042206952		
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	E-mail: Beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	