



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

**"CREACIÓN DE UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE FUNDAS
BIODEGRADABLES IMPORTADAS DE ESPAÑA"**

CAROLINA BRAVO REYES

CRISTINA SALAZAR BELLERIN

TUTOR: ING. EDGAR JIMÉNEZ

GUAYAQUIL, 18 DE NOVIEMBRE DEL 2011

NOVIEMBRE, 2011

AGRADECIMIENTOS

Nos gustaría agradecer en primer lugar a las personas más importantes en nuestras vidas, tanto para Carolina como para mí, Cristina. Nuestros padres, quienes sacrificaron todo para que nosotras lleguemos a este momento tan importante, el final de nuestra carrera. Sin el apoyo incondicional de ellos, no estaríamos aquí. Ellos no dudaron ni un segundo en que lo lograríamos, y nos sentimos arropadas por ellos durante todo este camino. Gracias por permitirnos estudiar, la mejor herencia que podremos recibir de ustedes es esta. A nuestras hermanas, Tere y Joselyn, gracias por estar pendientes de nosotras y por permanecer a nuestro lado todo el tiempo.

A nuestros amigos incondicionales que intervinieron y aportaron de alguna u otra manera en este proyecto, sobre todo Ma. Emilia Cevallos y Jorge Romero, quienes no dudaron ni un segundo en sacrificar un fin de semana para ayudarnos, por esto, muchísimas gracias.

A Emilio Valdivieso, Gerente General de la compañía Econotrans y gran amigo nuestro, no podríamos expresar con palabras cuan agradecidas estamos por todo lo que aportaste a nuestro proyecto, sin ello, no hubiese estado completo.

A todos los profesores que durante 4 años de carrera nos enriquecieron de conocimiento, este proyecto es el consolidado de todo lo que aprendimos de ustedes. En esta tesis hay un pedacito de cada uno de ustedes.

A nuestro tutor, la persona que nos dedicó de su tiempo para sentarse con nosotras a corregir, a analizar y sobre todo que nos apoyó y nunca nos dejó caer. Profesor Edgar, estamos infinitamente agradecidas por habernos acompañado en todo el proceso, por darnos ánimos y por enseñarnos tanto. Esperamos que se sienta orgulloso de haber sido nuestro tutor.

Al resto de personas que no podríamos nombrar porque no cabrían en esta página, pero que marcaron nuestras vidas y que dejaron huella en nuestro proyecto. Nunca olvidaremos los consejos que recibimos.

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa”. Mahatma Gandhi.

Cristina y Carolina

INDICE

	Pag.
Agradecimientos	I
Indice	III
1. Presentación Administración y planificación del proyecto	1
1.1 Resumen Ejecutivo	1
1.2 Executive Summary	3
1.3 Rapport Executif	5
1.4 Justificación del proyecto	7
1.5 Marco referencial	8
1.6 Nombre de la empresa	8
1.7 CV Resumen Emprendedores	8
1.8 Idea de producto	9
1.9 Idea de negocio	10
1.10 Tipo de empresa	10
1.11 Socios	10
1.12 La administración	11
1.13 Organigrama	13
1.14 Distribución de funciones y responsabilidades	13
1.15 Gobierno Corporativo	16
1.16 Plan Estratégico	17
1.17 FODA	19
1.18 Costos administrativos	20
2. Investigación de mercado	21
2.1 Target	21

2.2 Análisis de la competencia	22
2.2.1 Macroentorno	22
2.2.2 Microentorno	23
2.3 Entrevista	25
2.4 Focus Group	27
2.5 Encuestas	32
2.6 Análisis de los resultados	40
2.7 Propuestas de mercado	42
2.7.1 Determinación de la demanda insatisfecha	42
2.8 Producto	43
2.8.1 Líneas de producto	43
2.8.2 Creación de valor	44
2.8.3 Precio	45
2.8.4 Plaza	45
2.8.5 Promoción	46
2.9 Plan estratégico de marketing	46
2.9.1 Objetivos comerciales	46
2.9.2 Estrategias de marketing	47
2.9.3 Desarrollo de estrategias	48
2.9.4 Costos	49
3. Plan de negocio	50
3.1 Diseño o descripción del producto y/o servicio	50
3.2 Procesos de producción	52
3.2.1 Proceso de impresión de las fundas	53
3.3 Diagrama de flujo procesos	54
3.4 Ubicación del proyecto	55
3.5 Determinación de la capacidad de planta	56
3.6 Costos de terreno y obras civiles	57

3.7 Especificaciones	58
3.8 Normas y estándares	58
3.9 Selección de la tecnología del producto	59
3.10 Vida útil del proyecto	60
3.11 Costo de mantenimiento	61
3.12 Insumos, servicios y mano de obra directa	61
3.13 Sistemas de control de calidad	62
3.14 Sistemas de empaque, transporte y almacenamiento	64
3.15 Abastecimiento materias primas	64
3.15.1 Producción y disponibilidad materias primas	64
3.15.2 Localización de la zona de producción	64
4. Evaluación Financiera del proyecto	66
Bibliografía	84
Anexos	87

CAPITULO 1

1.- PRESENTACIÓN ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente en el mundo se está experimentando un boom ecológico, las empresas están adoptando diferentes medidas para comenzar a cuidar el medio ambiente, las mismas que son necesarias por el nivel tan alto de contaminación que existe ocasionado por el descuido de las diferentes industrias.

En Ecuador, las empresas no son la excepción. Se comienza a percibir preocupación medio ambiental por parte de los diferentes negocios, por ejemplo: Movistar certificó para la ISO 14000, la misma que afirma que esta empresa tiene diferentes actividades que cuidan el medio ambiente. Existen en el país más empresas que han certificado.

En la entrevista que que realizò a 7 empresas, todas indicaron que tienen entre sus proyectos la certificación ambiental, pero que actualmente todavía utilizan fundas de plástico siendo uno de los requisitos de la certificación utilizar fundas biodegradables. Las fundas de plástico que actualmente utilizan la mayoría de empresas se degradan en 200 años, dañando en todo este tiempo gravemente al medio ambiente.

Las fundas ecológicas que se venden en el país son Oxobiodegradables, las mismas que se demoran en degradarse 2 años. Estas fundas son comercializadas hasta el momento por 3 empresas grandes, es decir, son pocas las empresas que ofrecen fundas ecológicas pero muchas empresas que aún no las implementan.

El gobierno ecuatoriano anunció¹ que se aplicará un impuesto verde a las fundas de plástico, de 0.10 centavos por funda, lo que las encarecerá. El Gobierno espera que en 3 años el impuesto sea de 0.20 centavos. A esto se le suma las empresas que tienen en sus planes certificar a la ISO ambiental por ayudar al medio ambiente y por imagen, y que deben implementar fundas ecológicas en sus actividades. Esta es la oportunidad que se presenta para empezar nuestro negocio.

Se aprovecha esta oportunidad con un negocio que comercializa fundas fabricadas a base de fécula de papa 100% biodegradables, compostables, reciclables y reutilizables. Estas fundas se degradan en el lapso de 180 días, después de que hayan sido expuestas a condiciones de compostabilidad. Son las primeras de este tipo en el país, lo que da la ventaja de crear una imagen de estas fundas diferente a las demás por medio de estrategias de marketing y de publicidad.

La empresa ofrecerá un producto libre del impuesto verde, también ayudará a que los clientes contribuyan con el cuidado del medio ambiente, y a crear una imagen corporativa más amigable con la naturaleza.

Para aprovechar esta oportunidad, se realizará un análisis de infraestructura y capacidad, de insumos, se establecerán estrategias de marketing y finalmente se realizará un análisis financiero para establecer la viabilidad del proyecto. Adicional una de nuestras estrategias es un convenio con la empresa Sambito para ofrecerle a los clientes que compren una cantidad establecida de fundas el servicio de reciclaje gratuito.

Esta empresa busca ser líder en el mercado, haciendo que las empresas implementen nuestras fundas. También incrementará las ventas mensualmente por medio de estrategias con la fuerza de venta.

¹ El comercio, 9 de Junio del 2011, *Ecuador: Finanzas aclara sobre impuesto verde a fundas y botellas de plástico*, <http://www.tjamericalatina.org/2011/06/09/finanzas-aclara-impuesto-verde-fundas-botellas-plastico/>

1.2 EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays in the world, an ecological boom is being experienced; the companies are adopting different measures to take care of the environment. Measures that are necessary for the high level of pollution that exists currently caused by the carelessness of the different industries.

In Ecuador, the companies are not the exception. We are beginning to perceive a sense of necessity to become environmentally conscious companies. For example: Movistar obtained the ISO 14000, which is an environmental certification that affirms that the company has adopted different environmentally friendly procedures. There are more companies in the country that have obtained this certification.

Locally, there are many companies in the country that use plastic bags. These bags degrade in 200 years, causing grave damage to the environment. In the interview that we did to 7 companies, all of them indicate that they have in their projects the environmental certification, however, at the moment they still use in their activities plastic bags, whilst it is known that one of the requirements to obtain the certification is to implement ecological bags.

The ecological bags that are sold in the country are Oxobiodegradable, and take only 2 years approximately to degrade. These bags are commercialized, at the moment, by 3 big companies; so, being this, it is plausible to conclude that there are few companies that offer ecological bags and many companies that still do not implement them.

The Ecuadorian government announced² that a green tax will be applied to all plastic bags, a tax of 0.10 cents per bag, making them more expensive. The Government hopes that in 3 years the tax will be set at 0.20 cents. To this we add the companies that have in their projects to be certified by the environmental ISO to help the environment and thus, implementing ecological

² El comercio, 9 de Junio del 2011, *Ecuador: Finanzas aclara sobre impuesto verde a fundas y botellas de plástico*, <http://www.tjnamericalatina.org/2011/06/09/finanzas-aclara-impuesto-verde-fundas-botellas-plastico/>

bags in their activities. This is the opportunity that we are taking advantage of to start our business.

We will benefit from this opportunity with a business that commercializes bags made of potato's rind, 100% biodegradable, recyclable and reusable. These bags degrade in 180 days. These bags are the first made of this material in the country, which would give us the advantage to create a different image with strong marketing strategies and advertising.

Our company will offer a green-tax free product that will help our clients contribute with environmental care and awareness, creating at the same time an ecologically friendly corporate image for the company.

To take advantage of this opportunity, we have completed an analysis of infrastructure and capacity, established strategies of marketing and commercial alliances, being one of our commercial strategies an agreement with the company Sambito to offer the service of free recycling for acquiring a minimum established quantity of bags; moreover, we have done a financial analysis to establish the viability of the project and support our research.

1.3 RAPPORT EXECUTIF

Actuellement, autour le monde un boom écologique est expérimenté, les entreprises adoptent différentes mesures pour commencer à soigner l'environnement, les mêmes qui sont nécessaires par le haut niveau de contamination qui existe, occasionné par la négligence de différentes industries.

En Équateur, les entreprises ne sont pas l'exception. Nous commençons à percevoir une préoccupation par l'environnement, de la part de différentes entreprises. Par exemple : Movistar a certifié pour l'ISO 14000, même qu'il affirme que cette entreprise a différentes activités qui soignent l'environnement. Ils existent dans le pays plus d'entreprises qui sont certifiées.

Les sacs plastiques sont dégradés en 200 ans, en abîmant tout ce temps gravement à l'environnement. Dans l'interviewes que nous avons réalisés à 7 entreprises, toutes nous ont indiqué qu'entre ses projets elles ont la certification environnementale, mais qu'elles continuent d'utiliser actuellement des sacs de plastique, en étant l'une des conditions requises de la certification c'est d'utiliser des sacs biodégradables.

Les sacs écologiques qui se vendent dans le pays sont Oxobiodegradables, les mêmes qui sont dégradés dans 2 ans. Ces sacs sont commercialisés jusqu'au moment par 3 grandes entreprises, c'est-à-dire, elles sont peu les entreprises qui offrent des sacs écologiques mais beaucoup d'entreprises qui ne les ont pas mis en application.

Le gouvernement équatorien a annoncé³ qu'un impôt vert s'appliquera aux sacs de plastique, de 0.10 centimes par sac ce qu'en élèvera le prix. Le Gouvernement attend que dans 3 ans l'impôt sera de 0.20 centimes. En plus,

³ El comercio, 9 de Junio del 2011, *Ecuador: Finanzas aclara sobre impuesto verde a fundas y botellas de plástico*, <http://www.tjamericalatina.org/2011/06/09/finanzas-aclara-impuesto-verde-fundas-botellas-plastico/>

les entreprises qui ont dans ses plans de certifier l'ISO environnementale pour aider à l'environnement et par image, elles sont qui doivent mettre en application des sacs écologiques dans ses activités. C'est l'opportunité qui est présenté à nous pour commencer notre affaire.

Notre opportunité est la création d'une entreprise qui commercialise des sacs fabriqués en vertu de coquille de pomme de terre, 100 % biodégradables, recyclables et réutilisables. Ces sacs sont dégradés dans 180 jours. Ce sont les premières de ce type dans le pays, ce qui nous donne l'avantage de créer différente image de ces sacs à les autres par l'usage des stratégies de marketing et publicité.

Notre entreprise offrira un produit libre de l'impôt vert, nous aiderons aussi aux clients pour qu'ils contribuent avec le soin de l'environnement, et à créer une image corporative plus amiable avec la nature.

Nous avons fait une analyse d'infrastructure et de capacité, de facteurs de production, établi des stratégies de marketing et finalement réalisé une analyse financière pour établir la viabilité du projet. Additionnel, une de nos stratégies est une alliance stratégique avec l'entreprise « Sambito » pour offrir nos clients des sacs plus le service de recyclage gratuit.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El estudio que presentamos a continuación es de suma importancia en la actualidad ya que ayuda de cierta manera a buscar una solución a tanto daño medioambiental que existe actualmente. Este proyecto es conveniente ya que este mercado tiene un crecimiento del 25% y muchos clientes por captar.

Este proyecto es de gran utilidad para la concientización y para la demostración de que ya en el país pueden y debe haber empresas dedicadas a comercializar productos totalmente biodegradables, este proyecto es un ejemplo de lo anteriormente mencionado.

Los resultados que este proyecto tiene benefician; a los empleados que la empresa tendría, a los clientes por su imagen corporativa, a los accionistas de la empresa y principalmente al medio ambiente. Estos resultados son visibles durante todo el desarrollo de este estudio, tanto financieros como de imagen corporativa.

Esta propuesta de negocio ayuda a resolver un problema principalmente; el uso de las fundas plásticas, las mismas que se demoran en degradar 200 años y que en el transcurso de este tiempo, hacen un daño inmenso a la naturaleza. El producto que ofrece este negocio ayuda a eliminar estas fundas poco a poco. Hay ciertas empresas que están forjándose una imagen de conciencia ecológica que con el tiempo se expandirá cada vez más.

Este tipo de proyectos aparte de generar fuente de empleo, son la esperanza de hacer un mundo más ecológico, ayudando a las empresas a fomentar el cuidado medioambiental y la conciencia ecológica. Es una muestra de que si es posible poner en marcha empresas con el fin de la que estamos presentando.

Finalmente, este proyecto trae consigo un producto que puede competir con los demás que ya están en el mercado, sobre por la ventaja que se presenta del impuesto verde, el mismo que encarecerá las fundas plásticas y nos ayudará a competir en precio.

1.5 MARCO REFERENCIAL

- Oxo biodegradable⁴: Son materiales que desarrollan la descomposición vía un proceso de etapas múltiples usando aditivos químicos para iniciar la degradación.
- Biodegradable⁵: Es el producto o sustancia que puede descomponerse en sus elementos químicos que los conforman, debido a la acción de agentes biológicos, como plantas, animales, microorganismos y hongos, bajo condiciones ambientales naturales.
- Compostable⁶: Un plástico que experimenta degradación biológica durante la formación de compost para producir dióxido de carbono, agua, compuestos inorgánicos y biomasa, a una rapidez consistente con otros materiales compostables y hojas, sin residuos distinguibles visualmente ni residuos tóxicos.

1.6 NOMBRE DE LA EMPRESA

ECOPAP CIA. LTDA.

1.7 CV RESUMEN DE EMPRENDEDORES

Las creadoras del proyecto son Carolina Bravo y Cristina Salazar. El tema del cuidado ambiental se ha vuelto el motivo de empezar este negocio, cuya idea surgió de un viaje de una de las emprendedoras, desde ese momento supieron que esta sería la idea a desarrollar. La experiencia de ambas es principalmente en el área de Grandes Cuentas en Telefónica, lo cual les enseñó a tratar con el cliente y a ciertas técnicas de negociación. También durante esta experiencia

⁴ <http://www.compostadores.com/descubre-el-compostaje/sostenibilidad/bolsascompostables-biodegradables-oxodegradables-fotodegradables-hidrosolubles-o-reciclables>

⁵ <http://www.compostadores.com/descubre-el-compostaje/sostenibilidad/bolsascompostables-biodegradables-oxodegradables-fotodegradables-hidrosolubles-o-reciclables>

⁶ http://es.ekopedia.org/Pl%C3%A1stico_compostable

obtuvieron ciertos contactos en diferentes empresas. Son dos personas que perseveran, que creen en lo que hacen, y sobre todo que se preocupan por el medio ambiente. Están dispuestas a trabajar el tiempo que sea necesario en lograr su objetivo principal. Han investigado sobre el negocio en general, entrevistaron a un emprendedor del negocio de fundas y pudieron conocer como está la industria actualmente, los problemas que pueden surgir y las ventajas del negocio.

1.8 IDEA DE PRODUCTO

El producto que ofrecerá la empresa a sus nuestros clientes es una funda hecha de cáscara de papa, 100% biodegradable, compostables, reciclables y reutilizables. El cliente tiene a elegir dos tipos de fundas: Funda camiseta y funda alza lazo. Dependiendo del tipo de fundas que el cliente utilice para sus actividades, se le hará la oferta. Cada cliente podrá solicitar que a sus fundas se les ponga el estampado que ellos elijan. Las fundas vienen en cajas de 300 unidades las de modelo camiseta y de 250 unidades las fundas alza lazo. Se le proporcionará el servicio de transporte de los pedidos sin ningún valor adicional.

Para los clientes que compren más de 50000 fundas habrá un servicio gratuito de reciclaje, por medio de un convenio con la empresa Sambito. Esto contribuirá al cuidado que su empresa tiene hacia el medio ambiente, y por supuesto ayudará a mejorar su imagen corporativa.

Funda alza lazo



Funda Camiseta



1.9 IDEA DE NEGOCIO

La empresa cuenta con un departamento de ventas, esta fuerza de ventas se encargará de contactar a los clientes (empresas) y ofrecerles el producto. Se llevarán muestras para que el cliente pueda ver el material. Cada ejecutivo de ventas tendrá una cartera de clientes a la cual deberán dirigirse, siendo los mejores en las licitaciones de las empresas que así lo exijan. Estos ejecutivos de venta serán los encargados de tomar los pedidos y cerciorarse de que el cliente reciba el producto.

1.10 TIPO DE EMPRESA

La empresa será una Compañía Limitada, es decir se constituirá con mínimo tres socios. En este tipo de compañías las participaciones no pueden cederse sin el permiso de todos los socios, por lo que esto asegura la estabilidad y permanencia de los socios fundadores.

1.11 SOCIOS

En la empresa habrán 3 socios; las creadoras del proyecto, Cristina Salazar y Carolina Bravo quienes tendrán un mayor porcentaje de participación por desarrollo del proyecto, y Ma. Emilia Cevallos cuyo porcentaje de participación será menor.

SOCIOS	INVERSIÓN USD	PESO ACCIONARIO (80%)	DESARROLLO PROYECTO (20%)	TOTAL
Carolina	69311,95	27%	10%	37%
Cristina	69311,95	27%	10%	37%
Ma. Emilia	69311,95	27%	-	27%
TOTAL	207935,84	80%	20%	100%

Cuadro #1
Participación socios

Para iniciar el negocio se necesitan \$ 399,082.78 como inversión total. Contamos con apoyo económico familiar, con el cual aportaremos el 40% de

este valor, y la cantidad restante será financiada por medio de la CFN (Corporación Financiera Nacional).

1.12 LA ADMINISTRACIÓN

El gerente general es el representante legal de La Compañía en tocto acto judicial y extraordinario y gozará de las facultades constantes en la Ley.- durará cinco años en su cargo, pero podrá ser indefinidamente reelegido y no requiere ser socio de la compañía.- sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.

Reporta directamente a la Junta General de Socios

Sus responsabilidades son:

- 1.- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- 2.- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales, y entregar proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- 3.-Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo
- 4.- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- 5.- Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional.
- 6.- Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

7.- Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

8.- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.

Sus obligaciones son:

- 1.- Organizar la administración de la empresa
- 2.- Presentar el informe administrativo y los balances semestrales que fueren necesarios.
- 3.- Suministrar todos los datos que le soliciten los socios o los organismos de la empresa.

Sus beneficios son:

- 1.- Seguro de vida
- 2.- Seguro médico privado
- 3.- La empresa le cubre gastos de gasolina (\$20 semanales)
- 4.- Tarjeta del Supermaxi
- 5.- Plan celular y teléfono incluido
- 6.- Bonos por Navidad
- 7.- Formación
- 8.- Bono para vestimenta y descuento en Almacén Adams
- 9.- Regalos para los hijos en navidad
- 10.- Préstamos sin intereses (El valor a prestar depende del sueldo)

1.13 Organigrama



Cuadro #2
Organigrama

1.14 DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

JefeAdministrativo

Los departamentos que estarán a su cargo son:

- Departamento de contabilidad
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Cobranzas

Sus responsabilidades son:

- 1.- Planear, supervisar, coordinar, controlar y optimizar el desarrollo de todos los proyectos relacionados con los departamentos a su cargo con el fin de garantizar el cumplimiento de las metas propuestas.
- 2.- Presentar al Gerente General informes trimestrales de los avances de los programas a su cargo.
- 3.- Vigilar el buen uso de los activos del área.

4.- Elaborar y presentar al Gerente General, el anteproyecto de presupuesto de egresos de los departamentos a su cargo.

5.- Asignar funciones y responsabilidades al personal a su cargo.

6.- Dirigir, coordinar y supervisar las funciones de contabilidad, ingresos, egresos, sistemas, patrimonio, adquisiciones y recursos humanos, asegurando que se ejerzan bajo el marco jurídico y normativo establecido.

JefedeOperaciones

Sus responsabilidades son:

1.- Es el encargado de realizar los cálculos de la capacidad de la maquinaria para aquellos proyectos que lo requieran.

2.- Es el responsable de elaborar la lista de materiales que se va a utilizar en un determinado proyecto así como también el presupuesto del mismo.

3.- Es el encargado de realizar la planificación de materiales y tiempo de entrega de todos los proyectos.

4.- Se encarga de la supervisión del proyecto y de la entrega del mismo al cliente.

5.- Es responsable de la relación directa con los proveedores en el extranjero, para pedir cotización y realizar la negociación, siempre con la aprobación del Gerente General.

6.- Asegurarse de que la mercadería que llega a la empresa está completa y en buen estado.

7.- Organizar los horarios de entrega del producto final al cliente, y supervisar que estos se cumplan.

Jefe de Marketing y Ventas

A su cargo están:

- Los ejecutivos de venta
- Analista de Marketing

Sus responsabilidades son:

- 1.- Encargado de dirigir, organizar y controlar la fuerza de ventas.
- 2.- Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- 3.- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.
- 4.- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas.
- 5.- Entrevistas a los candidatos para la fuerza de ventas presentados por el departamento de Recursos Humanos.
- 6.- Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño.
- 7.- Mantener y acrecentar el mercado ya ganado. Esto se logra con la lealtad y la imagen de la marca, lo de cual también él es responsable.
- 8.- Crear la sostenibilidad de la empresa.
- 9.- Planear el presupuesto y las diferentes estrategias para la publicidad del producto.

Beneficios para empleados:

- 1.- Seguro de vida
- 2.- Seguro médico privado
- 3.- Tarjeta del Supermaxi

- 4.- Plan celular y teléfono incluido (sólo para Jefes)
- 5.- Bonos por Navidad
- 6.- Formación (capacitaciones, seminarios)
- 7.- Regalos para los hijos en navidad

1.15 GOBIERNO CORPORATIVO

Atribuciones de la Junta General:

- a.- Designar al gerente general por el período de cinco años, pudiendo ser reelegido indefinidamente, el Gerente podrá ser Socio o no.
- b.- Autorizar al Gerente General la compra-venta y constitución de gravámenes de bienes inmuebles.
- c.- Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente.
- d.- Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades liquidas y realizadas y capitalización de reservas.
- e.- Acordar aumentos del capital social.
- f.- Resolver acerca de la fusión, transformación y disolución de la Compañía.
- g.- En general las demás atribuciones que le concede la ley vigente.
- h.- Reunirse una vez a la semana con el Gerente General.
- i.- La mayoría de votos que se necesitará para aprobar diferentes temas será del 70%.

Delasutilidades:

De las utilidades líquidas y realizadas de la compañía se asignará anualmente el cinco por ciento para constituir el Fondo de Reserva hasta que este Fondo alcance el cincuenta por ciento del capital social.

Las utilidades obtenidas en cada ejercicio anual se distribuirán de acuerdo con la ley y una vez realizadas las deducciones previstas por las leyes especiales, las necesarias para constituir el fondo de reserva legal.- El ejercicio anual de la compañía se contará del primero de Enero al 31 de Diciembre de cada año.

Votosparatomardecisiones:

Salvo disposición contraria de la Ley, las resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

1.16 PLAN ESTRATÉGICO: MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Misión:

Distribuir fundas ecológicas 100% biodegradables hechas de cáscara de papa, ofreciéndoles a nuestros clientes la oportunidad de cuidar el medio ambiente mediante la concientización, generando empleo y consiguiendo un crecimiento rentable en armonía con la sostenibilidad ambiental.

Visión:

Ser el proveedor de todas las empresas con responsabilidad medioambiental, y los líderes en venta de fundas biodegradables, teniendo la capacidad de ofrecer el mejor producto en comparación a nuestros competidores.

Objetivos:

General:

- Ser los líderes del mercado incrementando nuestras ventas, consiguiendo que las empresas implementen nuestras fundas en sus actividades.

Estratégicos:

- Incrementar las ventas anuales en un 35%, por medio de capacitaciones e incentivos para la fuerza de venta.
- Lograr una participación de mercado del 30% para final de año, con ayuda del departamento de marketing quienes mediante estrategias y planificación.
- Adquirir 2 nuevas maquinarias para final de año debido al incremento de los pedidos.

1.17 ANÁLISIS FODA

AMENAZAS

- Las empresas que están empezando a producir fundas oxobiodegradables tales como: Plastigomez, Sunchodesa, Flexiplast; son empresas fuertes en nuestro país.
- La inestabilidad política puede afectar en la decisión de quitarle los impuestos a las fundas biodegradables, debido a la presión del sector del plástico.

OPORTUNIDADES

- No existe competidor directo que importe o manufacture las mismas fundas, hechas con el material de fécula de papa.
- Las fundas biodegradables están libres de impuesto a diferencia de las de plástico, lo que las hace más baratas.
- Actualmente las empresas y corporaciones son responsables socialmente, es decir se preocupan cada vez más por el medio ambiente.

FORTALEZAS

- Material 100% Biodegradable - Compostable
- Certificación del organismo Belga VINCOTTE: OK COMPOST y el Organismo Alemán Din Certco: COMPOSTABLE.
- Es 100% reutilizable
- El precio de las fundas será menor a las de plástico.
- La utilización de estas fundas ayuda a la imagen ecológica de nuestros clientes

DEBILIDADES

- Las fundas no son tan conocidas en el medio.
- La Favorita ya tiene un convenio con FLEXIPLAST por sus fundas OXIBIODEGRADABLES.

1.18 Costos administrativos

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Salario mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Gerente General	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 22,00	\$ 25,00	\$ 72,90	\$ 769,90	\$ 9.238,80
2	Asistente Gerente General	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
3	Jefe Administrativo	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
4	Jefe de Marketing y Ventas	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
5	Contador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
6	Analista Capacitación y Selección DHO	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
7	Analista de Cobranzas	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
8	Distribución - Chofer	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							4.075,06	48.900,72

Permisos Municipales	\$ 1.000,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 1.500,00
Constitución de la empresa	\$ 2.500,00
Total Gastos Constitución	\$ 5.000,00

Cuadro #3
Costos Administrativos

CAPITULO 2

INVESTIGACION DE MERCADO

2.1 TARGET

El target del producto son aquellas empresas que ya han empezado o están empezando a apuntar a la conciencia ecológica y social, que tienen en planes la obtención de la ISO 14001 Ambiental, y para ello necesitan cambiar sus fundas por unas amigables con el medio ambiente.

Cartera de Clientes Potenciales

- | | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| 1. Pigeon | 13. Comisariato Velboni |
| 2. Computron | 14. Devies Corp. Comisariato |
| 3. La Ganga | 15. Supermercados Santa María |
| 4. Aromas & Recuerdos | 16. Supermercados Alemán |
| 5. Hipermercados El Coral | 17. Almacenes Estuardo
Sánchez |
| 6. Polipapel | 18. Bebe Mundo |
| 7. Almacenes De Prati | 19. Almacenes De Pizar |
| 8. Pycca | 20. El Baisano |
| 9. Las Fragancias | 21. Super Éxito |
| 10. Almacenes TIA | 22. Almacenes Pasa |
| 11. Optimoda | 23. Sweet & Coffee |
| 12. Movistar | |

2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.2.1 Situación de Macroentorno:

En el país hay pocas empresas preocupadas por fabricar y vender fundas biodegradables, como se mencionó anteriormente los mayores competidores son solo tres. Y es necesario recalcar que estas empresas producen fundas Oxobiodegradables, estas fundas se demoran en degradarse de 18 a 24 meses.

En el ámbito tecnológico, la primera compañía que produjo fundas oxobiodegradables fue Flexiplast en el 2008, La composición de la nueva funda biodegradable incluye un aditivo desarrollado en Canadá, bajo la tecnología TDPA® (Aditivos Plásticos Totalmente Degradables, por sus siglas en inglés), que son agregados durante el proceso regular de extrusión del polietileno para que este se degrade luego de su desecho y posteriormente se biodegrade en un tiempo definido. El proceso se llama OXO-BIODEGRADACION, y está reconocido por la norma ASTM D6954-04 en Norteamérica. Este proceso es el más moderno que se usa en nuestro país y hasta el momento es el único.

Es importante analizar que actualmente en Ecuador no existe una ley que obligue a las tiendas tanto grandes como pequeñas a ofrecer a los clientes solamente fundas biodegradables, a diferencia de otros países. Y todavía hay muchas empresas, que siguen comprando fundas plásticas porque como mencionamos anteriormente no es obligación cambiar a fundas ecológicas. Pero así como no existe una ley que obligue a comprar este tipo de fundas, el gobierno ha propuesto que las fundas de plástico tengan un impuesto de 10 centavos cada funda, con esto se quiere promover la compra de fundas biodegradables y poco a poco quitar del mercado las de plástico.

En Ecuador la conciencia ecológica no está desarrollada completamente, las personas en general aún no están conscientes de la importancia que tiene cuidar el medio ambiente, es decir hay muy poca cultura ecológica. Las empresas recién están comenzando a implementar fundas biodegradables, y como se mencionó previamente son muy pocas. Si bien es cierto, poco a poco más empresas están volviéndose más conscientes con respecto a este tema,

pero en general muchas de las grandes empresas y aún los negocios medianos y pequeños siguen con el plástico.

2.2.2 SITUACIÓN DEL MICROENTORNO:

Situación competitiva: Principales competidores

Los competidores son: Plastigómez, Sunchodesa, Flexiplast.

Plastigómez: Esta compañía ha elevado sus ventas en el último año que se plantearon en la estrategia del negocio, debido a un objetivo importante planteado por ellos: La puntualidad en la entrega de los pedidos. Esta ha sido uno de sus mayores estrategias para seguir creciendo en el mercado junto con sus ventas.

Esta compañía tiene una gran parte del mercado, le vende a empresas grandes del país. Venden fundas plásticas y también han comenzado a fabricar fundas oxobiodegradables con las impresiones que el cliente solicite.

Sunchodesa: Esta empresa lleva en el mercado 18 años, aparte de fabricar fundas de plástico de buena calidad, también fabrican rollos de polietileno de baja y alta densidad con y sin impresión, y fundas biodegradables que actualmente comercializan.

Entre sus grandes clientes están: Bonella, La Universal, Farmacias Cruz Azul, El Universo, BIC, IESS.

Actualmente esta empresa atiende a más de 200 clientes en Guayaquil, Quito, Manta, Ambato, Santa Elena, Duran, el Triunfo y más de 400 comercios en todo el país.

Flexiplast: Esta compañía también tiene una gran trayectoria en el mercado. Ellos tienen el respaldo de grandes clientes en el país.

Desde el 2008, ellos también producen y venden fundas oxobiodegradables, y uno de sus principales clientes es La Favorita, junto con ellos desarrollaron el proyecto de las fundas ecológicas. Las fabrican en diferentes presentaciones:

tamaño industrial, cocina y baño. Esta empresa fue la primera en producir fundas ecológicas.

Competidores indirectos:

- Platiguayas
- Plastiempaques
- Migplas
- Platiquil
- Plásticos Int.
- Manaplast
- Plastifun

2.3 ENTREVISTA

METODOLOGÍA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a que se está creando una empresa para comercializar un producto nuevo, fundas de fécula de papa, necesitamos entrevistar a una persona que haya empezado un negocio similar para que nos pueda dar información válida para tener una guía.

FINALIDAD

Elegir un modelo de negocio basado en la información que nos proporcionará el entrevistado.

OBJETIVOS

- Aprender de los problemas a los que se deben enfrentar al poner en marcha el proyecto y determinar oportunidades del negocio que pueden ser aprovechadas.
- Descubrir la opinión del entrevistado sobre el crecimiento de este mercado.

METODO A UTILIZAR

Para realizar esta entrevista, se escogió la metodología abierta. Aunque llevamos una guía de preguntas, tenemos la flexibilidad necesaria para poder ampliar los temas de conversación. La guía simplemente es para recordar los temas importantes a tratar.

GUIA DE LA ENTREVISTA

- 1.- En qué año empezó las actividades su empresa?
- 2.- A qué se dedica la empresa específicamente?
- 3.- Como inició la idea de esta empresa?

4.- Con que obstáculos se encontró al iniciar el negocio? En términos legales y de competencia?

5.-Cómo mitigó los posibles impactos o riesgos del mercado a su negocio cuando recién empezó?

6.- Estableció ud un plan de contingencia en caso de que haya un problema en la cadena de supply chain?

7.- Cómo ve usted el tema ecológico en este mercado?

8.- Cree usted que este es un mercado en crecimiento, refiriéndonos al boom ecológico que hay actualmente?

9.- Usted considera que este es un sector donde hay oportunidades para nuevas empresas? Por qué?

10.- Con la experiencia que usted tiene en este negocio, que aconsejaría a los emprendedores que desean entrar con nuevas ideas a este sector?

DISTRIBUIDORA CAROLITA: Distribuidora de Fundas plásticas

Contacto: - Carolina Maura - Propietaria

Herramientas

Como acopio y respaldo de información se procedió a grabar las entrevistas en formato video.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

De acuerdo a lo recogido en las diversas preguntas a la entrevistada se pudo establecer los siguientes resultados:

- Primero se ahondó en un sus raíces y sus inicios en el negocio, ella a pesar de ser joven, tiene con el negocio desde hace 7 años, el negocio se encuentra ubicado en la calle Pedro Pablo Gómez y distribuye fundas a tiendas y

almacenes del Mercado Central, Centro Comercial Bahía Mall, Locales del Centro, Albocentro y Garzocentro.

- Acorde a lo dicho por la entrevistada ella piensa que sin duda vio una posibilidad de negocio en el mercado de las fundas plásticas, ya que es un producto que se utiliza muy a menudo, en cualquier compra. La idea de su negocio nació de su padre quien es comerciante también de artículos varios en el centro de la ciudad.

- Otro punto a tratar es la forma de mitigación de los problemas que se dan al emprender un negocio, ella respondió que hay que buscar la manera de vender el producto, si hay alguna traba al momento de comercializar hay que ahondar en otros medios de introducir el producto. En este punto se tocó el tema de los nuevos impuestos que van a regir muy pronto así como lo han hecho en otras partes del mundo, a lo que respondió que poco a poco se van a ir incorporando nuevos materiales y los costos van a aminorarse y que si bien el cambio pareciera imperceptible si se logra un gran cambio en la mente de la sociedad.

- Al preguntarle sobre este boom ecológico y la llegada de nuevas empresas, ella contestó que los emprendedores deben aprovechar esta situación ya que el mercado se está abriendo a nuevas tecnologías, así como su empresa que de a poco está en vías de implementar fundas ecológicas para así no perder mercado y cumplir con las nuevas leyes a regir. Ella aconsejaría tomar ventaja de la expectativa que se ha logrado por el cuidado al medio ambiente y lanzarse de lleno.

2.4 FOCUS GROUP

METODOLOGÍA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a la tradición de gratuidad de las fundas para con los consumidores por parte de las empresas, se busca esclarecer si las personas estarían dispuestas a cambiar dichos hábitos y pagar por las fundas. Todo desde la perspectiva de

las personas encargadas del departamento de marketing, los cuales tienen un amplio conocimiento de sus clientes y de su mercado.

FINALIDAD

Establecer la disposición de las empresas en relación a los costos de las fundas y la asunción por parte de las empresas o las formas de traslado de dichos costos a los consumidores finales.

OBJETIVOS

- Determinar los gustos y preferencias de los potenciales consumidores con respecto al producto.
- Descubrir el comportamiento de los consumidores desde el punto de vista de las empresas, respecto a este tipo de producto.

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Probar que debido a los hábitos de los consumidores, las empresas se ven en la necesidad de regalar las bolsas a sus clientes.

METODO A UTILIZAR

Para el reclutamiento de los entrevistados se utilizó factores básicos de pertinencia en búsqueda de cierta diversidad que nos ayude a obtener los objetivos y probar nuestra hipótesis, ya que se entrevistaron a empresas que todavía no utilizan fundas ecológicas y a una empresa que ya las emplea.

Dentro de los convocados se realizaron las entrevistas a las siguientes empresas.

PIGEON: Distribuidor de artículos para bebés y madres en lactancia.

Contacto: Antonieta González Baquerizo - Jefa de Marketing



TELEFONICA MOVISTAR: Provedora de servicios de telefonía móvil.

Contacto: Alina Orellana - Analista de Branding y Mercadeo.



COMPUTRON: Venta de productos tecnológicos

Contacto: Itamar Rodríguez - Gerente de Local Computron Fco. de Orellana



Temas a tratar

Los temas tratados en las entrevistas son aquellos que nos ayudarán a resolver las interrogantes y a alcanzar los objetivos propuestos.

Si bien las entrevistas fluyeron como conversaciones siempre se mantuvieron las mismas preguntas básicas:

1. Área en la que se desempeña el entrevistado
2. ¿En qué tipo de funda entrega los productos que comercializa?
3. ¿Cuál es su opinión acerca del proyecto y su producto en particular?
4. ¿Tienen en proyecto la utilización de fundas biodegradables?
5. ¿Estarían sus clientes dispuestos a pagar por la funda, o ellos estarían dispuestos a asumir un porcentaje de la misma y que el valor restante sea pagado por sus clientes?

Herramientas

Como acopio y respaldo de información se procedió a grabar las entrevistas en formato video.

Las entrevistas tuvieron un promedio de duración de 7 minutos.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

De acuerdo a lo recogido en las diversas preguntas a los entrevistados se pudo establecer los siguientes resultados:

- Las empresas entrevistadas están en el umbral de la era ecológica, son empresas en expansión que buscan atraer la atención de nuevos clientes, por lo que están en búsqueda de ideas innovadoras que los puedan ayudar a su cometido.
- La mayoría de las empresas entregan sus productos en fundas plásticas, sin embargo ya ha surgido una conciencia ambiental en el entorno lo que los obliga

de cierta manera a cambiar sus fundas. Por lo tanto aunque todavía no cuenten con fundas ecológicas si tienen en proyecto su implementación.

- En el caso de Telefónica Movistar, esta empresa ya cuenta con una ISO ambiental y buscan maneras de mejoramiento en dicho aspecto, por lo que su conciencia ecológica está aún más desarrollada, ya utilizando fundas oxobiodegradables de proveedores locales.

- Todas las empresas entrevistadas tienen una opinión positiva hacia el proyecto de las fundas biodegradables de fécula de papa, especialmente por la ola ambiental vigente y por el tipo de producto que se les ofreció.

- Si bien la mayor parte de las empresas entrevistadas no creen factible el cobro a sus clientes de las fundas, debido a que los mismos "no se encuentran en capacidad culturalmente de aceptar la compra de la funda" ellos seguirían asumiendo del valor de las mismas.

- En el caso de Movistar, ellos afirmaron que nunca cobrarían directamente el costo a sus clientes, sino que asumirían el valor. Computron debido a la cultura por el momento no cobrarían la funda en lugar de eso para aminorar costos reducirían los tamaños de las mismas. Pigeon no considera por el momento cobrar la funda, pero si expresó un interés de compra por parte de un cierto grupo de sus clientes.

En conclusión, se podría determinar que aunque nuestra cultura de compra y los hábitos que ésta encierra por parte de los consumidores aún no se encuentran preparados para el cobro de dicha funda, debido a su idiosincrasia ya que siempre un objeto extra de su proceso de compra se considera que debería de ser gratis o el hecho de mencionar el valor de la funda resulta un poco grotesco para algunos clientes. Sin embargo, en las entrevistas se pudieron encontrar una brecha que afirma lo contrario, indicando que efectivamente si cabe una probabilidad de la existencia de un cierto grupo de consumidores que están dispuestos a pagar por un tipo de funda, aquellos que de acuerdo a nuestra sociedad es "novelero" y le agradan los productos

innovadores que vayan acorde a las tendencias de los mercados, como esta funda que según el tipo de cliente(empresa) tendrá una presentación diferente.

2.5 ENCUESTAS

METODOLOGÍA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a que las bolsas de plástico son objetos cotidianos en nuestras vidas y de fácil acceso, ya que se distribuyen de manera gratuita, la idiosincrasia del pueblo ecuatoriano crea un obstáculo al momento de comercializarlas; por lo tanto necesitamos encuestar a los clientes potenciales para ver el nivel de aceptación de compra de las bolsas.

FINALIDAD

Tomar decisiones con respecto al proyecto de manera que nos permita determinar nuestros clientes y nuestros consumidores finales.

OBJETIVOS

- Este estudio se nos permitirá confirmar criterios o responder incertidumbres con respecto al producto, precio, plaza o promoción.
- Descubrir la opinión del encuestado sobre la factibilidad de compra de las bolsas por parte del consumidor final.

FORMULACION DE LA HIPOTESIS

Probar que debido a los hábitos de los consumidores son reflejos de lo indicado en las entrevistas a encargados de marketing de las empresas.

METODO A UTILIZAR

Para realizar esta encuesta, escogimos la metodología de preguntas cerradas, para su mejor tabulación, posterior comparación y valoración. Además se estableció una frecuencia de datos yendo de lo general a lo particular, siendo las preguntas concretas, cortas, con palabras comunes y sin ambigüedades.

Las variables que determinaremos nos ayudaran a clasificar el mercado y enfocar nuestro proyecto hacia el segmento potencial y el precio que están dispuestos a pagar, para una buena introducción del producto al mercado.

(VER ANEXO #1)

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Para la determinación de la muestra se ha decidido utilizar el método de Muestreo Aleatorio Estratificado, mediante el cual a los individuos de la población se les va a escoger al azar para la contestación de las preguntas según los lugares de residencia elegidos.

De acuerdo al método de Muestreo Aleatorio Estratificado hemos determinado que nuestra población es la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui, barrios de clase media-alta y la zona de vía a Samborondón, parroquia Tarifa.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula en el caso de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Nz^2 a pq}{[e^2 (N - 1) + z^2 a pq]} \quad (b), \text{ siempre que: } np \geq 5 \text{ y } nq \geq 5$$

Siendo:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

a = el nivel de confianza elegido.

Za = el valor de z (siendo z una variable normal centrada y reducida), que deja fuera del intervalo $\pm za$ una proporción a de los individuos.

p = proporción en que la variable estudiada se da en la población.

$$q = 1 - p.$$

e = error de la estimación.

Cuadro 1: Determinación del tamaño de la muestra en el caso de poblaciones finitas

POBLACION	MARGENES DE ERROR					
	1 %	2 %	3 %	4 %	5 %	10 %
500					222	83
1.000				385	286	91
5.000		1.667	909	556	370	98
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100

NOTA: Los espacios que quedan en blanco en el cuadro es porque los valores que se obtienen son superiores a la mitad de la población. Cuando esto ocurre lo más aconsejable es coger toda la población directamente, a no ser que hayan razones de otra índole que aconsejen no trabajar con su totalidad.

Cuadro# 4
Tamaño muestra

Zonas	Población por zona	Porcentaje población	Encuestas por sector
Samborondón	30.000,00	61%	244
Ceibos	4.800,00	10%	39
Kennedy	8.000,00	16%	65
Centenario	1.200,00	2%	10
Garzota	1.600,00	3%	13
Urdesa	3.600,00	7%	29
Totales	49.200,00	100%	400

Cuadro #5
Población encuestas

Población:

Cantón Guayaquil

Cantón Samborondón

Parroquia Tarifa

Barrios clase media - alta y alta.

DETERMINACION NIVEL DE CONFIANZA Y MARGEN DE ERROR

Se utilizará un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, por lo tanto el tamaño de la muestra es de 398 personas.

Herramientas

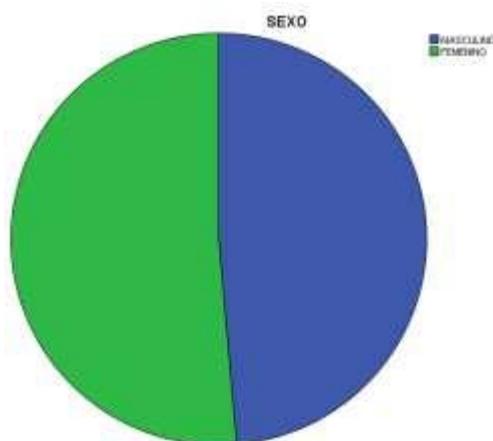
Como acopio y respaldo de información se procedió a imprimir las encuestas realizadas.

También para el proceso de tabulación, análisis de datos y gráfico se utilizó el programa estadístico SPSS 17.

RESULTADOS

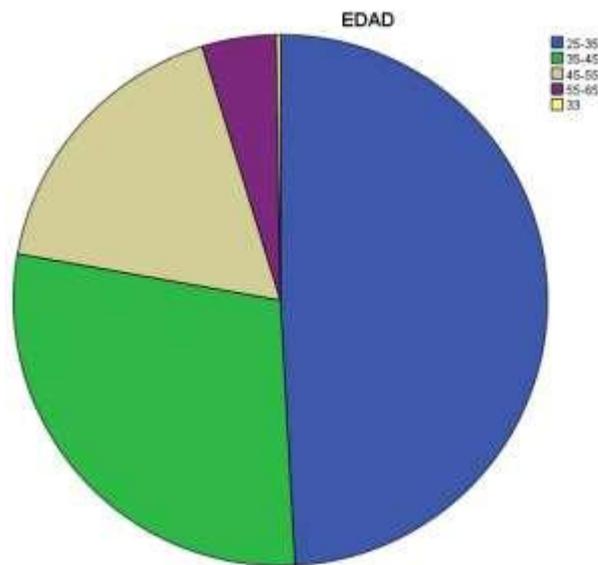
Tabla de frecuencia

		SEXO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MASCULINO	195	48,6	48,6	48,6
	FEMENINO	206	51,4	51,4	100,0
	Total	401	100,0	100,0	



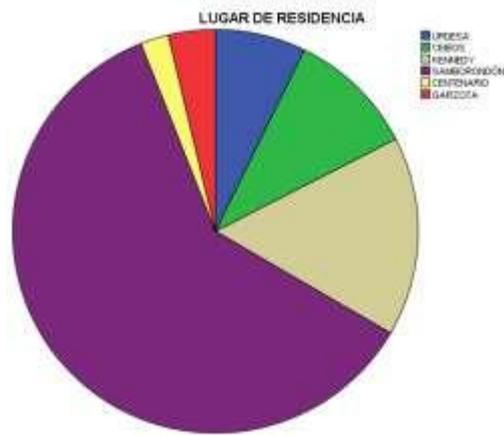
EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	25-35	197	49,1	49,1	49,1
	35-45	115	28,7	28,7	77,8
	45-55	70	17,5	17,5	95,3
	55-65	18	4,5	4,5	99,8
	33	1	,2	,2	100,0
	Total	401	100,0	100,0	



LUGAR DE RESIDENCIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	URDESA	29	7,2	7,2	7,2
	CEIBOS	41	10,2	10,2	17,5
	KENNEDY	64	16,0	16,0	33,4
	SAMBORONDÓN	243	60,6	60,6	94,0
	CENTENARIO	9	2,2	2,2	96,3
	GARZOTA	15	3,7	3,7	100,0
Total	401	100,0	100,0		



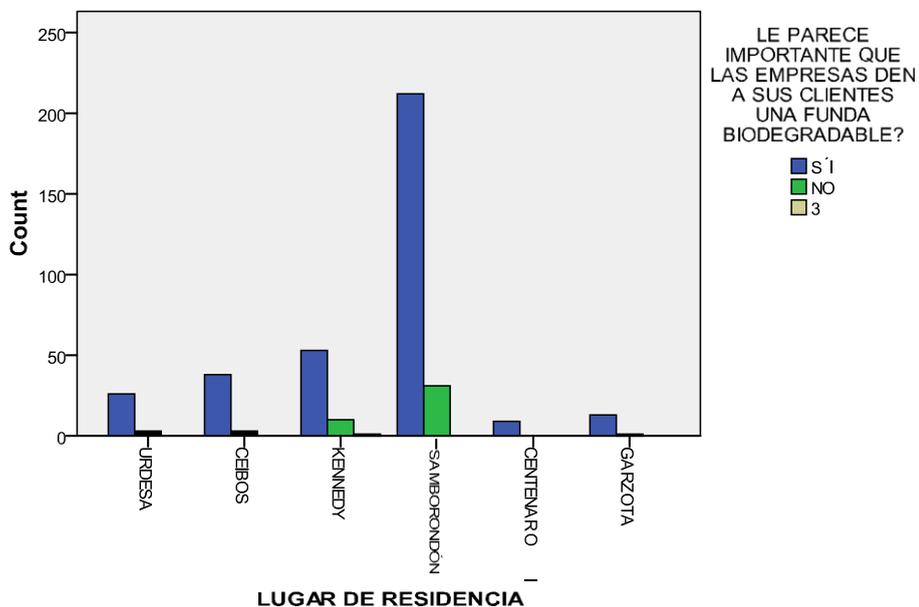
TABLAS CRUZADAS

LUGAR DE RESIDENCIA * LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS CLIENTES UNA FUNDA BIODEGRADABLE? Crosstabulation

Count

		LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS CLIENTES UNA FUNDA BIODEGRADABLE?			Total
		SÍ	NO	3	
LUGAR DE RESIDENCIA	URDESA	26	3	0	29
	CEIBOS	38	3	0	41
	KENNEDY	53	10	1	64
	SAMBORONDÓN	212	31	0	243
	CENTENARIO	9	0	0	9
	GARZOTA	13	1	0	14
Total					400

Bar Chart



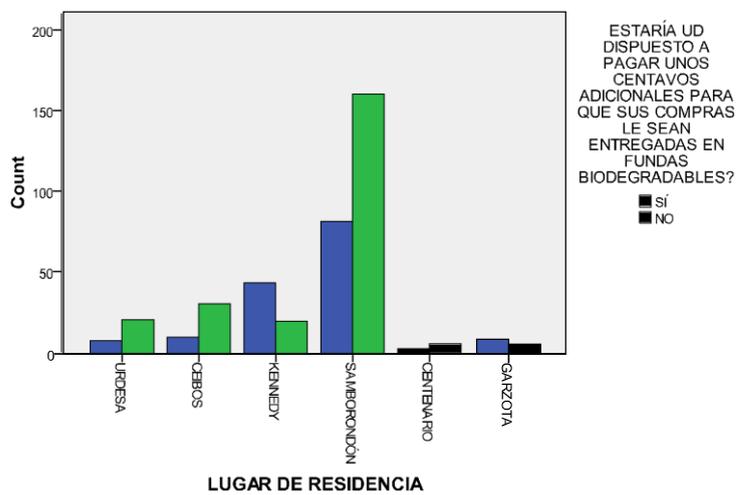
LUGAR DE RESIDENCIA * ESTARÍA UD DISPUESTO A PAGAR UNOS CENTAVOS ADICIONALES PARA QUE SUS COMPRAS LE SEAN ENTREGADAS EN FUNDAS BIODEGRADABLES?

Crosstabulation

Count

		ESTARÍA UD DISPUESTO A PAGAR UNOS CENTAVOS ADICIONALES PARA QUE SUS COMPRAS LE SEAN ENTREGADAS EN FUNDAS BIODEGRADABLES?		Total
		SÍ	NO	
LUGAR DE RESIDENCIA	URDESA CEIBOS	8	21	29
	KENNEDY	10	31	41
	SAMBORONDÓN	44	20	64
	CENTENARIO	82	161	243
	GARZOTA	3	6	9
		9	6	15
Total		156	245	401

Bar Chart

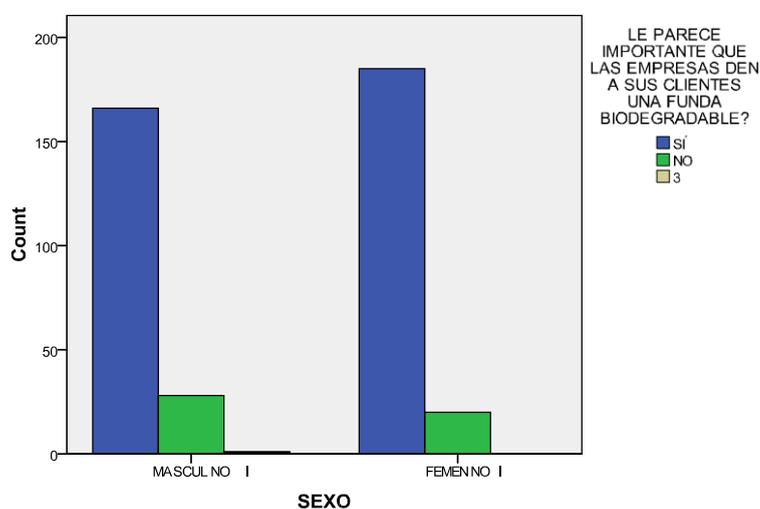


**SEXO * LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS
CLIENTES UNA FUNDA BIODEGRADABLE? Crosstabulation**

Count

		LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS CLIENTES UNA FUNDA BIODEGRADABLE?			Total
		SÍ	NO	3	
SEXO	MASCULINO	166	28	1	195
	FEMENINO	185	20	0	205
Total					0

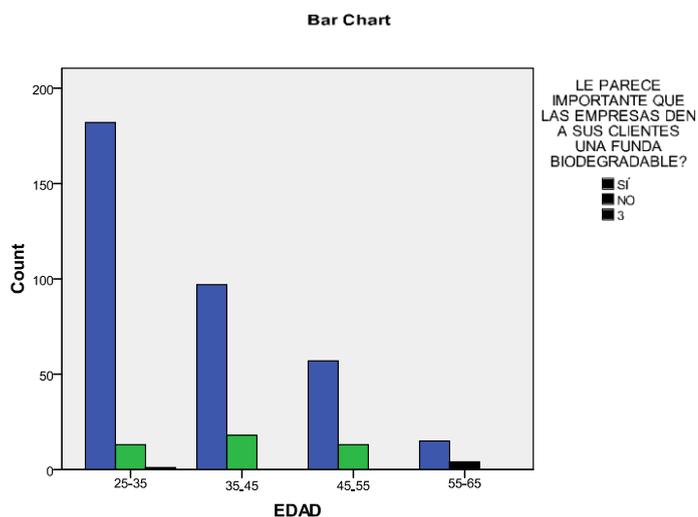
Bar Chart



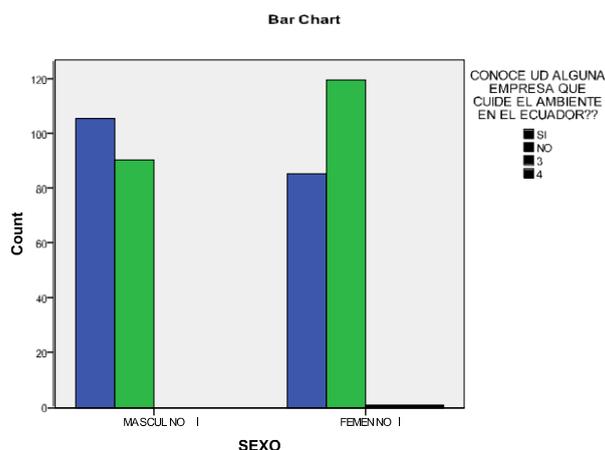
**EDAD * LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS CLIENTES UNA FUNDA
BIODEGRADABLE? Crosstabulation**

Count

		LE PARECE IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS DEN A SUS CLIENTES UNA FUNDA BIODEGRADABLE?			Total
		SÍ	NO	3	
EDAD	25-35	182	13	1	196
	35-45	97	18	0	115
	45-55	57	13	0	70
	55-65	15	4	0	19
Total		351	48	1	400



		CONOCE UD ALGUNA EMPRESA QUE CUIDE EL AMBIENTE EN EL ECUADOR??				Total
		SI	NO	3	4	
SEXO	MASCULINO	105	90	0	0	195
	FEMENINO	85	119	1	1	206
Total		190	209	1	1	401



2.6 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

De acuerdo a lo recogido en las diversas preguntas a los encuestados se pudo establecer los siguientes resultados:

De las zonas encuestadas al 88% de la población le parece importante que las empresas entreguen fundas biodegradables a sus clientes la más interesada en el tema es la zona de vía a Samborondón con el 60%, seguida por la zona Kennedy con el 15.10%, siendo las mujeres con el 53% las más preocupadas

por este aspecto. Estas mujeres pertenecen al grupo de personas de 25-45 años con el 79%.

Las encuestas dejaron ver que el 52% no conoce alguna empresa que cuide el ambiente, siendo las mujeres las que tienen un mayor desconocimiento.

Los datos también arrojaron que el 61% de la población encuestada no estaría dispuesta a pagar por las fundas. Siendo la zona Samborondón con mayor porcentaje 65%; El 39% de la población si estaría dispuesta a pagar por ellas en locales comerciales tipo supermercados con el 9.7%, en tiendas de tecnología 7.7%, tiendas de ropa 6.2% y tiendas de artículos varios, farmacias y tiendas de telefonía con menor porcentaje.

En conclusión, se puede determinar que en su mayoría la población aún no logra identificar claramente las empresas que cuiden el ambiente, ellas no han logrado en la sociedad ese impacto que se necesita para crear conciencia.

Si bien a la población le interesa el aspecto ecológico y ve de buena manera que las empresas se preocupen por ello, la gran mayoría de dicha población no desea aún pagar por las fundas sino que las empresas sigan asumiendo ese costo.

2.7 PROPUESTAS DE MERCADO

2.7.1 DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

ANÁLISIS DE CLIENTES	
	Conclusión
Edad Promedio y género?	Edad: Empresas mínimo 5 años en el mercado. Género: Tiendas departamentales textiles, tiendas de tecnología, tiendas de tecnología celular, tiendas de artículos para bebés, supermercados en desarrollo.
¿Cuánto está dispuesto a pagar?	Están dispuestos a asumir el costo de las fundas en primera instancia, y con el tiempo podrían compartir el costo con sus clientes.
¿Dónde están ubicados y dónde compran?	Ubicación: Están ubicados en Guayaquil, y varias ciudades principales del país. Compran a proveedores nacionales
¿Cómo compran? (cantidades, formas de pago)	Compran: al por mayor. Pago: a crédito.
¿Cada cuánto compran?	Frecuencia: Mensual, bimensual y trimestral
¿Qué necesidades tienen? (relacionadas con sus productos o servicios)	*Mejoramiento de su imagen corporativa de responsabilidad social ambiental. *Aumentar la competitividad y rentabilidad. * Obtener la certificación ISO Ambiental.
¿Cómo cree usted que sus productos y servicios cubrirán esas necesidades?	Para la obtención de la certificación Ambiental uno de los requisitos es utilizar fundas ecológicas. Ofrecemos innovación Europea y gracias a la normativa garantiza la calidad del producto, lo cual mejora su imagen corporativa de protección al medio ambiente, haciendo que sus clientes piensen que sus empresas son mejores y sus productos respetuosos del medio ambiente, que cuentan con responsabilidad y que pueden identificarse con ellas. Estos aspectos mejoran su competitividad y aumenta la rentabilidad

Matriz de Identificación de Roles (Consumidores)	
Conclusión	
¿Quién es la persona que realiza la compra?	Persona encargada del dpto. de compras (Jefe de Compras)
¿Quién es la persona que influye en la compra?	Cabezas de hogar y Jóvenes adultos
¿Quién es la persona que decide la compra?	Departamento de mercadeo (Imagen corporativa y branding)
¿Quién es la persona que usa el producto?	Cabezas de hogar y Jóvenes adultos

2.8 PRODUCTO

2.8.1 Líneas de Producto

Inicialmente la empresa tendrá dos líneas de producto:

*La funda camiseta hecha de fécula de papa, que depende de los requerimientos del cliente por el diseño.

Tamaños



* La funda asa Lazo hecha de fécula de papa, y también dependerá de los requerimientos del cliente en materia de diseño.

Tamaño 43x60

Sin embargo luego las líneas de producto podrían expandirse a fundas de basura con autocierre y una línea de plásticos biodegradables para uso agrícola(BIOPLAST).

2.8.2 Creación de valor

Desarrollar beneficios exclusivos y mejoras en función de la tendencia del mercado que es el uso de productos ecológicos.

* **Contrato de Exclusividad:** Se procederá a realizar un contrato de exclusividad de venta de fundas de fécula de papa, con nuestro proveedor la empresa española Sphere Spain, con la finalidad de impedir el ingreso al país de este tipo específico de fundas de este material, y ser los importadores exclusivos de las mismas.

* **Convenio de Reciclaje:** Como un agregado a nuestro producto, nuestra empresa tendrá una alianza con la empresa SAMBITO para ofrecer a nuestros clientes el servicio de Reciclaje totalmente gratuito. Además esta empresa hará la representación de nuestro producto y ayudará a la promoción de nuestra marca.



http://www.sambito.com.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=198:representacion-de-productos-y-marcas-ecologicas-&catid=56:proyectos&Itemid=307

* **Política de compensación:** Si la mercadería entregada llega en mal estado(rota, abierta o con un diseño incorrecto) la empresa compensará al

cliente con un nuevo tiraje acorde a dicha cantidad de mercadería. Adicional si la mercadería sufre daños luego de 1 mes se reabastecerá al cliente sin costo.

2.8.3 PRECIO

El precio fijado para las fundas depende del costo de importación de las mismas y el margen de ganancia acorde a la industria, siempre tomando en cuenta el crecimiento del mercado que oscila entre 25% al 40%⁷ y la inflación, en este caso es de 5.39%⁸

El precio de la funda camiseta es de \$20 la caja de 100 unidades y es destinada a Supermercados, Hipermercados, Tiendas Grandes de abarrotes.

El precio de la funda Asa Lazo es de \$25 la caja de 100 unidades y está destinada a Tiendas de textiles, de telefonía celular, tecnología y artículos varios.

2.8.4 PLAZA

Debido al hecho de que ECOPAP no va a tener local de venta al público de las fundas, éstas serán distribuidas por nuestros clientes en sus locales.

Las fundas de fécula de papa van a ser encontradas según el tipo de funda en los siguientes lugares:

- **Funda tipo camiseta:** En supermercados, hipermercados, tiendas ferreteras.
- **Funda asa lazo:** En tiendas departamentales textiles, tiendas de tecnología, tiendas de telefonía celular, tiendas de artículos para bebés.

⁷ <http://www.eluniverso.com/2010/07/13/1/1356/envases-biodegradables-ganan-espacio-mercado.html>

Fuente: El Universo

⁸ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.8.5 PROMOCIÓN

Para la promoción de nuestro producto se utilizarán ciertos medios de promoción que nos permitirá penetrar en el mercado y en la mente de los clientes y de los consumidores.

- * **Publicidad** en la revista de ASEPLAS, la misma que se da en la Feria Internacional de la industria plástica (más de 5000 ejemplares)
- * **Ventas personales:** Presentaciones sobre el producto a las empresas potenciales por parte de los ejecutivos de venta.
- * **Marketing directo:** teléfono y correo electrónico.
- * **Relaciones Públicas:** Iniciar y mantener una buena relación con los directivos de las posibles empresas, mediante invitaciones a almuerzos a los representantes de dichas empresas.
- * **Publicidad Blanca:** Apoyo con un enfoque preventivo en contra de los desechos, mediante spots publicitarios en medios masivos.

2.9 PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING

2.9.1 OBJETIVOS COMERCIALES

Objetivo General del Plan de Marketing

- Captar 20 clientes que compren en promedio 10000 fundas en el primer año.

Objetivos Específicos del plan de marketing

- Concientizar a la población del daño que hacen las fundas plásticas.
- Posicionar la marca como un producto que se preocupa por cuidar el ambiente.
- Visitar clientes potenciales, los cuales podrían estar interesados en nuestra propuesta.

- Ser percibidos como una empresa que cumple con sus pedidos a tiempo, mediante la utilización de un sistema logístico avanzado que nos permita llegar al 90% de puntualidad.
- Alcanzar la notoriedad de la marca en un lapso de 2 años, como los vendedores de la primera funda 100% biodegradable compostable del país.
- Conseguir una mejora de tecnología para impresión de las fundas luego de 2 años.
- Incrementar las alianzas estratégicas con empresas que mejoren el valor agregado de la compañía en un lapso de 1.5 años.

2.9.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Para el posicionamiento del producto es importante en primer lugar el desarrollo la marca mediante acciones que nos permitan lograr objetivos más pequeños en períodos menores de tiempo.

Estas estrategias creativas de marketing incrementarán la flexibilidad de la organización para adaptarse al cambio y la capacidad para alcanzar las metas propuestas.

- Estrategia de Pull
- Estrategia de Marketing de Guerrilla
- Videos de concientización
- Alianza estratégica de Sambito, anunciando que esta empresa patrocina a nuestro producto porque le parece una buena idea para ayudar al medio ambiente.
- Preparación fuerza de ventas para visitas a los clientes.

2.9.3 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS

Estrategia de Pull

Estableciendo la estrategia de pull se orienta los esfuerzos de comunicación en el comprador. Ésta tiene como objetivo que el consumidor exija nuestros productos en el punto de venta para forzar a las empresas a tener en existencias dicho producto. Si las empresas no quieren perder clientes deberán aprovisionarse y comprar la marca solicitada. Así veremos reforzada la capacidad de negociación del producto.

Para lograr dichos resultados vamos a realizar:

Campaña de Información

Utilizando este tipo de campañas no solo creamos un misterio alrededor del producto, por su innovación, sino que también se informa al consumidor sobre las características, tecnologías, ofreciéndoles el compromiso de calidad Europea y recordarles los beneficios del producto ecológico.

En esta campaña de información se van a dar conferencias en colegios y universidades sobre el efecto del daño causado por las fundas de plástico y como su utilización afectará hacia el futuro, según los resultados arrojados en las encuestas siendo la población más joven la más preocupada por el medio ambiente y su cuidado; además se informará sobre dejar de usar las fundas plásticas y las nuevas tecnologías respecto a este tema, introduciendo nuestro producto de a poco.

Adicionalmente se recalcará la acción del gobierno del impuesto verde de \$0.10 sobre las fundas de plástico, el mismo que se aumentará a \$0.20 centavos en un lapso de 3 años, acorde a las declaraciones del Ministerio de Finanzas⁹, sembrando la idea en la población sobre la utilización de la funda para ayudar a proteger el ambiente.

⁹ http://www.elcomercio.com/negocios/Finanzas-aclara-impuesto-botellas-plastico_0_496150408.html?print=1, 9- Jun-11

Campaña de expectativas

Se realizará una publireportajes y publicaciones en medios masivos de interés, para así educar a los consumidores y mantener la credibilidad ecológica de los productos y de la empresa. Haciendo énfasis en el daño de las fundas de plástico y en nuestro producto de una nueva empresa emprendedora que ha traído las fundas al país.

Estrategia Marketing de Guerrilla

En esta estrategia se empleará mensajes creativos y diferentes que llamen la atención de los transeúntes para crear conciencia en la sociedad, aumentando aún más la expectativa en los consumidores, para lograr que hablen del producto y así las empresas se vean obligadas a tener el producto.



La estrategia de Guerrilla contendrá anuncios ambulantes en las calles de la ciudad, mensajes creativos que ayudarán a aminorar los costos de marketing.

Ambas estrategias nos abrirán puertas con los clientes potenciales ya que no solo los consumidores tienen la expectativa hacia el producto, sino también dichos clientes. Con ese tipo de estrategias les estamos asegurando que los consumidores ya conocen el producto, lo que dará una ventaja competitiva para la empresa.

2.9.4 COSTOS

Dentro de los costos se detalla el cuadro de planificación de costos. (VER ANEXO 2)

CAPITULO 3

3. PLAN DE NEGOCIO

3.1 DISEÑO O DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO (INCLUYE SUB-PRODUCTOS)

El producto son fundas de fécula de papa, luego de un proceso de producción se logra obtener un material que permite fabricar fundas 100% biodegradables, compostables, reciclables y reutilizables. Las fundas tendrán el logo de cada uno de nuestros clientes.

Subproducto:

La funda camiseta hecha de fécula de papa, que depende de los requerimientos del cliente cambiará el tamaño, forma y diseño.

Tamaños

Tamaño: 26x48

Material: 100% biodegradable compostable fabricada a partir de almidón de papa y certificada por la normativa europea.

Presentación: Funda camiseta biodegradable, presentada en paquetes de 300 unidades.

Impresión: El logo que el cliente solicite. Puede ser a dos caras, o de un solo lado.

Peso de la funda (en gramos): 7.2g

Fabricada en: Zaragoza, España.

Impresión del Logo: Guayaquil, Ecuador.

Tamaño: 29x50



Material: 100% biodegradable compostable fabricada a partir de almidón de papa y certificada por la normativa europea.

Presentación: Funda camiseta biodegradable, presentada en paquetes de 300 unidades.

Impresión: El logo que el cliente solicite. Puede ser a dos caras, o de un solo lado.

Peso de la funda (en gramos): 9,5g

Fabricada en: Zaragoza, España.

Impresión del Logo: Guayaquil, Ecuador.



Tamaño: 43x60

Material: 100% biodegradable compostable fabricada a partir de almidón de papa y certificada por la normativa europea.

Presentación: Bolsa aza lazo biodegradable, presentada en paquetes de 250 unidades.

Impresión: El logo que el cliente solicite. Puede ser a dos caras, o de un solo lado.

Peso de la funda (en gramos): 48,2g

Fabricada en: Zaragoza, España.

Impresión del Logo: Guayaquil, Ecuador.



Sin embargo luego las líneas de producto podrían expandirse a fundas de basura con autocierre y una línea de plásticos biodegradables para uso agrícola (BIOPLAST).

3.2 PROCESOS DE PRODUCCIÓN

En nuestro caso, nosotros en un principio vamos a importar las fundas. No vamos a producir las fundas, pero si vamos a realizar la impresión del logo que cada cliente requiera.

El proceso sería el siguiente:

1.- Contactar a los clientes por medio de la fuerza de venta para tomar los pedidos, ya sea por medio de correo electrónico o visitándolos. En caso de que sea la primera visita, se llevará una muestra de cada tamaño de funda y una presentación explicando las características de cada una. Cuando la comunicación sea por medio de correo electrónico, se enviará por este medio fotos de las fundas o lo que el cliente necesite. También se le solicita al cliente el diseño del logo.

3.- En caso de ser cliente nuevo, se le envía una proforma indicando los valores de lo solicitado.

4.- Se establece la forma y tiempo de pago del cliente.

5.- Se receipta el pedido ya confirmado por el cliente, se consolidan todos los pedidos.

6.- Se hace el pedido a nuestro proveedor en España.

7.- Se revisa en la computadora el diseño, que el tamaño y todo este correcto. En caso de que exista algún desperfecto la persona encargada lo arreglará antes de proceder con la impresión.

8.- Se verifican los colores de la tinta que van a ser utilizados, y se procede a colocar las fundas en la máquina para comenzar con la impresión de los logos.

9.- Control de calidad: Habrá una persona encargada de detectar cualquier anomalía en las fundas una vez que salen de la impresión.

10.- Las fundas que están en correcto estado, pasan a embalaje por cajas de 100 unidades por modelo.

11.- Se las transporta con el montacarga a la bodega de producto terminado.

12.- Se realiza la facturación de las fundas por cliente.

13.- Se coordinan las fechas y horarios de entregas. Las facturas son entregadas junto con las fundas.

14.- Se llama al cliente a confirmar si el producto está acorde a lo que él esperaba, es decir se hará seguimiento por medio de la postventa.

15.- El departamento de cobranzas se encarga de llamar a los clientes que están en mora.

3.2.1 PROCESO DE IMPRESIÓN DE LAS FUNDAS

1.- Se coloca la tinta en la máquina, previamente se estableció el color a utilizar.

2.- Se ponen las fundas para que la máquina empiece con la impresión. La máquina es automática, por lo que durante el proceso no se debe colocar ningún tipo de material.

3.- Una vez que las fundas empiezan a salir impresas, se realiza el procedimiento anteriormente mencionado.

3.3 DIAGRAMA DE FLUJO PROCESOS

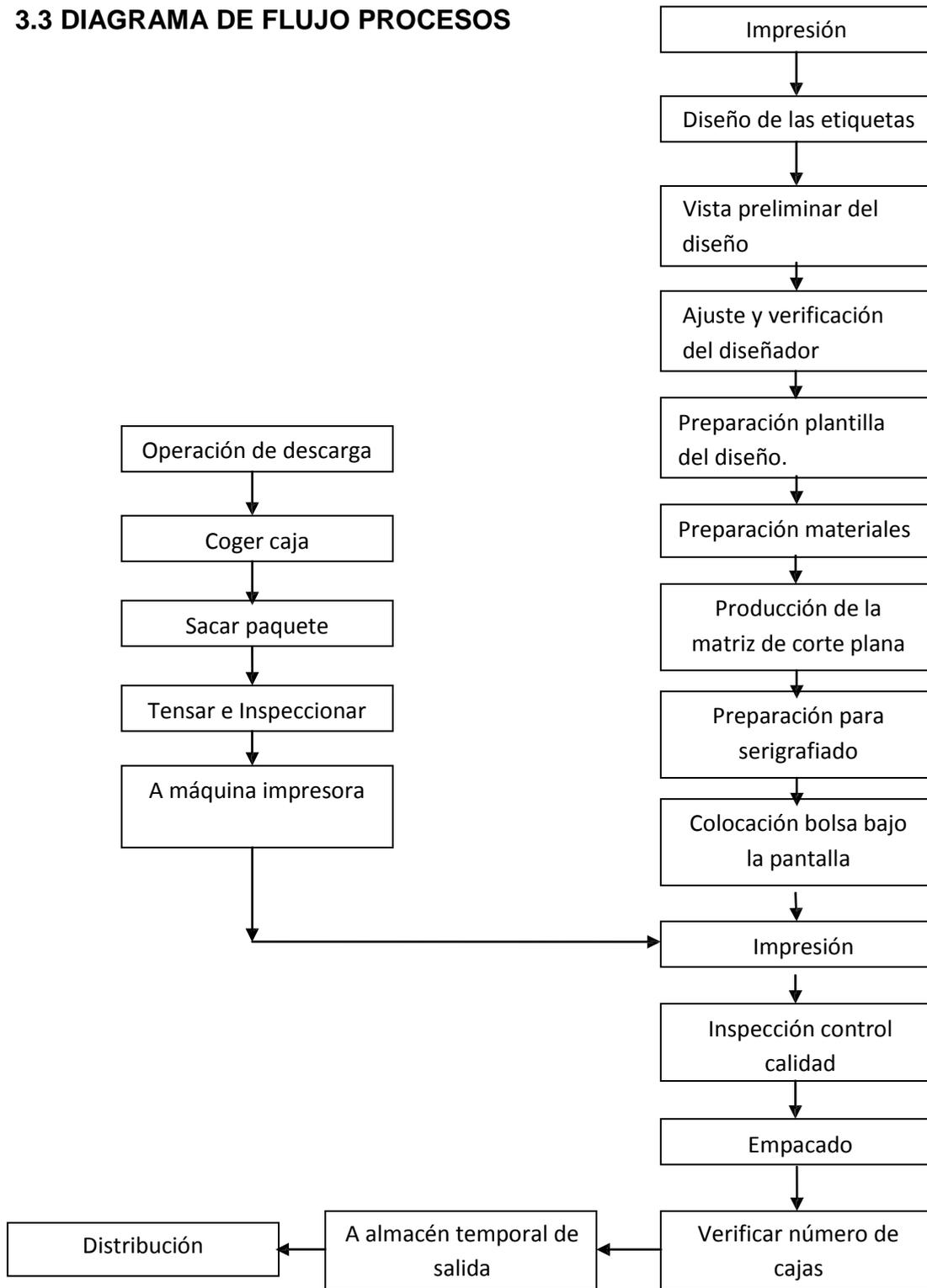


Grafico #1
Diagrama de Flujo Procesos

3.4 UBICACIÓN DEL PROYECTO (PLANTA)

Se encontrará localizado en un sector industrial de la ciudad de Guayaquil, en el km 10.5 vía a Daule, en el Parque Industrial Inmaconsa. En este lugar por ser un sector industrial se encuentran fábricas y bodegas, y es un sector destinado por el municipio de Guayaquil para procesos productivos.



Gráfico #6
Diseño Planta

3.5 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PLANTA

Análisis de la capacidad de planta.

En la planta se tendrá una capacidad instalada de impresión de las bolsas acorde al número de máquinas de serigrafía, a la capacidad de impresión por hora y al número de horas trabajadas

Número Máquinas	5
Impresión/hora	1000
Horas Laboradas	80
Total Mensual	400000

Se trabajaran 2 turnos de 8 horas al día, durante 5 días de la semana, un total de 80 horas mensuales; dando como resultado la capacidad de impresión de la planta de 400.000 bolsas al mes.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto la planta tiene una capacidad de impresión de 400.000 bolsas mensuales trabajando 2 turnos de 8 horas y 5 días a la semana, utilizando 6 máquinas que imprimen más de 1000 fundas por hora para abastecer los pedidos de clientes que pudieran surgir. Todo esto sin utilizar la capacidad máxima.

Sin embargo si se tuviera un pedido de grandes cantidades la planta podría producir la cantidad requerida aumentando un turno extra al día.

Adicional a esto se piensa aumentar el número de maquinarias serigráficas empleadas según el volumen de ventas vaya aumentando.

3.6 COSTOS DE TERRENO Y OBRAS CIVILES

Terreno

Área de terreno: 1354.50 m2.

Valor M2 de Solar: \$36

Total costo terreno: \$48,762.00

Obras Civiles

Área Edificación Galpón liviano Cerrado: 1,407.00 m2

Valor M2 Edif. Galpón liviano Cerrado: \$120.00

Total costo Edif. Galpón liviano Cerrado: \$168,840.00

Área Edif. Residencial: 52.40 m2

Valor Edif. Residencial: \$90.00

Total costo Edif. Residencial: \$4,716.00

Cuenta con cerramiento completo, portón de ingreso, cisterna, bomba y tanque de presión, oficina con baño.

Acabados: Cubierta de estructura metálica, techo de planchas de asbesto - cemento, paredes de bloque de 6m de altura en la parte más baja y 9 m de altura en la parte más alta de la cubierta, contrapiso de hormigón simple alisado.

Avalúo de construcciones: \$173,556.00

***Valor de la Propiedad: \$222,318.00**

VER ANEXO 3

3.7 ESPECIFICACIONES:

Materias Primas: Nuestra materia prima principal son las fundas, ya que ese el producto que vamos a importar para vender a nuestros clientes. Las vamos a comprar en blanco para nosotros encargarnos de la impresión del logo de cada uno de nuestros clientes.

Ingredientes: Para poder colocar el logo en la funda, el ingrediente principal es la tinta ecológica al agua “OK COMPOST”.

3.8 NORMAS Y ESTÁNDARES

Los nuevos materiales cumplen con la **Norma Europea UNE EN 13432:** *“Requisitos de los envases y embalajes valorizables mediante compostaje y biodegradación. Programa de ensayo y criterios de evaluación para la aceptación final del envase o embalaje”*

SPHERE GROUP SPAIN, S.L., tiene concedido el **Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental**, que otorga la Generalitat de Catalunya, para estos productos biodegradables.

Queda garantizado con la certificación del organismo Belga VINCOTTE: OK COMPOST y el Organismo Alemán Din Certco: COMPOSTABLE.

Estándares:

Tiempos de entrega

La entrega se hará 5 días después de pedido del cliente, este tiempo se considera en un pedido de hasta 100000. A partir de esta cantidad en adelante el tiempo dependerá de la cantidad de fundas que el cliente solicite. Por ejemplo: 200000 fundas, 8.5 días.

Política de Compensación

Si la mercadería entregada llega en mal estado (rota, abierta o con un diseño incorrecto) la empresa compensará al cliente con un nuevo tiraje acorde a dicha cantidad de mercadería. Adicional si la mercadería sufre daños luego de 1 mes se reabastecerá al cliente sin costo, siempre y cuando las fundas hayan estado bajo las condiciones indicadas por nuestra empresa, y aún así hayan sufrido daños.

Control de calidad

Habrà una persona designada exclusivamente para el control de calidad, este se hará después de la impresión de las fundas. Esta persona se encargará de detectar algún desperfecto en la impresión de la funda, o si alguna está rota. Este procedimiento se realiza con el fin de evitar enviar al cliente el producto en mal estado.

3.9 Selección de la Tecnología del Producto

Maquina Serigráfica semi - automática

Precio: \$5600

(Ver Anexo 4)

Con el fin de trasladar las cajas con las fundas dentro de la bodega y hacia los camiones se adquirirá un Montacarga Apilador tipo Tenedor Ajustable, el mismo que permite al operador maniobrar sin esfuerzos. (Ver anexo 5)

Camión

Para la entrega de las fundas a los clientes se comprará un camión con estas características: (Ver anexo 6)

Marca: Chevrolet

Modelo: NHR Chasis Cabinado

Precio de contado: \$25,690

Furgón Metálico para el camión: \$3192 incluye IVA e instalación

Adicional a esto, se comprarán 6 computadoras (Ver Anexo 7)

Precio: \$426.50 incluido IVA *6 computadoras= \$2559.00

Impresora De Etiquetas QI-570 Brother

Velocidad de 68 etiquetas/minuto

Imprime códigos imágenes texto

Trabaja con tu Base de Datos

Personalización 100% de tus diseños

Cortadora automática

Ancho máximo de etiqueta de 62 mm

No requiere tinta para impresión

Precio: \$177



3.10 VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Se ha estimado para este proyecto una vida útil de 10 años.

3.11 COSTO DE MANTENIMIENTO

GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS				
Rubro		Gasto mensual		Gasto Anual
1	Servicio de mantenimiento de maquinaria de producción	\$	328,81	\$ 3.945,72
Costo de producción unitario		\$	328,81	\$ 3.945,72
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS				
Rubro		Costo mensual	Costo anual	
1	Servicio de mantenimiento de equipos de oficina	\$	26,45	\$ 317,40
2	Servicio de mantenimiento de vehículos	\$	288,82	\$ 3.465,84

Cuadro #7
Costos de Mantenimiento

Se ha considerado para el programa de mantenimiento \$3.945,72 para cubrir los gastos del programa de mantenimiento de maquinarias, y \$3465.84 para el de suministros y servicios, rubros que irán cambiando de acuerdo a las necesidades y a los cambios de la planta a través del tiempo.

3.12 Insumos, Servicios y Mano de Obra Directa

- **Insumos**

Los insumos a utilizarse en estas máquinas siguiendo la misma línea verde se complementará con el etiquetado Medio Ambiental con las tintas ecológicas al agua "OK COMPOST"

- **PRECIO:** Cartucho de \$100 12 unidades

SERVICIO DE INTERNET

Internet Grupo TV CABLE

Plan Pymes CMC

Características:

Acceso ilimitado a usuarios

Velocidad simétrica bajada/subida: 640 Kbps

Confiabilidad: 99.5%

Forma de pago: Débito automático

Mano de obra Directa:

Los 10 Operarios que se van a encargar del manejo de las maquinarias asignadas, deberán también informar sobre algún desperfecto en las maquinarias y plasmar los diseños en las bolsas.

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
10	Operadores	\$ 2.640,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 110,00	\$ 320,76	\$ 3.510,76	\$ 42.129,12
1	Conductor montacarga	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							\$ 3.861,84	\$ 46.342,08

Cuadro #8
Mano de Obra Directa

3.13 Sistemas de Control de Calidad

Dentro de un sistema de producción la calidad tiene mucha importancia, exige un control continuo.

3.13.1 Control de calidad

Control de calidad de recepción de fundas:

A la llegada de los palets con las cajas de las bolsas biodegradables, se realizará la respectiva inspección del estado de las mismas para evitar inconvenientes en futuros procesos.

Control de calidad del proceso de impresión:

Se escogerá una muestra al azar de la impresión de las fundas, así también se monitoreará frecuentemente el nivel de tinta y el tiempo de impresión.

Control de calidad de producto terminado:

Al término de la impresión se inspeccionará el estado de las fundas, su impresión y embalaje.

3.13.2 Inspección

Con el fin de obtener una maximización de la empresa se ha decidido llevar controles continuos en cada etapa desde la recepción del producto hasta la entrega a los clientes del mismo.

3.13.3 Planificación de la Inspección

Para llevar a cabo lo anterior se procederá a la elaboración de la planificación de las inspecciones a realizarse las áreas necesarias..

- 1° Inspección: Área de descarga del producto
- 2° Inspección: Apertura de las cajas
- 3° Inspección: Salida de la caja de las fundas
- 4° Inspección: Contabilización del número de fundas recibidas
- 5° Inspección: Área de impresión
- 6° Inspección: Contabilización del número de fundas impresas
- 7° Inspección: Enrollo y empaque de las fundas según el cliente
- 8° Inspección: Carga de la mercadería en los carros para su distribución
- 9° Inspección: Control de ruta en la entrega de la mercadería.
- 10° Inspección: Control post venta.

3.13.4 Determinación de los costos del sistema de control de calidad del proyecto

Así como para nuestros clientes la conciencia ecológica es grande, la nuestra también ya que comercializando un producto netamente ambientalista es importante considerar todo tipo de controles en los diferentes procesos utilizados, desde la recepción hasta la entrega del producto.

Así mismo como la higiene y seguridad industrial que primarán en la planta, protegiendo así a nuestros empleados y los intereses de los clientes; además se utilizará control a los proveedores, ya que siendo distribuidores dependemos

del estado en el que lleguen las fundas a nuestras bodegas, también se controlará el proceso de etiquetado acorde a los estándares medio ambientales mediante la utilización de la maquinaria correcta.

3.14 Sistemas de Empaque, transporte y almacenamiento

3.14.1 Sistema de Empaque (Ver Anexo 8)

Las bolsas serán presentadas en paquetes unidos mediante troquel colgar en cajas de 100 bolsas por caja, empaquetadas y embaladas de manera manual por dos personas para su almacenamiento y posterior despacho.

3.14.2 SISTEMA DE TRANSPORTE

Para el transporte de las bolsas de fécula de papa hacia cada cliente se utilizará el camión de la compañía, previamente descrito.

3.14.3 SISTEMA DE ALMACENAMIENTO

Dada que la descomposición del producto es iniciada por los efectos del calor, de la luz ultravioleta y/o por esfuerzos mecánicos el almacenado de este tipo de productos se debe de realizar en una bodega con un ambiente con suficiente oxigenación y control de temperatura de 26°C que permita la conservación de las fundas y donde no coexistan dichos elementos contaminantes hasta su despacho.

3.15 ABASTECIMIENTO MATERIAS PRIMAS

3.15.1 Análisis de la producción y disponibilidad de las materias primas

Para realizar este análisis nos pusimos en contacto con nuestro proveedor, la compañía española de bioplásticos SPHERE SPAIN.

3.15.2 Localización y características de la zona de producción

Localización (Ver Anexo 9)

La planta de producción de las fundas de fécula de papa se encuentra en la la Av. Miguel Servet s/n, localidad de Utebo, Ciudad de Zaragoza, Comunidad Autónoma de Aragón, España.

Características de la zona

Utebo es una localidad situada a 12 Km. de Zaragoza y está enclavada en una de las zonas de mayor expansión económica de la provincia, e incluso de la región aragonesa.

Según el Padrón municipal de enero de 2009 cuenta con una población de derecho de 17.677 h. por lo que es muy probable que en estos momentos se superen los 19.000.

La ocupación por sectores muestra una dedicación mayoritaria a la actividad industrial con un 47%; un 43% al sector servicios; un 8% a la construcción y un 1,2% a la agricultura.

Periodos de disponibilidad de la producción

De acuerdo a la información proporcionada por Sphere Spain existe disponibilidad de producción para satisfacer nuestra demanda durante todo el año.

Producción disponible para el proyecto

La producción disponible para el proyecto en la primera importación será de 200.000 bolsas, cantidad que resulta dentro de los mínimos de producción de la compañía proveedora.

Programación de abastecimiento

Dependiendo del pedido de los clientes se realizará el abastecimiento, pero se tiene programado realizarlo cada 30 días aproximadamente, siempre tratando de incrementar dicha cantidad de acuerdo a los requerimientos.

CAPITULO 4

4.1 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO (Ver anexo # 10)

4.2 EVALUACION DEL PROYECTO

Con el fin de evaluar el proyecto se ha diseñado 4 escenarios:

- Proyectado
- Sin Apalancamiento
- Escenario Pesimista
- Escenario Optimista

ESCENARIO PROYECTADO

Para el Escenario Proyectado se consiguió como fuente de financiamiento a la CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN), entidad que financiará el 80% del valor de los activos fijos. El otro 20% de activos fijos será con capital propio. El capital de trabajo se financiará con capital propio también.

El préstamo a ser dado es el de Crédito Directo, a una tasa de interés del 11% a un plazo de 10 años. Se concedió un período de gracia de 4 meses para este proyecto. Se eligió este tipo de financiamiento y esta entidad ya que el proyecto es nuevo y emprendedor, además se ofrecía una tasa más baja, por dicho motivo.

MONTO	Hasta el 80%;para proyectos nuevos.
PLAZO	Activo Fijo: hasta 10 años.
PERÍODO DE GRACIA	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
TASAS DE INTERÉS	Activos Fijos: 11% hasta 10 años

Cuadro # 9

FINANCIAMIENTO CFN

RUBROS	PERIODO 0					PERIODO 1	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PERIODO 1	TOTAL INVERSIÓN	PROPIO	PRESTAMO
Terrenos y Obras	\$ 48.762,00	\$ 173.556,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 222.318,00	\$ 44.463,60	\$ 177.854,40
Equipos y maquinarias	\$ -	\$ 32.881,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32.881,00	\$ 6.576,20	\$ 26.304,80
Equipos y muebles de oficina	\$ -	\$ 2.644,94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.644,94	\$ 528,99	\$ 2.115,95
Equipos de computación	\$ -	\$ 3.483,06	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.483,06	\$ 696,61	\$ 2.786,45
Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 104.910,30	\$ -	\$ 104.910,30	\$ 104.910,30	\$ -
Gastos Financieros	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 8.515,88	\$ 8.515,88	\$ -
Vehiculos	\$ 28.882,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28.882,00	\$ 5.776,40	\$ 23.105,60
Gastos de Constitución y permisos	\$ -	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ -
Seguros de vehículo y maquinarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 946,44	\$ -	\$ 946,44	\$ 946,44	\$ -
TOTAL DE INVERSIÓN	77.644,00	219.693,97	2.128,97	2.128,97	107.985,71	-	\$ 409.581,62	\$ 177.414,42	\$ 232.167,20
								43%	57%

Cuadro #10
Plan de Inversión y Financiamiento

De acuerdo a lo presentado en el cuadro #10 en el plan de inversión y Financiamiento, el 57% de las inversiones será financiado con el préstamo a la CFN, y el 43% pertenecen a fondos propios.

POLITICAS DE COBROS	
Los clientes pagarán por el producto a crédito, generalmente hasta 20 días plazo, y dependiendo del tipo de cliente se negociará la cantidad de días adicionales de facilidad de pago.	
pagos	
El proceso comienza con contactar al proveedor en España, se negocia los términos y condiciones, cantidades y precios. Luego se realiza el pedido con el pago del 50% y el otro 50% se realiza al arribo de la mercadería luego de 30 días.	
POLITICAS DE EXISTENCIA	
ESTA POLITICA ESTARÁ BASADA EN LA PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DEL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO:	
MATERIA PRIMA Y MATER. INDIRECT.:	1000 paquetes
Se tendrá un stock de 15 días de cada pedido, es decir 100,000 que equivalen a 1000 paquetes de 100 unidades.	
PRODUCTO TERMINADO:	No se tendrá existencias de producto terminado, ya que acorde a los pedidos de los clientes se imprimirán las fundas.

Cuadro# 11
Políticas

Dentro de los costos de producción tenemos el valor por caja de la materia prima, los materiales indirectos como las etiquetas y la tinta, los 10 obreros y el conductor del montacargas.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN		
	Rubro	Costo
1	Materia prima	\$ 5,51
2	Materiales indirectos	\$ 4,00
Costo de producción unitario		\$ 9,51
OTROS COSTOS		
1	Costos Indirectos de Fabricación	\$ 425,00
2	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 3.861,84
Total otros costos		\$ 4.286,84

Cuadro # 12
Resumen Costos

Los Gastos comprenden los departamentos de administración, ventas, marketing y publicidad y producción. Además también se toma en cuenta los gastos financieros del préstamo a la CFN

GASTOS				
Rubro		Gasto Periodo 0	Gasto Periodo 1 mensual	Gasto Anual
1	GASTOS ADMINISTRATIVOS			
	Gastos de personal administrativo		\$ 4.075,06	\$ 48.900,72
	Gastos de suministros y servicios		\$ 1.103,27	\$ 13.239,24
2	GASTOS VENTAS			
	Gasto fuerza de ventas	\$ 351,08	\$ 702,16	\$ 8.425,92
	Comisión de ventas	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
3	GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD			
	**Estrategias de Marketing y Publicidad	\$ 11.030,00	\$ 11.220,17	\$ 138.892,00
4	GASTOS DE PRODUCCIÓN			
	Personal Operativo		\$ 1.222,76	\$ 14.673,12
	Suministros y servicios de producción		\$ 328,81	\$ 3.945,72
5	GASTOS FINANCIEROS			
	Gastos financieros (cuota mensual a partir de Sept 2011)	\$ 8.515,88	\$ 2.128,97	\$ 25.547,64
Total Gastos		\$ 19.996,96	\$ 20.981,20	\$ 256.024,36

Cuadro #13
Resumen Gastos

En el cuadro de capital de trabajo se traducen las políticas de cobro y de stock de inventario.

Se estableció una política de stock de 15 días 10000 cajas de 100 unidades y la política de crédito a clientes de 500 cajas de 100 unidades. El total es multiplicado por el precio de las materias primas y los materiales indirectos para obtener los costos. Este cálculo nos ayuda a darnos cuenta con cuanto puede efectuar sus actividades económicas la empresa.

DETALLES	Periodo 0	Ene.12	Feb.12	Mar. 12	Abr. 12	May. 12
COSTOS MATERIA PRIMA	\$ 17.594,00					
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 8.265,00					
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	\$ 6.000,00					
SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$ 2.904,00					
	\$ 425,00					
GASTOS	\$ 11.481,08	\$ 24.012,06	\$ 23.322,06	\$ 21.572,06	\$ 25.872,06	\$ 10.132,06
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ -	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$ -	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27
GASTOS DE FUERZAS DE VENTA	\$ 351,08	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16
COMISIONES EN VENTAS	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 11.030,00	\$ 16.380,00	\$ 15.690,00	\$ 13.940,00	\$ 18.240,00	\$ 2.500,00
GASTOS DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76
GASTOS DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81
PROVEEDORES - CREDITO 30 DÍAS						
COMPRA DE INSUMOS	(5.510,00)		-	-	-	-
CAPITAL DE TRABAJO	34.585,08	24.012,06	23.322,06	21.572,06	25.872,06	10.132,06

TO TAL CAPITAL DE TRABAJO

104.910,30

Cuadro #14
Capital de trabajo

AÑOS	OFERTA	CRECIMIEN. %	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2012	24.750,00	0%		\$ 23,20	\$ 574.200,00
AÑO 2013	30.937,50	25%	5,39%	\$ 24,45	\$ 756.421,88
AÑO 2014	38.671,88	25%	5,39%	\$ 25,77	\$ 996.574,35
AÑO 2015	48.339,85	25%	5,39%	\$ 27,16	\$ 1.312.910,33
AÑO 2016	60.424,81	25%	5,39%	\$ 28,62	\$ 1.729.358,06

PRECIO FUNDAS

lazo	\$ 25,00	64%	\$ 16,00
camiseta	\$ 20,00	36%	\$ 7,20
			\$ 23,20

Cuadro 15
Proyecciones Ingresos

La tasa de crecimiento del mercado se deriva de las entrevistas realizadas por el Diario El Universo a compañías productoras de fundas que cuidan al medio ambiente como Sunchodesa, Plastisol y Plastigómez sobre su crecimiento en el mercado. Así se sacó un promedio de crecimiento entre las empresas, dando como resultado un crecimiento del 25% en el mercado.

Empresa	Crecimiento
Sunchodesa	20%
Plastisol	40%
Plastigómez	14%
Promedio Crecimiento	25%

La inflación proyectada se calculó tomando en cuenta los datos actualizados del Banco Central . La inflación es de 5.39%



Cuadro #16
Inflación
Autor: Banco Central

Acorde con lo investigado y los costos y gastos de la compañía se fijó un precio de \$20 la caja de 100 unidades de funda tipo camiseta, y \$25 la caja de 100 unidades de funda asa lazo.

Según los porcentajes de crecimiento del sector y de la inflación se puede estimar el precio de venta y los ingresos anuales por la venta de las fundas

**PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS
MERCADO - Funda Asa Lazo
AÑO 2011
(en unidades)**

Meses	Tiendas	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
MES 1	2	300,00	0%
MES 2	4	600,00	50%
MES 3	4	600,00	0%
MES 4	4	600,00	0%
MES 5	6	900,00	67%
MES 6	7	1.050,00	86%
MES 7	8	1.200,00	88%
MES 8	10	1.500,00	80%
MES 9	12	1.800,00	83%
MES 10	14	2.100,00	86%
MES 11	16	2.400,00	88%
MES 12	18	2.700,00	89%
Total anual		15.750,00	

0,64

Vta. Proyectada **150** paquetes 100 unidades mensual por punto de venta

**PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS
MERCADO - Funda tipo Camiseta
AÑO 2011
(en unidades)**

Meses	Tiendas	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1		
MES 2		
MES 3		
MES 4		-
MES 5		-
MES 6	1	1.000,00
MES 7	1	1.000,00
MES 8	1	1.000,00
MES 9	1	1.000,00
MES 10	1	1.000,00
MES 11	2	2.000,00
MES 12	2	2.000,00
Total Anual		9.000,00

0,36

Vta. Proyectada **1.000** paquetes 100 unidades mensual por punto de venta

**PROYECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)
(en unidades)**

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	300,00
MES 2	600,00
MES 3	600,00
MES 4	600,00
MES 5	900,00
MES 6	2.050,00
MES 7	2.200,00
MES 8	2.500,00
MES 9	2.800,00
MES 10	3.100,00
MES 11	4.400,00
MES 12	4.700,00
Total anual	24.750,00

paquetes 2062,5

Cuadro #17
Programación de Ventas

En el canal de venta de Fundas Asa Lazo, acorde al plan de marketing y su difusión se asume que se van a tener 18 clientes al final del año, incrementándose porcentualmente por mes. Este canal equivale al 64% de los 2 productos que ofrece la empresa. la venta proyectada mensual por punto de venta es de 150 paquetes de 100 fundas, de acuerdo a las entrevistas realizadas.

En el canal de venta de Fundas Camiseta, acorde al plan de marketing y su difusión se asume que se van a tener 2 clientes al final del año, incrementándose porcentualmente por mes. A partir del 6to mes. Este canal equivale al 36% de los 2 productos que ofrece la empresa. la venta proyectada mensual por punto de venta es de 1000 paquetes de 100 fundas, de acuerdo a las entrevistas realizadas.

Anualmente se espera vender 24750 paquetes 100 unidades. El promedio de los primeros seis meses es 842 paquetes de fundas mensuales. Se procedió a ponderar los paquetes según los distintos tipos, así que las fundas asa lazo tienen una ponderación del 64% de venta y el tipo camiseta cuenta con 36%

	Precio	\$	23,20	\$	24,45	\$	25,77	\$	27,16	\$	28,62
Costo de producción	\$	9,51	\$	10,02	\$	10,56	\$	11,13	\$	11,73	
Unidades de Producción		24.750,00		30.937,50		38.671,88		48.339,85		60.424,81	
Inflación		0%		5,39%		5,39%		5,39%		5,39%	
Tasa de crecimiento		0%		25,00%		25,00%		25,00%		25,00%	
		AÑO 2012		AÑO 2013		AÑO 2014		AÑO 2015		AÑO 2016	
VENTAS FUNDAS CASCARA DE PAPA		574.200,00		756.421,88		996.574,35		1.312.910,33		1.729.358,06	
COSTOS		286.878,93		302.341,71		318.637,93		335.812,51		353.912,81	
MATERIA PRIMA DIRECTA		136.372,50		143.722,98		151.469,65		159.633,86		168.238,13	
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		99.064,35		104.403,92		110.031,29		115.961,98		122.212,33	
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.100,00		5.374,89		5.664,60		5.969,92		6.291,70	
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		46.342,08		48.839,92		51.472,39		54.246,75		57.170,65	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		287.321,07		454.080,17		677.936,42		977.097,82		1.375.445,25	
GASTOS		276.220,99		284.351,38		295.458,07		305.894,63		317.996,76	
ADMINISTRATIVOS											
PERSONAL ADMINISTRATIVO		48.900,72		51.536,47		54.314,29		57.241,83		60.327,16	
SUMINISTROS Y SERVICIOS		13.239,24		13.952,84		14.704,90		15.497,49		16.332,80	
DEPRECIACIÓN		19.167,72		19.167,69		19.167,69		18.006,79		18.006,79	
AMORTIZACIÓN		5.946,45		3.446,44		3.446,44		3.446,44		3.446,44	
VENTAS											
FUERZA DE VENTAS		8.425,92		8.880,08		9.358,72		9.863,16		10.394,78	
COMISIÓN EN VENTAS		2.400,00		2.529,36		2.665,69		2.809,37		2.960,80	
PUBLICIDAD Y MARKETING		134.642,00		141.899,20		149.547,57		157.608,18		166.103,26	
PRODUCCIÓN											
PERSONAL OPERATIVO		14.673,12		15.464,00		16.297,51		17.175,95		18.101,73	
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.945,72		4.158,39		4.382,53		4.618,75		4.867,70	
GASTOS FINANCIEROS		24.880,10		23.316,91		21.572,73		19.626,67		17.455,30	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.		11.100,08		169.728,79		382.478,35		671.203,19		1.057.448,49	
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		1.665,01		25.459,32		57.371,75		100.680,48		158.617,27	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		9.435,07		144.269,47		325.106,60		570.522,71		898.831,22	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		2.358,77		36.067,37		81.276,65		142.630,68		224.707,81	
UTILIDAD NETA		7.076,30		108.202,10		243.829,95		427.892,03		674.123,41	

Cuadro # 18

Estado Pérdidas y Ganancias Proyectado

En el estado de Pérdidas y Ganancias proyectado se puede apreciar que si bien en el primer año se trabajó a pérdida los primeros 5 meses debido a la gran cantidad de inversión en marketing y publicidad, los cuales darán sus frutos en los meses siguientes con la captación de clientes; lo que nos permite terminar el primer año con un margen positivo y continuar en el mismo camino los 4 años subsiguientes. Las pérdidas no permitirán pagar sueldos y gastos durante estos meses. Por eso, se proyecta en el capital de trabajo un monto que permita solventar dichos egresos.

**FLUJO DE CAJA - TIEMPO DE DESINVERSIÓN
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$ 23,20	\$ 24,45	\$ 25,77	\$ 27,16	\$ 28,62
Costo de producción		\$ 9,51	\$ 10,02	\$ 10,56	\$ 11,13	\$ 11,73
Udades de Producción		24.750,00	30.937,50	38.671,88	48.339,85	60.424,81
Inflación		0%	5,39%	5,39%	5,39%	5,39%
Tasa de crecimiento		0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
	Periodo 0	ANO 2011	ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015
INGRESOS						
VENTAS FUNDAS CASCARA PAPA	-	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06
COSTOS		286.814,58	302.273,89	318.566,46	335.737,18	353.833,42
MATERIA PRIMA DIRECTA		136.372,50	143.722,98	151.469,65	159.633,86	168.238,13
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		99.000,00	104.336,10	109.959,82	115.886,65	122.132,94
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.100,00	5.374,89	5.664,60	5.969,92	6.291,70
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		46.342,08	48.839,92	51.472,39	54.246,75	57.170,65
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	-	287.385,42	454.147,99	678.007,89	977.173,15	1.375.524,64
GASTOS	19.996,96	276.220,99	284.351,38	295.458,07	305.894,63	317.996,76
ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		48.900,72	51.536,47	54.314,29	57.241,83	60.327,16
SUMINISTROS Y SERVICIOS		13.239,24	13.952,84	14.704,90	15.497,49	16.332,80
DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
AMORTIZACIÓN		5.946,45	3.446,44	3.446,44	3.446,44	3.446,44
VENTAS						
FUERZA DE VENTAS	351,08	8.425,92	8.880,08	9.358,72	9.863,16	10.394,78
COMISIÓN EN VENTAS	100,00	2.400,00	2.529,36	2.665,69	2.809,37	2.960,80
PUBLICIDAD Y MARKETING	11.030,00	134.642,00	141.899,20	149.547,57	157.608,18	166.103,26
PRODUCCIÓN						
PERSONAL OPERATIVO		14.673,12	15.464,00	16.297,51	17.175,95	18.101,73
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.945,72	4.158,39	4.382,53	4.618,75	4.867,70
GASTOS FINANCIEROS	8.515,88	24.880,10	23.316,91	21.572,73	19.626,67	17.455,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJO	(19.996,96)	11.164,43	169.796,61	382.549,82	671.278,52	1.057.527,88
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.674,66	25.469,49	57.382,47	100.691,78	158.629,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(19.996,96)	9.489,77	144.327,12	325.167,35	570.586,74	898.898,70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(4.999,24)	2.372,44	36.081,78	81.291,84	142.646,69	224.724,68
UTILIDAD NETA	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
(+) DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
(+) VALOR RESIDUAL						147.929,95
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 177.414,42					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		13.503,46	15.066,65	16.810,83	18.756,89	20.928,26
Flujo de caja	(192.412,14)	12.781,59	112.346,38	246.232,37	427.189,95	819.182,50
payback	(192.412,14)	(179.630,55)	(67.284,17)	178.948,20	606.138,15	1.425.320,65

(0,27)

-3,24

TIR	73,16%
VAN	\$ 643.837,25

en 2 años 4 meses se recupera la inversión

CALCULO DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO CAPITAL				
INVERSION	USD \$	PESO	TASA	PONDERACION
FONDOS PROPIOS	\$ 177.414,42	43,32%	18,86%	8,17%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 232.167,20	56,68%	11,00%	6,23%
TOTAL	\$ 409.581,62			14,40%

CALCULO TASA DE DESCUENTO	
INFLACION PROMEDIO	5,39%
RIESGO PAIS	8,94%
TASA PASIVA REFERENCIAL ECUADOR	4,53%
TASA DE DESCUENTO INVERSIONISTA	18,86%

Cuadro # 19

Flujo de Caja Proyectado

Respecto al flujo de caja si bien desde el primer año existe un flujo positivo, el resultado del periodo pre-operativo en el acumulado lo deja en negativo, por 2 períodos más hasta que se recupera la inversión total a los 2 años 4 meses.

El cálculo de la TIR arroja un resultado de 73.16% que es un porcentaje muy superior con relación a la TMAR de 18.86%, lo que deja entrever que es un proyecto rentable, y supera las expectativas de los inversionistas.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio Venta	23,2
Costo Produc.	9,51
Margen de contribución	<u>13,69</u>

COSTO FIJO	<u>327.663,07</u>
Costo Fijo Producción	51.442,08
Gastos	276.220,99

Punto de equilibrio	CF	<u>327.663,07</u>	23.934,48	Cajas anuales
	Margen de contribucion	13,69		
	Es decir, mensual		1.994,54	cajas mensuales

El punto de equilibrio de producción es 1994.54 cajas mensuales y las ventas proyectadas durante el primer año es de 2062 cajas mensuales de 100 unidades de acuerdo a la programación de ventas. Es decir, por encima del punto de equilibrio, lo que le permite obtener una utilidad.

ESCENARIO SIN APALANCAMIENTO

En este escenario no contamos con ninguna fuente de financiamiento por parte de una entidad, sino que todos los recursos son 100% propios.

Para este escenario se mantienen los mismo datos y supuestos de gastos, costos, excepto todo lo que englobaba el préstamo a la CFN.

Los resultados de esta falta de apalancamiento se denotan en las herramientas de evaluación como TIR y VAN.

PROYECTADO:

TIR: 73.16%

VAN: \$643,83725

SIN APALANCAMIENTO

TIR	46,41%
VAN	\$ 403.702,86

Sin apalancamiento y manteniendo los costos, gastos, ventas e ingresos iguales se obtiene una reducción de la TIR a 46.41% y el VAN disminuye a \$403.702,86 con respecto al escenario proyectado.

Pese a esta disminución el proyecto continúa con una rentabilidad atractiva a los inversionistas.

La inversión es recuperada en 2 años y 9 meses.

**FLUJO DE CAJA - TIEMPO DE DESINVERSIÓN
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$ 23,20	\$ 24,45	\$ 25,77	\$ 27,16	\$ 28,62
Costo de producción		\$ 9,51	\$ 10,02	\$ 10,56	\$ 11,13	\$ 11,73
Udades de Producción		24.750,00	30.937,50	38.671,88	48.339,85	60.424,81
Inflación		0%	5,39%	5,39%	5,39%	5,39%
Tasa de crecimiento		0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
	Periodo 0	ANO 2011	ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015
INGRESOS						
VENTAS FUNDAS CASCARA PAPA	-	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06
COSTOS		286.814,58	302.273,89	318.566,46	335.737,18	353.833,42
MATERIA PRIMA DIRECTA		136.372,50	143.722,98	151.469,65	159.633,86	168.238,13
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		99.000,00	104.336,10	109.959,82	115.886,65	122.132,94
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.100,00	5.374,89	5.664,60	5.969,92	6.291,70
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		46.342,08	48.839,92	51.472,39	54.246,75	57.170,65
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	-	287.385,42	454.147,99	678.007,89	977.173,15	1.375.524,64
GASTOS	11.481,08	251.340,89	261.034,47	273.885,34	286.267,96	300.541,46
ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		48.900,72	51.536,47	54.314,29	57.241,83	60.327,16
SUMINISTROS Y SERVICIOS		13.239,24	13.952,84	14.704,90	15.497,49	16.332,80
DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
AMORTIZACIÓN		5.946,45	3.446,44	3.446,44	3.446,44	3.446,44
VENTAS						
FUERZA DE VENTAS	351,08	8.425,92	8.880,08	9.358,72	9.863,16	10.394,78
COMISIÓN EN VENTAS	100,00	2.400,00	2.529,36	2.665,69	2.809,37	2.960,80
PUBLICIDAD Y MARKETING	11.030,00	134.642,00	141.899,20	149.547,57	157.608,18	166.103,26
PRODUCCIÓN						
PERSONAL OPERATIVO		14.673,12	15.464,00	16.297,51	17.175,95	18.101,73
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.945,72	4.158,39	4.382,53	4.618,75	4.867,70
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ	(11.481,08)	36.044,53	193.113,52	404.122,55	690.905,19	1.074.983,18
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	5.406,68	28.967,03	60.618,38	103.635,78	161.247,48
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(11.481,08)	30.637,85	164.146,49	343.504,17	587.269,41	913.735,70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(2.870,27)	7.659,46	41.036,62	85.876,04	146.817,35	228.433,93
UTILIDAD NETA	(8.610,81)	22.978,39	123.109,87	257.628,13	440.452,06	685.301,77
(+) DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
(+) VALOR RESIDUAL						147.929,95
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 401.065,74					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL						
Flujo de caja	(409.676,55)	42.146,11	142.277,56	276.795,82	458.458,85	851.238,51
payback	(409.676,55)	(367.530,44)	(225.252,88)	51.542,94	510.001,79	1.361.240,30

(0,81)

-9,72

TIR	46,41%
VAN	\$ 403.702,86

en 2 años 9 meses se recupera la inversión

Cuadro # 20
Flujo de Caja Proyectado Sin Apalancamiento

ESCENARIO PESIMISTA

En este escenario pesimista no se espera llegar a conseguir o igualar las metas obtenidas en el escenario proyectado. En un escenario pesimista donde se espera que las ventas sean un 25% menores a lo proyectado, solo llegando a 19150 paquetes de 100 unidades. También en lugar de alcanzar la meta de 18 clientes para las fundas asa lazo solo se obtuvo 10, en las fundas camiseta se mantuvieron.

Este escenario arrojó los siguientes resultados.

ESCENARIOS				
VARIABLES	PESIMISTA	%	PROYECTADO	REDUCCION
VENTAS AÑO 1	428.960,00	75%	\$ 574.200,00	25%
VENTAS AÑO 2	565.164,38	75%	\$ 756.421,88	25%
VENTAS AÑO 3	744.456,37	75%	\$ 996.574,35	25%
VENTAS AÑO 4	980.689,62	75%	\$ 1.312.910,33	25%
VENTAS AÑO 5	1.291.783,73	75%	\$ 1.729.358,06	25%
TIR	25,74%			
TMAR	18,86%			
VAN	\$ 92.664,22			

Cuadro # 21
Escenario Pesimista

En este escenario el VAN sale positivo y la TIR sigue siendo mayor a la TMAR, pero en menor porcentaje al del escenario proyectado.

ESCENARIO OPTIMISTA

En este escenario se estima una elevación de las ventas en un 57% al escenario proyectado. En este escenario las ventas de las fundas tipo asa lazo pasaron de 18 a 22 tiendas (clientes), y en las fundas tipo camiseta se incrementó de 2 a 4 supermercados.

Este crecimiento produjo un van positivo sobrepasando el VAN proyectado, así mismo la TIR tiene un alto porcentaje, teniendo en cuenta que no existe préstamo a entidad alguna.

ESCENARIOS				
VARIABLES	OPTIMISTA	%	PROYECTADO	AUMENTO
VENTAS AÑO 1	902.250,00	157%	\$ 574.200,00	57%
VENTAS AÑO 2	1.188.463,75	157%	\$ 756.421,88	57%
VENTAS AÑO 3	1.565.779,69	157%	\$ 996.574,35	57%
VENTAS AÑO 4	2.062.956,97	157%	\$ 1.312.910,33	57%
VENTAS AÑO 5	2.717.714,83	157%	\$ 1.729.358,06	57%
TIR	83,02%			
TMAR	18,86%			
VAN	\$ 1.059.862,38			

Cuadro #22
Escenario Optimista

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIOS			
VARIABLES	PESIMISTA	PROYECTADO	OPTIMISTA
CANTIDAD	157.164,67	\$ 203.124,04	\$ 329.101,95
INGRESOS	4.011.054,10	\$ 5.369.464,62	\$ 8.437.165,24
TIR	25,74%	73,16%	83,02%
VAN	92.664,22	\$ 643.837,25	\$ 1.059.862,38
PAYBACK AÑOS	3 años 3 meses	2 años 4 meses	1 año 1 mes
PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	20%	60%	20%

Cuadro #23
Análisis de Sensibilidad

En ambos escenarios las Tasas Internas de Retorno tienen un porcentaje aceptable teniendo en cuenta el porcentaje de los inversores de 18.86%, es decir que aunque las ventas disminuyan 25% el proyecto continuará teniendo un atractivo para el mercado. La inversión es recuperada en un máximo de 3 años.

Si aumentan las ventas un 57%, el pay back se da aún más temprano en el lapso de un año, lo que da la oportunidad a los inversionistas no solo de recuperar su dinero, sino de seguir aprovechando durante el resto de la duración del proyecto.

IMPACTO DEL PROYECTO

Este proyecto favorecerá la toma de conciencia por parte de la ciudadanía y la modificación consiguiente de sus hábitos de consumo, obligando a las empresas a sustituir las bolsas usadas hasta ahora, lo que supone un nicho de negocio interesante.

Esta iniciativa constituye una espléndida oportunidad de adaptación para las empresas que actualmente operan con bolsas de plástico convencional y quieren diversificar o reconvertir su negocio.

En materia de impuestos el sistema aduanero debido a la imposición del 20% sobre la importación de plásticos recibirá este rubro hasta que se cree la partida arancelaria para este tipo de productos por su fin ecológico.

Este tipo de proyectos genera un valor agregado a la sociedad, creando más de 500 plazas de trabajo entre directa e indirectamente, nacional e internacionalmente, ayudando a la economía del país y disminuyendo al mismo tiempo el impacto medio ambiental por el retiro del mercado de las fundas plásticas y la concientización sobre temas ecológicos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de una exhaustiva investigación de mercado, de un profundo análisis de producción, de evaluar cada aspecto financiero que envuelve a este proyecto, podemos concluir que es un proyecto viable.

En la investigación de mercado pudimos notar la percepción de la gente hacia las empresas que entregan fundas biodegradables, y para ir más allá, le preguntamos a las mismas empresas que opinan de este producto y si estarían dispuestos a considerar la compra de nuestro producto, las respuestas fueron positivas.

También concluimos que para que este proyecto sea exitoso, debemos invertir una alta cantidad de dinero en marketing, ya que para que nuestro producto sea exitoso en ventas, debemos aplicar las diferentes estrategias de marketing que hemos explicado a lo largo del proyecto. La difusión que se ha establecido dará sus frutos en el aumento de las ventas como se puede establecer en esa relación acorde al plan de marketing. Tanto los clientes como nuestro proyecto dependen de la imagen, ya que para tener una ventaja competitiva, no se trata solo del producto sino de crear todo un servicio a la sociedad.

En las encuestas que realizamos, pudimos percibir que las personas no estarían dispuestas a pagar por las fundas, entonces descartamos la idea de que ellos sean nuestros clientes, y nos quedamos con las empresas que entregan fundas a sus clientes. Ciertas empresas están en vías de certificar para la ISO, y estas empresas aún no han implementado fundas ecológicas.

Es importante recalcar que estas fundas son las primeras en el Ecuador, y tenemos una gran ventaja, el impuesto verde encarecerá las fundas de plástico, las mismas que son utilizadas por la mayoría de almacenes. Este impuesto nos pone en ventaja en lo que a precio se refiere, dándonos la oportunidad de darle al cliente una mejor oferta de precios.

En el aspecto financiero, luego del análisis, podemos concluir que aunque no haya apalancamiento y los costos bajen un 25% o en su defecto, suban un 57%, el proyecto aún se presenta atractivo por la TIR, que se mantiene por encima del mínimo requerido. En los cuatro diferentes escenarios planteados, el proyecto responde bien, el nivel del crecimiento del mercado es acelerado en estos últimos dos años. En todos los escenarios se logra el retorno de la inversión en un promedio de 2 años y medio. Representa un flujo de efectivo a corto plazo y atractivo para el inversionista.

Consideramos que este tipo de proyectos ecológicos que aportan al medio ambiente deberían ser más frecuentes, pero no se logrará sin un incentivo para los emprendedores. Pudimos darnos cuenta que no existe una partida arancelaria adecuada para este tipo de productos con fines ecológicos, por lo que tuvimos que tomar la partida arancelaria de los plásticos. Es necesario que

este tipo de productos tengan su propia partida arancelaria para poder hacer factibles este tipo de proyectos.

Nuestra recomendación sería enviar una carta de exoneración a la CAE, para que por un tiempo no se cobre el 20% que actualmente se cobra al momento de importar el producto, por la importancia que tiene comenzar a concientizar a las empresas y a las personas de que productos como el que nosotras estamos ofreciendo son lo que el medio ambiente necesita.

Bajo nuestro punto de vista, es un proyecto innovador que debería inspirar a inversionistas y emprendedores a estudiar la posibilidad de implementar proyectos parecidos.

BIBLIOGRAFIA

- <http://www.sphere-spain.es/sites/default/files/Bolsa%20asa%20lazo%20bio%20190125001.pdf>
- <http://www.sphere-spain.es/es/inicio>
- [http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumen.nsf/b4e47719711a1d49c12576cd002660cc/2fd64d4cbff5b507c12574260026012d/\\$FILE/20070212HA.pdf](http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumen.nsf/b4e47719711a1d49c12576cd002660cc/2fd64d4cbff5b507c12574260026012d/$FILE/20070212HA.pdf)
- <http://www.sphere-spain.es/node/68>
- <http://www.traxco.es/blog/produccion-agricola/bolsas-biodegradables-de-fecula-de-patata>
- http://centros6.pntic.mec.es/~emiliona/proyecto_educativo.htm
- <http://www.graphicmachinerycn.es/Maquina-impresora-serigrafica-de-etiquetas-87.html>
- http://www.printingmachinecn.es/1_12printing_machine.html
- <http://serigrafia4t.blogspot.com/2009/11/impresora-de-bolsas-por-serigrafia.html>
- http://www.verding.es/marcas/ficha_de_marca/34/Alfapac.html
- http://dpto.educacion.navarra.es/materialespiml/22tecnologia_files/Tecnologia-La%20patata%20sustituye.pdf
- <http://www.sphere-spain.es/es/catalog/1>
- http://www.comrepsa.com/comrepsa1/index.php?page=shop.product_details&flypage=shop.flypage&product_id=143&category_id=28&manufacturer_id=0&option=com_virtuemart&Itemid=78
- http://maps.google.com.ec/maps?channel=linkdoctor&um=1&ie=UTF-8&q=sphere+spain+es&fb=1&gl=ec&hq=sphere+spain+es&cid=0,0,14936788885654044386&ei=SdqcTpuNONKDsAKqqLSHCg&sa=X&oi=local_result&ct=image&ved=0CAYQ_BI
- <http://www.nitzanonline.com/pdf/JobDescription.pdf>
- <http://gestionemprededora.wordpress.com/2007/09/18/%C2%BFy-para-que-se-le-paga-al-jefe-de-marketing/>

- http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=5844:constitucion-de-compania-limitada&catid=340:varios&Itemid=599
- http://www.tetrapak.com/es/tetra_pak/sobre_tetra_pak/vision_y_mision/Pages/default.aspx
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- <http://www.eluniverso.com/2011/10/24/1/1356/impuestos-botellas-fundas-plasticas-ley-tributaria.html>
- http://www.elcomercio.com/negocios/Finanzas-aclara-impuesto-botellas-plastico_0_496150408.html
- <http://www.compostadores.com/descubre-el-compostaje/sostenibilidad/bolsascompostables-biodegradables-oxodegradables-fotodegradables-hidrosolubles-o-reciclables>
- <http://www.eco-vision.com/international%20translations%20pdf/Spain3.pdf>
- <http://www.tjnamericalatina.org/2011/06/09/finanzas-aclara-impuesto-verde-fundas-botellas-plastico/>
- <http://www.eluniverso.com/2010/07/13/1/1356/envases-biodegradables-ganan-espacio-mercado.html>
- http://es.ekopedia.org/Pl%C3%A1stico_compostable
- <http://www.graphicmachinerycn.es/Maquina-impresora-serigrafica-de-etiquetas-87.html>
- http://www.printingmachinecn.es/1_12printing_machine.html
- <http://serigrafia4t.blogspot.com/2009/11/impresora-de-bolsas-por-serigrafia.html>
- http://www.verding.es/marcas/ficha_de_marca/34/Alfapac.html
- http://dpto.educacion.navarra.es/materialespiml/22tecnologia_files/Tecnologia-La%20patata%20sustituye.pdf
- <http://www.sphere-spain.es/es/catalog/1>
- http://www.comrepsa.com/comrepsa1/index.php?page=shop.product_details&flypage=shop.flypage&product_id=143&category_id=28&manufacturer_id=0&option=com_virtuemart&Itemid=78

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Flexograf%C3%ADa>
- <http://elblogverde.com/bolsas-biodegradables-y-medio-ambiente/>
- <http://www.montacargasonline.com/productos.php?id=66>
- <http://www.impri-maq.com.ar/sitio/item.php?id=1&idcat=1>
- <http://www.epi-global.com/es/frequently-asked-questions.php>
- <http://www.ecopackfluvia.com/CASTELLA/castella.htm>
- <http://www.tenerife.es/wps/wcm/connect/fb07ce0044e946bd81c1bf3cab861b54/Procesamiento+y+Comercializaci%C3%B3n+de+bolsas+de+pl%C3%A1stico+biodegradable.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fb07ce0044e946bd81c1bf3cab861b54&useDefaultText=0&useDefaultDesc=0>
- <http://www.laesferaempresarial.es/articulos.php?id=793>
- http://www.edicionesespecializadas.com/pdf_upload/novedades_0.pdf
- <http://www.sphere-spain.es/node/105>
- <http://www.homestyler.com/designer>
- <http://www.monografias.com/trabajos82/importancia-ecologia-ambito-empresarial/importancia-ecologia-ambito-empresarial2.shtml>
- <http://patatadecella.blogspot.com/2008/02/la-expo-utiliza-bolsas-hechas-con-fcula.html>

ANEXOS

Anexo 1

MODELO ENCUESTA

 Fundas Biodegradables de Fécula de Papa	CUESTIONARIO BOLSAS ECOLÓGICAS- 2011 ANEXO No _____		
Fecha: __/__/2011			
2. Edad:		1. Sexo:	
2.1 25 - 35	<input type="checkbox"/>	1.1 Masculino	<input type="checkbox"/>
2.2 35 - 45	<input type="checkbox"/>	1.2 Femenino	<input type="checkbox"/>
2.3 45 - 55	<input type="checkbox"/>		
2.4 55 - 65	<input type="checkbox"/>		
3. Lugar de Residencia:			
3.1 Urdesa	<input type="checkbox"/>	3.4 Samborondón	<input type="checkbox"/>
3.2 Ceibos	<input type="checkbox"/>	3.5 Centenario	<input type="checkbox"/>
3.3 Kennedy	<input type="checkbox"/>	3.6 Garzota	<input type="checkbox"/>
4. Nivel académico			
4.1 Primaria	<input type="checkbox"/>	4.3 Universitaria	<input type="checkbox"/>
4.2 Secundaria	<input type="checkbox"/>	4.4 PHD	<input type="checkbox"/>
5. Conoce usted alguna(s) empresa(s) que cuide el ambiente en el Ecuador. ¿Cuáles?			
5.1 Si		<input type="checkbox"/>	
5.2 No		<input type="checkbox"/>	
Si su respuesta anterior fue si, Indique ¿Cuáles?			
6. Si respondió si en la pregunta 5. ¿Como cree usted que esas empresas cuidan el medio ambiente?			
6.1 Reciclando		<input type="checkbox"/>	
6.2 Reusando envases		<input type="checkbox"/>	
6.3 Plantando árboles		<input type="checkbox"/>	
6.4 Entregando fundas biodegradables		<input type="checkbox"/>	
6.5 Otros			
7. ¿Qué piensa de las empresas que entregan fundas biodegradables a los clientes?			
7.1 Cuidan el ambiente		<input type="checkbox"/>	
7.2 Lo hacen por imagen		<input type="checkbox"/>	
7.3 Son más baratas		<input type="checkbox"/>	
7.4 Otras			
8. ¿Qué acciones realiza usted para cuidar el ambiente?			
8.1 Reciclar		<input type="checkbox"/>	
8.2 Reutilizar		<input type="checkbox"/>	
8.3 Reducir el consumo innecesario de los aparatos eléctricos		<input type="checkbox"/>	
8.4 Ninguna, no me parece importante			
9. ¿le parece importante que las empresas den a sus clientes una funda biodegradable?			
9.1 Si		<input type="checkbox"/>	
9.2 No		<input type="checkbox"/>	
¿Por qué			
10. ¿Estaría usted dispuesto a pagar unos centavos adicionales para que sus compras le sean entregadas en fundas biodegradables?			
10.1 Si		<input type="checkbox"/>	
10.2 No		<input type="checkbox"/>	
Si su respuesta anterior fue si, ¿En qué tipo de almacenes lo haría?			
10.1.1 Supermercados	<input type="checkbox"/>	10.1.5 Tiendas ferreteras	<input type="checkbox"/>
10.1.2 Tiendas de ropa	<input type="checkbox"/>	10.1.6 Tiendas de artículos varios	<input type="checkbox"/>
10.1.3 Tiendas de tecnología	<input type="checkbox"/>	10.1.7 Tiendas de Telefonía celular	<input type="checkbox"/>
10.1.4 Farmacias	<input type="checkbox"/>	10.1.8 Otros	
OBSERVACIÓN:			
FIRMA DEL ENCUESTADOR		FIRMA DEL ENCUESTADO	
NOMBRE:		NOMBRE:	
		PUNTAJES	

ANEXO 2

ANEXO 2		Período:	
INFORMACIÓN BÁSICA		ENERO A DICIEMBRE	
Media Target:	HOGAR TOTAL	INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
Activity Target:	HOGAR TOTAL	Rol estratégico:	BUILD ESTRATEGIC
Tasa de cambio	DÓLAR		

Month	ene-12				feb-12				mar-12				abr-12				may-12				jun-12				jul-12				ago-12				sep-12				oct-12				nov-12				dic-12				TOTAL			
Week	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	LOCAL	
Day	3	10	17	24	7	14	21	28	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	7	14	21	28	5	12	19	26			
TELEVISION	LANZAMIENTO				LANZAMIENTO																MANTENIMIENTO				MANTENIMIENTO				MANTENIMIENTO				MANTENIMIENTO																			
Bruto Inv.	\$ 15.500,00				\$ 10.580,00				\$ 10.580,00				\$ 10.580,00								\$ 10.580,00				\$ 6.758,00				\$ 6.758,00				\$ 6.758,00				\$ 6.758,00															
Anuncios Calles	Vía a Samborondón/ Garzota				Ceibos/ Urdesa/ Kennedy				Vía a Samborondón/ Garzota				Ceibos/ Urdesa/ Kennedy																Revista ASEPLAS																							
Bruto Inv.	\$ 6.750,00				\$ 4.250,00				\$ 2.500,00				\$ 2.500,00				\$ 2.500,00								\$ 1.500				1.500				\$ 500,00				2.500				\$ 1.500											
Mkt Guerrilla	860				860				860				860								\$ 860				860								1				\$ 860															
N. de Avisos	2				2				2				2																1																							
Formato	Ambulantes				Ambulantes				Ambulantes				Ambulantes																1/1 página																							
Título	FUNDAS DE CASCARA DE PAPA				FUNDAS DE CASCARA DE PAPA				FUNDAS DE CASCARA DE PAPA				FUNDAS DE CASCARA DE PAPA																FUNDAS DE CASCARA DE PAPA																							
PRENSA	EL UNIVERSO																				EL UNIVERSO				EL UNIVERSO				EL UNIVERSO																							
Bruto Inv.	\$ 4.300,00												\$ 4.300,00																				\$ 4.300,00				\$ 4.800,00															
N. de Avisos	1																																1																			
Formato																																																				
Título	FUNDAS DE CASCARA DE PAPA																																				FUNDAS DE CASCARA DE PAPA															
TOTAL INV. MARCA																																																				
																											\$ 139.172																									

Anexo 3

Anexo 4

Maquina Serigráfica semi – automática

Medidas: 1115 mm. x 700 mm. x 1200 mm. alto

Tamaño Platina: 670 mm. x 570 mm

Modelo: S5040

Área de Impresión: 500 mm. x 400 mm

Impresión /hora: Supera las 1000

- Platina de aluminio, flotante y desplazable micrométricamente en cualquier sentido.
- Porta marco de rápida regulación, para diversos tamaños de bastidores.
- Regulación de velocidad.
- Regulación de la carrera de impresión y entintado.
- Presión de espátula (retinte) regulable mecánico.
- Presión e inclinación de manigueta regulable mecánicamente.
- Turbina de aspiración con corte y apertura mecánica
Motor de 1/2 HP x 3000 RPM marca czerweny.
- Ciclo de impresión continuo a golpe o individual.
- Platina (mesa) de impresión de aluminio.
- Registro de la platina montado sobre crapodinas.
- Fuera de contacto regulable.
- Parada de emergencia .

Anexo 5

Montacarga Apilador tipo Tenedor Ajustable

Marca: Hu-Lift

Modelo: MS 1029

Capacidad: 1000 kg

Longitud De Horquillas : 1150 mm.

Ancho De Horquillas : 540 mm

Altura Maxima De Elevacion : 2900 mm con 500 kg. Max.

Altura De Mastil : 2250 mm.

Radio De Curvatura : 1600 mm.

Elevacion De Carga : Eléctrica de 0,8 KW.

Velocidad De Elevacion : 110 mm/seg. sin carga 72 mm/seg. con carga

Incluye : baterias 12V / 135 Ah. cargador 15 Ah / 12VDC / 220VAC.

Precio Unit. : US\$. 4200 + IVA



Anexo 6



ANGLO AUTOMOTRIZ S. A.

Guayaquil, 14 de octubre del 2011

Sres.

CRISTINA SALAZAR

Ciudad.-

*Estamos orgullosos de presentar nuestros Camiones Chevrolet **ISUZU** de la Serie **N**, con Tecnología 100% Japonesa.*

*El camión **NHR**, cuyo Motor Turbo Diesel Intercooler, 4 en línea cumple con las Normas de Emisiones Euro II, siendo mas económico en consumo de combustible, por lo tanto es un vehiculo mucho mas respetuoso con el medio ambiente. Gracias a su Chasis el camión NHR ofrece una ventaja importante al momento de cargar, una mayor maniobrabilidad y movilidad incluso en calles angostas.*

A continuación mostramos Especificaciones Técnicas y Financiamiento:

NHR 2.1 Toneladas de Carga



MOTOR	Chasis
--------------	---------------

Marca/Código	IZUSU 4JB1-TC	Dirección	De potencia Hidráulica
Tipo	TURBO INTERCOOLER	Suspensión Delantera Tipo	Ballesta en eje Rígido
Ubicación (Del/Post-Long/Transv)	Delantero/Longitudinal	Eje	Reverse Elliot
Desplazamiento (cc)	2.771	Suspensión Trasera Tipo	Ballesta en eje Rígido
No. de Cilindros	4 en Línea	Eje	Semi Flotante
Potencia(HP@RPM)	95 @ 3400	Radio Min. De Giro	5.8 m
Torque (N.m @ RPM)	206 @ 2000	Amortiguador	Hidráulicos, telescop.doble acción
		Sistema de Freno	Hidráulico, asistido por vació doble circuito
Relación de Compresión	18.2:1	Freno de Motor/ Mano	Mariposa / Si
Sist. de Enfriamiento	Radiador servicio pesado, ventilador, bomba de agua	Sistema eléctrico- Batería Alternador	12 v 48 Ah 12 v 50 Amp
Sist. de Lubricación	Tipo Flujo Total, bomba de aceite, filtro de aceite y enfriador	Llantas Delanteras	7.00 R 15 - 8PR
Combustible	Diesel	Llantas Traseras	7.00 R 15 - 8 PR

Presidente Luís Cordero y Sufragio Libre Cdla. Naval Norte (frente al Colegio Nac. Aguirre Abad)

Telfs.: 2281119 ext. 235· Fax: 2281198 · Casilla 09-04-82P · Guayaquil - Ecuador



ANGLO AUTOMOTRIZ S. A.

Transmisión	Pesos y Capacidades
--------------------	----------------------------

Marca/Código	MSB5S		
Tipo	T/M 5 vel + Rev.		
1ª	5,016		
2ª	2,672	Peso Bruto Vehicular (Kg)	3,550
3ª	1,585	Capacidad de Carga (Kg)	2,115
4ª	1,000	Capacidad Máxima	
5ª	0,770	Eje Delantero(Kg)	1,800
Reversa	4,783	Eje Trasero(Kg)	2,500
Tracción	4x2	Tanque de Combustible (L)	75

Dimensiones	Unidad : mm
Largo total	4.590
Distancia entre ejes	2.490
Largo Útil de Carga	3.100
Alto de Cabina	2.095

Precio CONTADO	\$ 25,690.00
Valores Inc. Iva.	

Financiamiento Incluye:

Seguro del Camión por 2 años, Dispositivo de Rastreo por 1 año.

Garantía 1 año o 60,000 km.

Capacitamos a sus chóferes, para el buen manejo del camión.

Aceptamos su vehiculo, como parte de pago.

Contamos con Talleres exclusivos, solo para Camiones, para una mejor y rápida atención.

Fernando Rosales Coronel

División de Camiones

Ofic. 042281119 Ext. 235, Celular 094692367-088872100



frosales@angloautomotriz.com

Presidente Luís Cordero y Sufragio Libre Cda. Naval Norte (frente al Colegio Nac. Aguirre Abad)

Telfs.: 2281119 ext. 235· Fax: 2281198 · Casilla 09-04-82P · Guayaquil - Ecuador

Anexo 7

Cotizado en: Cartimex con la ejecutiva de ventas Alejandra Cevallos

Equipo Computador Dual Core 2.6 ghz



- CASE ATX PARA CORE 2 DUO
- FUENTE 550WATTS
- MAINBOARD CHIP INTEL D41 BIOSTAR BUS 800MHZ
- DISCO DURO **1000 GB** SATA II (o - \$20 con 500gb)
- MEMORIA RAM 2GB DDR3 (o +\$36.00 con 4GB DDR3)
- PROCESADOR INTEL CELERON DUAL CORE 2.6 GHZ (2años 6 meses de garantia)
- MONITOR LCD 16 " LCD BenQ / AOC (o + \$32/\$68 con 19"/22")3 años de garantia
- TARJETA DE VIDEO 224MB INTEGRADA
- DVDWRITER LG SATA
- TECLADO 101 TECLAS SUPORT
- TARJETA DE RED 10 BASE 100 INTEGRADA
- MOUSE OPTICO NAVEGADOR
- PARLANTES AMPLIFICADOS 180 WATTS

Buscar: Estado ID Número Tipo Fecha Divisa Cambio División Última Edición Buzón

0000539323 0000539271 VEN-OR 19/10/2011 DOLARES 7.56 GENERAL

Cliente: 0992166452001 XTRATECH Vendedor: SINCO Sin Comisiones Términos: CONTADO Bodega: 01 Precio: P.000.00

Detalle de Productos y Servicios

Código	Nombre	Stock	Reservad	Cant.	Precio	PrecioR	Des%	Desc.	Extendido	Imp
TX-521	CASE XTRATECH TX-521 / LECTOR DE MEMORIAS INCLUIDO	74	7	1	40.00	40.00	0.00	0.00	40.00	✓
CXTRA	C-XTRATECH	2,618	305	1	5.56	5.56	0.00	0.00	5.56	✓
E5700	PROCESADOR INTEL E5700 CORE DUO 3.0 GHZ 2MB S775	478	22	1	66.02	66.02	0.00	0.00	66.02	✓
G41M-P26	MAINBOARD MSI INTEL S775 V-S-R DDR3/4SATA/10/100LAN/OC/F	18	1	1	52.36	52.36	0.00	0.00	52.36	✓
HD-1TB	DISCO DURO 1 TERABYTE 1000 GB SATA	969	41	1	57.61	57.61	0.00	0.00	57.61	✓
GH22NS70	DVD WRITER LG 22X INTERNO NEGRO SATA	2,246	244	1	17.28	17.28	0.00	0.00	17.28	✓
V52GB 1333	MEMORIA CORSAIR 2 GB DDR3 1333MHz	301	176	1	13.32	13.32	0.00	0.00	13.32	✓
286 12358	COMBO TECLADO MAS MOUSE USB OMEGA NEGRO	277	53	1	7.40	7.40	0.00	0.00	7.40	✓
682630	PARLANTE OMEGA 630 WATTS USB DOS VIAS NUEVO	95	0	1	5.56	5.56	0.00	0.00	5.56	✓
G925HDA	FLAT PANEL BENQ 18.5" LCD NEGRO	175	12	1	92.83	92.83	0.00	0.00	92.83	✓

Nuevo Quitar Combo Impuesto / / 0.00 0.00 0.00 Transporte: Datos del Producto... Datos del Cliente... EquiL

Nota que se imprime en la Orden Comentario Interno

Subtotal	357.94
Descuento	0.00
Impuesto	42.95
Total	400.89

Anexo 8

Gráfico de la caja



Anexo 9

Localización de la Fábrica del Proveedor en España



ANEXO DE EVALUACIÓN FINANCIERA PROYECTO

Beneficiario **ECOPAP**
 Institución Financiera **CFN** http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=48&catid=56&Itemid=365
 Préstamo Activo Fijo **232.167,20**
 Tasa **0,917%**
 Periodo **120**
 Periodo de Gracia **4**
 Pago **\$ 3.198,62914340408**
 Amortización cada **30 días**

	Periodo	Saldo Inicial	Interes	Amort. capital	pago	saldo final
PERIODO 0	0					\$ 232.167,20
	1	\$ 232.167,20	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 232.167,20
	2	\$ 232.167,20	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 232.167,20
	3	\$ 232.167,20	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 232.167,20
	4	\$ 232.167,20	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 232.167,20
PERIODO 1	5	\$ 232.167,20	\$ 2.128,97	\$ 1.069,66	\$ 3.198,63	\$ 231.097,54
	6	\$ 231.097,54	\$ 2.119,16	\$ 1.079,47	\$ 3.198,63	\$ 230.018,07
	7	\$ 230.018,07	\$ 2.109,27	\$ 1.089,36	\$ 3.198,63	\$ 228.928,71
	8	\$ 228.928,71	\$ 2.099,28	\$ 1.099,35	\$ 3.198,63	\$ 227.829,36
	9	\$ 227.829,36	\$ 2.089,20	\$ 1.109,43	\$ 3.198,63	\$ 226.719,93
	10	\$ 226.719,93	\$ 2.079,02	\$ 1.119,61	\$ 3.198,63	\$ 225.600,32
	11	\$ 225.600,32	\$ 2.068,75	\$ 1.129,88	\$ 3.198,63	\$ 224.470,44
	12	\$ 224.470,44	\$ 2.058,39	\$ 1.140,24	\$ 3.198,63	\$ 223.330,20
	13	\$ 223.330,20	\$ 2.047,94	\$ 1.150,69	\$ 3.198,63	\$ 222.179,51
	14	\$ 222.179,51	\$ 2.037,39	\$ 1.161,24	\$ 3.198,63	\$ 221.018,27
	15	\$ 221.018,27	\$ 2.026,74	\$ 1.171,89	\$ 3.198,63	\$ 219.846,38
	16	\$ 219.846,38	\$ 2.015,99	\$ 1.182,64	\$ 3.198,63	\$ 218.663,74
PERIODO 2	17	\$ 218.663,74	\$ 2.005,15	\$ 1.193,48	\$ 3.198,63	\$ 217.470,26
	18	\$ 217.470,26	\$ 1.994,20	\$ 1.204,43	\$ 3.198,63	\$ 216.265,83
	19	\$ 216.265,83	\$ 1.983,16	\$ 1.215,47	\$ 3.198,63	\$ 215.050,36
	20	\$ 215.050,36	\$ 1.972,01	\$ 1.226,62	\$ 3.198,63	\$ 213.823,74
	21	\$ 213.823,74	\$ 1.960,76	\$ 1.237,87	\$ 3.198,63	\$ 212.585,87
	22	\$ 212.585,87	\$ 1.949,41	\$ 1.249,22	\$ 3.198,63	\$ 211.336,65
	23	\$ 211.336,65	\$ 1.937,96	\$ 1.260,67	\$ 3.198,63	\$ 210.075,98
	24	\$ 210.075,98	\$ 1.926,40	\$ 1.272,23	\$ 3.198,63	\$ 208.803,75
	25	\$ 208.803,75	\$ 1.914,73	\$ 1.283,90	\$ 3.198,63	\$ 207.519,85
	26	\$ 207.519,85	\$ 1.902,96	\$ 1.295,67	\$ 3.198,63	\$ 206.224,18
	27	\$ 206.224,18	\$ 1.891,08	\$ 1.307,55	\$ 3.198,63	\$ 204.916,63
	28	\$ 204.916,63	\$ 1.879,09	\$ 1.319,54	\$ 3.198,63	\$ 203.597,09
PERIODO 3	29	\$ 203.597,09	\$ 1.866,99	\$ 1.331,64	\$ 3.198,63	\$ 202.265,45
	30	\$ 202.265,45	\$ 1.854,77	\$ 1.343,86	\$ 3.198,63	\$ 200.921,59
	31	\$ 200.921,59	\$ 1.842,45	\$ 1.356,18	\$ 3.198,63	\$ 199.565,41
	32	\$ 199.565,41	\$ 1.830,01	\$ 1.368,62	\$ 3.198,63	\$ 198.196,79
	33	\$ 198.196,79	\$ 1.817,46	\$ 1.381,17	\$ 3.198,63	\$ 196.815,62
	34	\$ 196.815,62	\$ 1.804,80	\$ 1.393,83	\$ 3.198,63	\$ 195.421,79
	35	\$ 195.421,79	\$ 1.792,02	\$ 1.406,61	\$ 3.198,63	\$ 194.015,18
	36	\$ 194.015,18	\$ 1.779,12	\$ 1.419,51	\$ 3.198,63	\$ 192.595,67
	37	\$ 192.595,67	\$ 1.766,10	\$ 1.432,53	\$ 3.198,63	\$ 191.163,14
	38	\$ 191.163,14	\$ 1.752,97	\$ 1.445,66	\$ 3.198,63	\$ 189.717,48
	39	\$ 189.717,48	\$ 1.739,71	\$ 1.458,92	\$ 3.198,63	\$ 188.258,56
	40	\$ 188.258,56	\$ 1.726,33	\$ 1.472,30	\$ 3.198,63	\$ 186.786,26
PERIODO 4	41	\$ 186.786,26	\$ 1.712,83	\$ 1.485,80	\$ 3.198,63	\$ 185.300,46
	42	\$ 185.300,46	\$ 1.699,21	\$ 1.499,42	\$ 3.198,63	\$ 183.801,04
	43	\$ 183.801,04	\$ 1.685,46	\$ 1.513,17	\$ 3.198,63	\$ 182.287,87
	44	\$ 182.287,87	\$ 1.671,58	\$ 1.527,05	\$ 3.198,63	\$ 180.760,82
	45	\$ 180.760,82	\$ 1.657,58	\$ 1.541,05	\$ 3.198,63	\$ 179.219,77
	46	\$ 179.219,77	\$ 1.643,45	\$ 1.555,18	\$ 3.198,63	\$ 177.664,59
	47	\$ 177.664,59	\$ 1.629,18	\$ 1.569,45	\$ 3.198,63	\$ 176.095,14
	48	\$ 176.095,14	\$ 1.614,79	\$ 1.583,84	\$ 3.198,63	\$ 174.511,30
	49	\$ 174.511,30	\$ 1.600,27	\$ 1.598,36	\$ 3.198,63	\$ 172.912,94
	50	\$ 172.912,94	\$ 1.585,61	\$ 1.613,02	\$ 3.198,63	\$ 171.299,92
	51	\$ 171.299,92	\$ 1.570,82	\$ 1.627,81	\$ 3.198,63	\$ 169.672,11
	52	\$ 169.672,11	\$ 1.555,89	\$ 1.642,74	\$ 3.198,63	\$ 168.029,37
PERIODO 5	53	\$ 168.029,37	\$ 1.540,83	\$ 1.657,80	\$ 3.198,63	\$ 166.371,57
	54	\$ 166.371,57	\$ 1.525,63	\$ 1.673,00	\$ 3.198,63	\$ 164.698,57
	55	\$ 164.698,57	\$ 1.510,29	\$ 1.688,34	\$ 3.198,63	\$ 163.010,23
	56	\$ 163.010,23	\$ 1.494,80	\$ 1.703,83	\$ 3.198,63	\$ 161.306,40
	57	\$ 161.306,40	\$ 1.479,18	\$ 1.719,45	\$ 3.198,63	\$ 159.586,95
	58	\$ 159.586,95	\$ 1.463,41	\$ 1.735,22	\$ 3.198,63	\$ 157.851,73
	59	\$ 157.851,73	\$ 1.447,50	\$ 1.751,13	\$ 3.198,63	\$ 156.100,60
	60	\$ 156.100,60	\$ 1.431,44	\$ 1.767,19	\$ 3.198,63	\$ 154.333,41
	61	\$ 154.333,41	\$ 1.415,24	\$ 1.783,39	\$ 3.198,63	\$ 152.550,02
	62	\$ 152.550,02	\$ 1.398,88	\$ 1.799,75	\$ 3.198,63	\$ 150.750,27
	63	\$ 150.750,27	\$ 1.382,38	\$ 1.816,25	\$ 3.198,63	\$ 148.934,02
	64	\$ 148.934,02	\$ 1.365,72	\$ 1.832,91	\$ 3.198,63	\$ 147.101,11
PERIODO 6	65	\$ 147.101,11	\$ 1.348,92	\$ 1.849,71	\$ 3.198,63	\$ 145.251,40
	66	\$ 145.251,40	\$ 1.331,96	\$ 1.866,67	\$ 3.198,63	\$ 143.384,73
	67	\$ 143.384,73	\$ 1.314,84	\$ 1.883,79	\$ 3.198,63	\$ 141.500,94
	68	\$ 141.500,94	\$ 1.297,56	\$ 1.901,07	\$ 3.198,63	\$ 139.599,87
	69	\$ 139.599,87	\$ 1.280,13	\$ 1.918,50	\$ 3.198,63	\$ 137.681,37
	70	\$ 137.681,37	\$ 1.262,54	\$ 1.936,09	\$ 3.198,63	\$ 135.745,28
	71	\$ 135.745,28	\$ 1.244,78	\$ 1.953,85	\$ 3.198,63	\$ 133.791,43
	72	\$ 133.791,43	\$ 1.226,87	\$ 1.971,76	\$ 3.198,63	\$ 131.819,67
	73	\$ 131.819,67	\$ 1.208,79	\$ 1.989,84	\$ 3.198,63	\$ 129.829,83
	74	\$ 129.829,83	\$ 1.190,54	\$ 2.008,09	\$ 3.198,63	\$ 127.821,74
	75	\$ 127.821,74	\$ 1.172,13	\$ 2.026,50	\$ 3.198,63	\$ 125.795,24
	76	\$ 125.795,24	\$ 1.153,54	\$ 2.045,09	\$ 3.198,63	\$ 123.750,15
	77	\$ 123.750,15	\$ 1.134,79	\$ 2.063,84	\$ 3.198,63	\$ 121.686,31
	78	\$ 121.686,31	\$ 1.115,86	\$ 2.082,77	\$ 3.198,63	\$ 119.603,54

PERIODO 7	79	\$ 119.603,54	\$ 1.096,76	\$ 2.101,87	\$ 3.198,63	\$ 117.501,67
	80	\$ 117.501,67	\$ 1.077,49	\$ 2.121,14	\$ 3.198,63	\$ 115.380,53
	81	\$ 115.380,53	\$ 1.058,04	\$ 2.140,59	\$ 3.198,63	\$ 113.239,94
	82	\$ 113.239,94	\$ 1.038,41	\$ 2.160,22	\$ 3.198,63	\$ 111.079,72
	83	\$ 111.079,72	\$ 1.018,60	\$ 2.180,03	\$ 3.198,63	\$ 108.899,69
	84	\$ 108.899,69	\$ 998,61	\$ 2.200,02	\$ 3.198,63	\$ 106.699,67
	85	\$ 106.699,67	\$ 978,44	\$ 2.220,19	\$ 3.198,63	\$ 104.479,48
	86	\$ 104.479,48	\$ 958,08	\$ 2.240,55	\$ 3.198,63	\$ 102.238,93
PERIODO 8	87	\$ 102.238,93	\$ 937,53	\$ 2.261,10	\$ 3.198,63	\$ 99.977,83
	88	\$ 99.977,83	\$ 916,80	\$ 2.281,83	\$ 3.198,63	\$ 97.696,00
	89	\$ 97.696,00	\$ 895,87	\$ 2.302,76	\$ 3.198,63	\$ 95.393,24
	90	\$ 95.393,24	\$ 874,76	\$ 2.323,87	\$ 3.198,63	\$ 93.069,37
	91	\$ 93.069,37	\$ 853,45	\$ 2.345,18	\$ 3.198,63	\$ 90.724,19
	92	\$ 90.724,19	\$ 831,94	\$ 2.366,69	\$ 3.198,63	\$ 88.357,50
	93	\$ 88.357,50	\$ 810,24	\$ 2.388,39	\$ 3.198,63	\$ 85.969,11
	94	\$ 85.969,11	\$ 788,34	\$ 2.410,29	\$ 3.198,63	\$ 83.558,82
	95	\$ 83.558,82	\$ 766,23	\$ 2.432,40	\$ 3.198,63	\$ 81.126,42
	96	\$ 81.126,42	\$ 743,93	\$ 2.454,70	\$ 3.198,63	\$ 78.671,72
	97	\$ 78.671,72	\$ 721,42	\$ 2.477,21	\$ 3.198,63	\$ 76.194,51
	98	\$ 76.194,51	\$ 698,70	\$ 2.499,93	\$ 3.198,63	\$ 73.694,58
PERIODO 9	99	\$ 73.694,58	\$ 675,78	\$ 2.522,85	\$ 3.198,63	\$ 71.171,73
	100	\$ 71.171,73	\$ 652,64	\$ 2.545,99	\$ 3.198,63	\$ 68.625,74
	101	\$ 68.625,74	\$ 629,30	\$ 2.569,33	\$ 3.198,63	\$ 66.056,41
	102	\$ 66.056,41	\$ 605,74	\$ 2.592,89	\$ 3.198,63	\$ 63.463,52
	103	\$ 63.463,52	\$ 581,96	\$ 2.616,67	\$ 3.198,63	\$ 60.846,85
	104	\$ 60.846,85	\$ 557,97	\$ 2.640,66	\$ 3.198,63	\$ 58.206,19
	105	\$ 58.206,19	\$ 533,75	\$ 2.664,88	\$ 3.198,63	\$ 55.541,31
	106	\$ 55.541,31	\$ 509,31	\$ 2.689,32	\$ 3.198,63	\$ 52.851,99
	107	\$ 52.851,99	\$ 484,65	\$ 2.713,98	\$ 3.198,63	\$ 50.138,01
	108	\$ 50.138,01	\$ 459,77	\$ 2.738,86	\$ 3.198,63	\$ 47.399,15
	109	\$ 47.399,15	\$ 434,65	\$ 2.763,98	\$ 3.198,63	\$ 44.635,17
	110	\$ 44.635,17	\$ 409,30	\$ 2.789,33	\$ 3.198,63	\$ 41.845,84
PERIODO 10	111	\$ 41.845,84	\$ 383,73	\$ 2.814,90	\$ 3.198,63	\$ 39.030,94
	112	\$ 39.030,94	\$ 357,91	\$ 2.840,72	\$ 3.198,63	\$ 36.190,22
	113	\$ 36.190,22	\$ 331,86	\$ 2.866,77	\$ 3.198,63	\$ 33.323,45
	114	\$ 33.323,45	\$ 305,58	\$ 2.893,05	\$ 3.198,63	\$ 30.430,40
	115	\$ 30.430,40	\$ 279,05	\$ 2.919,58	\$ 3.198,63	\$ 27.510,82
	116	\$ 27.510,82	\$ 252,27	\$ 2.946,36	\$ 3.198,63	\$ 24.564,46
	117	\$ 24.564,46	\$ 225,26	\$ 2.973,37	\$ 3.198,63	\$ 21.591,09
	118	\$ 21.591,09	\$ 197,99	\$ 3.000,64	\$ 3.198,63	\$ 18.590,45
	119	\$ 18.590,45	\$ 170,47	\$ 3.028,16	\$ 3.198,63	\$ 15.562,29
	120	\$ 15.562,29	\$ 142,71	\$ 3.055,92	\$ 3.198,63	\$ 12.506,37
	121	\$ 12.506,37	\$ 114,68	\$ 3.083,95	\$ 3.198,63	\$ 9.422,42
	122	\$ 9.422,42	\$ 86,40	\$ 3.112,23	\$ 3.198,63	\$ 6.310,19
	123	\$ 6.310,19	\$ 57,86	\$ 3.140,77	\$ 3.198,63	\$ 3.169,42
	124	\$ 3.169,42	\$ 29,06	\$ 3.169,57	\$ 3.198,63	\$ (0,15)

6.1 ESTRUCTURACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.1.1. PLAN DE INVERSIÓN, CLASIFICACIÓN Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO

RUBROS	PERIODO 0					PERIODO 1	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PERIODO 1	TOTAL INVERSIÓN	PROPIO	PRESTAMO
Terrenos y Obras	\$ 48.762,00	\$ 173.556,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 222.318,00	\$ 44.463,60	\$ 177.854,40
Equipos y maquinarias	\$ -	\$ 32.881,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32.881,00	\$ 6.576,20	\$ 26.304,80
Equipos y muebles de oficina	\$ -	\$ 2.644,94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.644,94	\$ 528,99	\$ 2.115,95
Equipos de computación	\$ -	\$ 3.483,06	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.483,06	\$ 696,61	\$ 2.786,45
Capital de trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 104.910,30	\$ -	\$ 104.910,30	\$ 104.910,30	\$ -
Gastos Financieros	\$ -	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ 2.128,97	\$ -	\$ 8.515,88	\$ 8.515,88	\$ -
Vehiculos	\$ 28.882,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28.882,00	\$ 5.776,40	\$ 23.105,60
Gastos de Constitución y permisos	\$ -	\$ 5.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ -
Seguros de vehículo y maquinarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 946,44	\$ -	\$ 946,44	\$ 946,44	\$ -
TOTAL DE INVERSIÓN	77.644,00	219.693,97	2.128,97	2.128,97	107.985,71	-	\$ 409.581,62	\$ 177.414,42	\$ 232.167,20
								43%	57%

100% propio

6.1.2 PROGRAMA Y CALENDARIO DE INVERSIONES

CAPITAL PROPIO

RUBROS	PERIODO 0					TOTAL INVERSIÓN
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Terrenos y obras	-	-	-	-	\$ 44.463,60	44.463,60
Equipos y maquinarias	-	-	-	-	6.576,20	6.576,20
Equipos y muebles de oficina	-	-	-	-	528,99	528,99
Equipos de computación	-	-	-	-	696,61	696,61
Capital de trabajo	-	-	-	-	104.910,30	104.910,30
Gastos Financieros	-	2.128,97	2.128,97	2.128,97	2.128,97	8.515,88
Vehiculos	-	-	-	-	5.776,40	5.776,40
Gastos de Constitución y permisos	-	-	-	-	5.000,00	5.000,00
Seguros de vehículo y maquinarias	-	-	-	-	946,44	946,44
TOTAL DE INVERSIÓN	-	2.128,97	2.128,97	2.128,97	171.027,51	\$ 177.414,42

CAPITAL PRESTADO

RUBROS	PERIODO 0					TOTAL INVERSIÓN
	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Terrenos y obras	39.009,60	138.844,80	-	-	-	177.854,40
Equipos y maquinarias	-	26.304,80	-	-	-	26.304,80
Equipos y muebles de oficina	-	2.115,95	-	-	-	2.115,95
Equipos de computación	-	2.786,45	-	-	-	2.786,45
Capital de trabajo	-	-	-	-	-	-
Vehiculos	23.105,60	-	-	-	-	23.105,60
Gastos de Constitución y permisos	-	-	-	-	-	-
Seguros de vehículo y maquinarias	-	-	-	-	-	-
TOTAL DE INVERSIÓN	62.115,20	170.052,00	-	-	-	\$ 232.167,20

Maquina Serigráfica	5	\$	28.000,00
Equipo Montacarga	1	\$	4.704,00
Máquina Etiquetadora	1	\$	177,00
Total Equipos y Maquinarias		\$	32.881,00

Terreno	1	\$	48.762,00
Contrucción	1	\$	173.556,00
Total Terrenos & Contrucciones		\$	222.318,00

PC escritorio	2	\$	801,78
Laptops	6	\$	2.681,28
Total Equipos Computación		\$	3.483,06

Vehículo	1	\$	28.882,00
----------	---	----	-----------

Mobiliarios y Equipos de oficina	Unidades	Costo Unit	Costo Total
Escritorio	6	\$ 125,00	\$ 750,00
Sillas de escritorio	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Archivadores	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Impresora	1	\$ 89,00	\$ 89,00
Archivadores aéreos	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Aires acondicionados	3	\$ 431,98	\$ 1.295,94
TOTAL Equipos de Oficina	21		\$ 2.644,94

CUADRO DE SEGUROS

ITEM	CUENTAS	VALOR LIBROS	PORCENTAJE	TOTAL
1	Maquinarias y equipos	\$ 32.881,00	2%	\$ 657,62
2	Vehículos	\$ 28.882,00	1%	\$ 288,82
		\$ 61.763,00		\$ 946,44

Permisos Municipales	\$ 1.000,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 1.500,00
Constitución de la empresa	\$ 2.500,00
Total Gastos Constitución	\$ 5.000,00

6.1.3 POLITICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

POLITICAS DE COBROS

Los clientes pagarán por el producto a crédito, generalmente hasta 20 días plazo, y dependiendo del tipo de cliente se negociará la cantidad de días adicionales de facilidad de pago.

pagos

El proceso comienza con contactar al proveedor en España, se negocia los términos y condiciones, cantidades y precios. Luego se realiza el pedido con el pago del 50% y el otro 50% se realiza al arribo de la mercadería luego de 30 días.

POLITICAS DE EXISTENCIA

ESTA POLITICA ESTARÁ BASADA EN LA PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DEL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO:

MATERIA PRIMA Y MATER. INDIREC.: 1000 paquetes

Se tendrá un stock de 15 días de cada pedido, es decir 100,000 que equivalen a 1000 paquetes de 100 unidades.

PRODUCTO TERMINADO: No se tendrá existencias de producto terminado, ya que acorde a los pedidos de los clientes se imprimirán las fundas.

6.1.4 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS

DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO																					
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	1 (2012)	2 (2013)	3 (2014)	4 (2015)	5 (2016)	6 (2017)	7 (2018)	8 (2019)	9 (2020)	10 (2021)	11 (2022)	12 (2023)	13 (2024)	14 (2025)	15 (2026)	16 (2027)	17 (2028)	18 (2029)	19 (2030)	20 (2031)
Equipo y Maquinaria	32.881,00	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10	3.288,10										
Equipos y Muebles de oficina	2.644,94	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49	264,49										
Vehículos	28.882,00	5.776,40	5.776,40	5.776,40	5.776,40	5.776,40	-	-													
Equipo de Computación	3.483,06	1.160,90	1.160,90	1.160,90																	
Obras civiles (edificaciones)	173.556,00	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80	8.677,80
TOTAL	241.447,00	19.167,69	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79	12.230,39	12.230,39	12.230,39	12.230,39	12.230,39	8.677,80									

ACTIVO FIJO	241.447,00
GASTOS DE DEPRECIACIÓN A 5 AÑOS	93.516,65
VALOR RESIDUAL DE ACTIVO FIJO	147.929,95

AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO						
ACTIVO FIJO	VALOR (U.S.\$)	2012 Año	2013 Año	2014 Año	2015 Año	2016 Año
Gastos de Constitución	2.500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Tasas y permisos	2.500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Seguros	946,44	189,29	189,29	189,29	189,29	189,29
TOTAL	5.946,44	1.189,29	1.189,29	1.189,29	1.189,29	1.189,29

6.1.5 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

(en unidades)

AÑO 2011	
Funda Asa Lazo	15.750,00
Funda tipo Camiseta	9.000,00
TOTAL PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	24.750,00

PROYECCION DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

MERCADO - Funda Asa Lazo

AÑO 2011

(en unidades)

Meses	Tiendas	OFERTA DEL PROYECTO	% Incremento mensual
MES 1	2	300,00	0%
MES 2	4	600,00	50%
MES 3	4	600,00	0%
MES 4	4	600,00	0%
MES 5	6	900,00	67%
MES 6	7	1.050,00	86%
MES 7	8	1.200,00	88%
MES 8	10	1.500,00	80%
MES 9	12	1.800,00	83%
MES 10	14	2.100,00	86%
MES 11	16	2.400,00	88%
MES 12	18	2.700,00	89%
Total anual		15.750,00	

0,64

Vta. Proyectada mensual **150** paquetes 100 unidades por punto de venta

PROYECCIÓN DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

MERCADO - Funda tipo Camiseta

AÑO 2011

(en unidades)

Meses	Tiendas	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1		
MES 2		
MES 3		
MES 4		-
MES 5		-
MES 6	1	1.000,00
MES 7	1	1.000,00
MES 8	1	1.000,00
MES 9	1	1.000,00
MES 10	1	1.000,00
MES 11	2	2.000,00
MES 12	2	2.000,00
Total Anual		9.000,00

0,36

Vta. Proyectada mensual **1.000** paquetes 100 unidades por punto de venta

PROYECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN Y VENTAS (AÑO)

(en unidades)

Meses	OFERTA DEL PROYECTO
MES 1	300,00
MES 2	600,00
MES 3	600,00
MES 4	600,00
MES 5	900,00
MES 6	2.050,00
MES 7	2.200,00
MES 8	2.500,00
MES 9	2.800,00
MES 10	3.100,00
MES 11	4.400,00
MES 12	4.700,00
Total anual	24.750,00

paquetes

2062,5

841,67 ventas paq mensuales promedio

6.1.6 COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTO DE MATERIAS PRIMAS		
Materia prima	Costo	Precio (\$/unidad)
1 Fundas Biodegradables Cáscara de Papa en blanco: Tipo Camiseta pedido mínimo 100000 Tipo Asa Lazo pedido mínimo 100000	\$ 11.019,31	\$ 5,51
Costo de producción unitario	\$ 5,5100	
Especificaciones técnicas:		
1.. Tipo Camiseta pedido mínimo 100000		
2.. Tipo Asa Lazo pedido mínimo 100000		
3..		
COSTO DE MATERIALES INDIRECTOS		
Rubro	Costo	Precio (\$/unidad)
1 Tinta Ecológica, Cartucho 12 colores	\$ 100,00	\$ 4,0000
2 Rollo Papel Etiqueta	\$ 3,15	\$ 0,00263
3		
Costo de producción unitario	\$ 4,0026	
Especificaciones técnicas:		
1. El cartucho de tinta Ecológica de 12 unidades equivale a 2500 impresiones y se va a imprimir 200000 fundas.		
2. El rollo papel etiqueta equivale a 1200 etiquetas, 2000 cajas, con un rollo basta		
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION		
Rubro	Costo	
1 Materia prima	\$ 5,51	
2 Materiales indirectos	\$ 4,00	
Costo de producción unitario	\$ 9,51	

COSTOS INDIRECTO DE FABRICACION	
Rubro	Costo mensual
1 Servicios Básicos (Agua y Luz)	\$ 275,00
2 Materiales de Limpieza	\$ 50,00
3 Suministros de producción (mandiles, guantes, mascarilla, etc.)	\$ 100,00
Costo de producción unitario	\$ 425,00

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
10	Operadores	\$ 2.640,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 110,00	\$ 320,76	\$ 3.510,76	\$ 42.129,12
1	Conductor montacarga	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							\$ 3.861,84	\$ 46.342,08

Pedido mínimo por tipo de funda 100,000		200.000	
Precio x Pallet Fundas tipo Camiseta	€	244,00	16%
Precio x Pallet Fundas Tipo Asa Lazo	€	1.320,00	84%
Total Precio Exwork	€	1.564,00	
Inland Charge	€	86,27	
THC	€	17,50	
T-3	€	1,60	
ISPS Documents	€	1,50	
Transportation/Maintenance of cntr	€	25,00	
Customs Clearance	€	3,75	
AMS (U.S. Destinations including Pto. Rico)	€	20,00	
Total Exw Charge	€	14,50	
	€	2.211,56	
Total Precio Exwork+ExwCharges (FOB VALENCIA)	€	3.775,56	
Total Precio Exw + ExwCharges Euro/Dólar (FOB VALENCIA)	\$	5.126,83	
Flete O/F Valencia- Guayaquil: USD 96 w/m ALL IN	\$	624,00	
FOB + FLETE	\$	5.750,83	
Seguro 0,30% (mínimo \$20)	\$	20,00	
CIF	\$	5.770,83	
AD VALOREM 20%	\$	1.154,17	
FDI (FODINFA) 0,5%	\$	28,85	
IVA 12%	\$	7.788,31	
IMPUESTOS ARANCELARIOS	\$	8.971,33	
COPEI 0,025% (mínimo \$5)	\$	5,00	
LIQUIDACION ADUANA	\$	8.976,33	
Gastos Locales ECONOTRANS			
Administración	\$	30,80	
Visto Bueno	\$	13,06	
Gastos Portuarios	\$	30,80	
Desconsolidación	\$	30,80	
THD	\$	30,80	
Total Gastos Locales ECONOTRANS	\$	1.771,38	
ALMACENERA TEMPORAL			
AGENTE ADUANA	\$	201,60	
TRANSPORTE A PLANTA		\$ 70,00	
COSTO TOTAL	\$	11.019,31	
PRECIO UNITARIO FUNDA		0,05510	

6.1.7 GASTOS

6.1.7.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Gerente General	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 22,00	\$ 25,00	\$ 72,90	\$ 769,90	\$ 9.238,80
2	Asistente Gerente General	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
3	Jefe Administrativo	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
4	Jefe de Marketing y Ventas	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
5	Contador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
6	Analista Capacitación y Selección DHO	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
7	Analista de Cobranzas	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 520,60	\$ 6.247,20
8	Distribución - Chofer	\$ 264,00	\$ 22,00	\$ 22,00	\$ 11,00	\$ 32,08	\$ 351,08	\$ 4.212,96
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS							4.075,06	48.900,72

Observaciones.

GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		
Rubro	Costo mensual	Costo anual
1 Servicios básicos (agua, luz, teléfono)	\$ 129,00	\$ 1.548,00
2 Internet	\$ 45,00	\$ 540,00
3 Servicios de guardiania	\$ 264,00	\$ 3.168,00
4 Servicio de mantenimiento de equipos de oficina	\$ 26,45	\$ 317,40
5 Servicio de mantenimiento de vehiculos	\$ 288,82	\$ 3.465,84
6 Combustible de vehiculos	\$ 200,00	\$ 2.400,00
7 Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
8 Servicio y suministros de limpieza	\$ 50,00	\$ 600,00
Total Gastos	\$ 1.103,27	\$ 13.239,24

6.1.7.2 GASTOS VENTAS Y MARKETING

GASTO FUERZA DE VENTAS								
No.	Cargo	Sueldo mensual	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Vacac.	Aporte Patronal	Mensual inc. benef.	Anual
1	Vendedor 1	264,00	22,00	22,00	11,00	32,08	351,08	4.212,96
2	Vendedor 2	264,00	22,00	22,00	11,00	32,08	351,08	4.212,96
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS (en dólares)							702,16	8.425,92

COMISIÓN EN VENTAS			
No.	Vendedores	Comisión mensual	Comisión Anual
1	Vendedor 1	100,00	1.200
2	Vendedor 2	100,00	1.200
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS		200,00	2.400,00

ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING																
No.	Vendedores	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL PERIOD 0	TOTAL 2012
1	ESTRATEGIA PRE-LAUNCH (COMERCIALES TV)	6.780,00	8.720,00	10.580,00	10.580,00	10.580,00		10.580,00	6.758,00	6.758,00	6.758,00	6.758,00			6.780,00	78.072,00
2	Conferencias	4.250,00	2.500,00	4.250,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00		1.500,00	1.500,00	2.500,00	2.500,00		1.500,00		28.000,00
3	ESTRATEGIA MKT GUERRILLA		860,00	860,00	860,00	860,00			860,00	860,00			860,00		-	6.020,00
4	ESTRATEGIA PRENSA		4.300,00			4.300,00		4.300,00			4.800,00			4.300,00	4.800,00	26.800,00
TOTAL MENSUAL		11.030,00	16.380,00	15.690,00	13.940,00	18.240,00	2.500,00	14.880,00	9.118,00	9.118,00	14.058,00	9.258,00	5.160,00	6.300,00	6.780,00	138.892,00

6.1.8 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

6.1.8.1 COSTOS

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION		
Rubro		Costo
1	Materia prima	\$ 5,51
2	Materiales indirectos	\$ 4,00
Costo de producción unitario		\$ 9,51
OTROS COSTOS		
1	Costos Indirectos de Fabricación	\$ 425,00
2	Mano de Obra Directa e Indirecta	\$ 3.861,84
Total otros costos		\$ 4.286,84

6.1.8.2 GASTOS

GASTOS			
Rubro	Gasto Periodo 0	Gasto Periodo 1 mensual	Gasto Anual
1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		
		\$ 4.075,06	\$ 48.900,72
		\$ 1.103,27	\$ 13.239,24
2	GASTOS VENTAS		
	\$ 351,08	\$ 702,16	\$ 8.425,92
	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
3	GASTOS MARKETING Y PUBLICIDAD		
	\$ 11.030,00	\$ 11.220,17	\$ 138.892,00
4	GASTOS DE PRODUCCIÓN		
		\$ 1.222,76	\$ 14.673,12
		\$ 328,81	\$ 3.945,72
5	GASTOS FINANCIEROS		
	\$ 8.515,88	\$ 2.128,97	\$ 25.547,64
Total Gastos		\$ 19.996,96	\$ 20.981,20
			\$ 256.024,36

** Gasto promedio mensual

6.1.9 CAPITAL DE TRABAJO

DETALLES	Periodo 0	Ene.12	Feb.12	Mar. 12	Abr. 12	May. 12
COSTOS MATERIA PRIMA	\$ 17.594,00					
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 8.265,00					
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	\$ 6.000,00					
SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$ 2.904,00					
	\$ 425,00					
GASTOS	\$ 11.481,08	\$ 24.012,06	\$ 23.322,06	\$ 21.572,06	\$ 25.872,06	\$ 10.132,06
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ -	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$ -	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27	\$ 1.103,27
GASTOS DE FUERZAS DE VENTA	\$ 351,08	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16	\$ 702,16
COMISIONES EN VENTAS	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 11.030,00	\$ 16.380,00	\$ 15.690,00	\$ 13.940,00	\$ 18.240,00	\$ 2.500,00
GASTOS DE PERSONAL DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76	\$ 1.222,76
GASTOS DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81	\$ 328,81
PROVEEDORES - CREDITO 30 DÍAS						
COMPRA DE INSUMOS	(5.510,00)		-	-	-	-
CAPITAL DE TRABAJO	34.585,08	24.012,06	23.322,06	21.572,06	25.872,06	10.132,06

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

104.910,30

Stock	1.000,00
Credito clientes	500,00
Total Paquetes	1.500,00

**6.1.10 DETALLE DE PROYECCIONES DE INGRESOS
(VENTAS PROYECTADAS)**

AÑOS	OFERTA	CRECIMIEN. %	INFLACIÓN ANUAL	PRECIO VENTA	INGRESOS
AÑO 2012	24.750,00	0%		\$ 23,20	\$ 574.200,00
AÑO 2013	30.937,50	25%	5,39%	\$ 24,45	\$ 756.421,88
AÑO 2014	38.671,88	25%	5,39%	\$ 25,77	\$ 996.574,35
AÑO 2015	48.339,85	25%	5,39%	\$ 27,16	\$ 1.312.910,33
AÑO 2016	60.424,81	25%	5,39%	\$ 28,62	\$ 1.729.358,06

Fuente: <http://www.eluniverso.com/2010/07/13/1/1356/envases-biodegradables-ganan-espacio-mercado.html>
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
<http://www.ecuadorinvierte.com/noticias-ecuador/el-impuesto-lo-pagaran-los-clientes>

PRECIO FUNDAS

lazo	\$ 25,00	64%	\$ 16,00
camiseta	\$ 20,00	36%	\$ 7,20
			\$ 23,20

Empresa	Crecimiento
Sunchodesa	20%
Plastisol	40%
Plastigómez	14%
Promedio Crecimiento	25%

**6.1.12.1 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
ECOPAP CIA. LTDA
AÑO 2012**

	Precio	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	23,20	\$	Total		
Costo de producción	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$	9,51	\$		
Unidades de Producción	300,00		600,00		600,00		600,00		900,00		2.050,00		2.200,00		2.500,00		2.800,00		3.100,00		4.400,00		4.700,00	24.750,00
INGRESOS																								
VENTAS ECOPAP	6.960,00		13.920,00		13.920,00		13.920,00		20.880,00		47.560,00		51.040,00		58.000,00		64.960,00		71.920,00		102.080,00		109.040,00	574.200,00
COSTOS	7.139,84		9.992,84		9.992,84		9.992,84		12.845,84		23.782,34		25.208,84		28.061,84		30.914,84		33.767,84		46.130,84		48.983,84	286.814,58
MATERIA PRIMA DIRECTA	1.653,00		3.306,00		3.306,00		3.306,00		4.959,00		11.295,50		12.122,00		13.775,00		15.428,00		17.081,00		24.244,00		25.897,00	136.372,50
MATERIAL INDIRECTO	1.200,00		2.400,00		2.400,00		2.400,00		3.600,00		8.200,00		8.800,00		10.000,00		11.200,00		12.400,00		17.600,00		18.800,00	99.000,00
SUMINISTROS Y SERVICIOS	425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00		425,00	5.100,00
MANO DE OBRA DIREC. E INDIRE	3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84		3.861,84	46.342,08
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	(179,84)		3.927,16		3.927,16		3.927,16		8.034,16		23.777,66		25.831,16		29.938,16		34.045,16		38.152,16		55.949,16		60.056,16	287.385,42
GASTOS	28.927,63		28.227,82		26.467,93		30.757,94		15.007,86		26.188,39		20.416,12		20.405,76		25.335,31		20.524,76		16.416,11		17.545,36	276.220,99
ADMINISTRATIVOS																								
PERSONAL ADMINISTRATIVO	4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06		4.075,06	48.900,72
SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27		1.103,27	13.239,24
DEPRECIACIÓN	1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31		1.597,31	19.167,72
AMORTIZACIÓN	1.189,29		1.189,29		1.189,29		1.189,29		-		-		-		-		-		-		-		-	5.946,45
VENTAS																								
FUERZA DE VENTAS	702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16		702,16	8.425,92
COMISIÓN EN VENTAS	200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00		200,00	2.400,00
PUBLICIDAD Y MARKETING	16.380,00		15.690,00		13.940,00		18.240,00		2.500,00		14.880,00		9.118,00		9.118,00		14.058,00		9.258,00		5.160,00		6.300,00	134.642,00
PRODUCCIÓN																								
PERSONAL OPERATIVO	1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76		1.222,76	14.673,12
GASTOS DE SUMINISTROS Y SER	328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81		328,81	3.945,72
GASTOS FINANCIEROS	2.128,97		2.119,16		2.109,27		2.099,28		2.089,20		2.079,02		2.068,75		2.058,39		2.047,94		2.037,39		2.026,74		2.015,99	24.880,10
UTIL. ANTES DE IMPUES.Y PARTIC	\$ (29.107,47)	\$	\$ (24.300,66)	\$	\$ (22.540,77)	\$	\$ (26.830,78)	\$	\$ (6.973,70)	\$	\$ (2.410,73)	\$	\$ 5.415,04	\$	\$ 9.532,40	\$	\$ 8.709,85	\$	\$ 17.627,40	\$	\$ 39.533,05	\$	\$ 42.510,80	\$ 11.164,43
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJA	\$ (4.366,12)	\$	\$ (3.645,10)	\$	\$ (3.381,12)	\$	\$ (4.024,62)	\$	\$ (1.046,06)	\$	\$ (361,61)	\$	\$ 812,26	\$	\$ 1.429,86	\$	\$ 1.306,48	\$	\$ 2.644,11	\$	\$ 5.929,96	\$	\$ 6.376,62	\$ 1.674,66
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ (24.741,35)	\$	\$ (20.655,56)	\$	\$ (19.159,65)	\$	\$ (22.806,16)	\$	\$ (5.927,64)	\$	\$ (2.049,12)	\$	\$ 4.602,78	\$	\$ 8.102,54	\$	\$ 7.403,37	\$	\$ 14.983,29	\$	\$ 33.603,09	\$	\$ 36.134,18	\$ 9.489,77
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (6.185,34)	\$	\$ (5.163,89)	\$	\$ (4.789,91)	\$	\$ (5.701,54)	\$	\$ (1.481,91)	\$	\$ (512,28)	\$	\$ 1.150,70	\$	\$ 2.025,64	\$	\$ 1.850,84	\$	\$ 3.745,82	\$	\$ 8.400,77	\$	\$ 9.033,55	\$ 2.372,45
UTILIDAD NETA	\$ (18.556,01)	\$	\$ (15.491,67)	\$	\$ (14.369,74)	\$	\$ (17.104,62)	\$	\$ (4.445,73)	\$	\$ (1.536,84)	\$	\$ 3.452,08	\$	\$ 6.076,90	\$	\$ 5.552,53	\$	\$ 11.237,47	\$	\$ 25.202,32	\$	\$ 27.100,63	\$ 7.117,32

**6.1.12.2 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$	23,20	\$	24,45	\$	25,77	\$	27,16	\$	28,62
Costo de producción	\$	9,51	\$	10,02	\$	10,56	\$	11,13	\$	11,73	
Uidades de Producción		24.750,00		30.937,50		38.671,88		48.339,85		60.424,81	
Inflación		0%		5,39%		5,39%		5,39%		5,39%	
Tasa de crecimiento		0%		25,00%		25,00%		25,00%		25,00%	
	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016						
INGRESOS											
VENTAS FUNDAS CASCARA DE PAPA	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06						
COSTOS	286.878,93	302.341,71	318.637,93	335.812,51	353.912,81						
MATERIA PRIMA DIRECTA	136.372,50	143.722,98	151.469,65	159.633,86	168.238,13						
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.	99.064,35	104.403,92	110.031,29	115.961,98	122.212,33						
SUMINISTROS Y SERVICIOS	5.100,00	5.374,89	5.664,60	5.969,92	6.291,70						
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA	46.342,08	48.839,92	51.472,39	54.246,75	57.170,65						
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	287.321,07	454.080,17	677.936,42	977.097,82	1.375.445,25						
GASTOS	276.220,99	284.351,38	295.458,07	305.894,63	317.996,76						
ADMINISTRATIVOS											
PERSONAL ADMINISTRATIVO	48.900,72	51.536,47	54.314,29	57.241,83	60.327,16						
SUMINISTROS Y SERVICIOS	13.239,24	13.952,84	14.704,90	15.497,49	16.332,80						
DEPRECIACIÓN	19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79						
AMORTIZACIÓN	5.946,45	3.446,44	3.446,44	3.446,44	3.446,44						
VENTAS											
FUERZA DE VENTAS	8.425,92	8.880,08	9.358,72	9.863,16	10.394,78						
COMISIÓN EN VENTAS	2.400,00	2.529,36	2.665,69	2.809,37	2.960,80						
PUBLICIDAD Y MARKETING	134.642,00	141.899,20	149.547,57	157.608,18	166.103,26						
PRODUCCIÓN											
PERSONAL OPERATIVO	14.673,12	15.464,00	16.297,51	17.175,95	18.101,73						
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS	3.945,72	4.158,39	4.382,53	4.618,75	4.867,70						
GASTOS FINANCIEROS	24.880,10	23.316,91	21.572,73	19.626,67	17.455,30						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	11.100,08	169.728,79	382.478,35	671.203,19	1.057.448,49						
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.665,01	25.459,32	57.371,75	100.680,48	158.617,27						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	9.435,07	144.269,47	325.106,60	570.522,71	898.831,22						
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	2.358,77	36.067,37	81.276,65	142.630,68	224.707,81						
UTILIDAD NETA	7.076,30	108.202,10	243.829,95	427.892,03	674.123,41						

**FLUJO DE CAJA - TIEMPO DE DESINVERSIÓN
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$ 23,20	\$ 24,45	\$ 25,77	\$ 27,16	\$ 28,62
Costo de producción		\$ 9,51	\$ 10,02	\$ 10,56	\$ 11,13	\$ 11,73
Uidades de Producción		24.750,00	30.937,50	38.671,88	48.339,85	60.424,81
Inflación		0%	5,39%	5,39%	5,39%	5,39%
Tasa de crecimiento		0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
	Periodo 0	ANO 2011	ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015
INGRESOS						
VENTAS FUNDAS CASCARA PAPA	-	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06
COSTOS		286.814,58	302.273,89	318.566,46	335.737,18	353.833,42
MATERIA PRIMA DIRECTA		136.372,50	143.722,98	151.469,65	159.633,86	168.238,13
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		99.000,00	104.336,10	109.959,82	115.886,65	122.132,94
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.100,00	5.374,89	5.664,60	5.969,92	6.291,70
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		46.342,08	48.839,92	51.472,39	54.246,75	57.170,65
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	-	287.385,42	454.147,99	678.007,89	977.173,15	1.375.524,64
GASTOS	19.996,96	276.220,99	284.351,38	295.458,07	305.894,63	317.996,76
ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		48.900,72	51.536,47	54.314,29	57.241,83	60.327,16
SUMINISTROS Y SERVICIOS		13.239,24	13.952,84	14.704,90	15.497,49	16.332,80
DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
AMORTIZACIÓN		5.946,45	3.446,44	3.446,44	3.446,44	3.446,44
VENTAS						
FUERZA DE VENTAS	351,08	8.425,92	8.880,08	9.358,72	9.863,16	10.394,78
COMISIÓN EN VENTAS	100,00	2.400,00	2.529,36	2.665,69	2.809,37	2.960,80
PUBLICIDAD Y MARKETING	11.030,00	134.642,00	141.899,20	149.547,57	157.608,18	166.103,26
PRODUCCIÓN						
PERSONAL OPERATIVO		14.673,12	15.464,00	16.297,51	17.175,95	18.101,73
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.945,72	4.158,39	4.382,53	4.618,75	4.867,70
GASTOS FINANCIEROS	8.515,88	24.880,10	23.316,91	21.572,73	19.626,67	17.455,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABA	(19.996,96)	11.164,43	169.796,61	382.549,82	671.278,52	1.057.527,88
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.674,66	25.469,49	57.382,47	100.691,78	158.629,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(19.996,96)	9.489,77	144.327,12	325.167,35	570.586,74	898.898,70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(4.999,24)	2.372,44	36.081,78	81.291,84	142.646,69	224.724,68
UTILIDAD NETA	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
(+) DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
(+) VALOR RESIDUAL						147.929,95
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 177.414,42					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		13.503,46	15.066,65	16.810,83	18.756,89	20.928,26
Flujo de caja	(192.412,14)	12.781,59	112.346,38	246.232,37	427.189,95	819.182,50
payback	(192.412,14)	(179.630,55)	(67.284,17)	178.948,20	606.138,15	1.425.320,65

(0,27)

-3,24

TIR 73,16%
VAN \$ 643.837,25

en 2 años 4 meses se reupera la inversión

6.1.13 BALANCE GENERAL

BALANCE INICIAL 2012

ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CIRCULANTE	\$	104.910,30	PASIVO CIRCULANTE	\$	232.167,20
CAPITAL DE TRABAJO	104.910,30				
ACTIVO FIJO	\$	290.209,00	PATRIMONIO		
Equipo y maquinaria	32.881,00		CAPITAL	\$	177.414,42
Equipos y mueble de oficina	2.644,94		UTILIDAD	\$	-
Equipos de computación	3.483,06				
Equipo de transporte	28.882,00				
Obras civiles (edificaciones)	173.556,00				
Terreno	48.762,00				
ACTIVO DIFERIDO	\$	14.462,32			
Gastos de Constitución	2.500,00				
Gastos de Funcionamiento	2.500,00				
Seguros	946,44				
Interés preoperacional	8515,88				
TOTAL ACTIVOS	\$	409.581,62	TOTAL PASIVO Y PATRIMO	\$	409.581,62
				\$	
				-	

6.2 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.2.1 PRINCIPALES CRITERIOS DE EVALUACIÓN

6.2.1.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio Venta	23,2
Costo Produc.	9,51
Margen de contribución	<u>13,69</u>

COSTO FIJO	<u>327.663,07</u>
Costo Fijo Producción	51.442,08
Gastos	276.220,99

Punto de equilibrio	CF	<u>327.663,07</u>	23.934,48	Cajas anuales
	Margen de contribucion	13,69		
	Es decir, mensual	1.994,54		cajas mensuales

**FLUJO DE CAJA - INDICES FINANCIEROS
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$ 23,20	\$ 24,45	\$ 25,77	\$ 27,16	\$ 28,62
Costo de producción	\$	9,51	\$ 10,02	\$ 10,56	\$ 11,13	\$ 11,73
Uidades de Producción		24.750,00	30.937,50	38.671,88	48.339,85	60.424,81
Inflación		0%	5,39%	5,39%	5,39%	5,39%
Tasa de crecimiento		0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
	Periodo 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
INGRESOS						
VENTAS ECOPAP	-	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06
COSTOS		286.814,58	302.273,89	318.566,46	335.737,18	353.833,42
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	-	287.385,42	454.147,99	678.007,89	977.173,15	1.375.524,64
GASTOS		19.996,96	276.220,99	284.351,38	305.894,63	317.996,76
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ.	(19.996,96)	11.164,43	169.796,61	382.549,82	671.278,52	1.057.527,88
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.674,66	25.469,49	57.382,47	100.691,78	158.629,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(19.996,96)	9.489,77	144.327,12	325.167,35	570.586,74	898.898,70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(4.999,24)	2.372,44	36.081,78	81.291,84	142.646,69	224.724,68
UTILIDAD NETA	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
(+) DEPRECIACION		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
(+) VALOR RESIDUAL						147.929,95
(-) INVERSIONES PROPIA	\$ 177.414,42					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		13.503,46	15.066,65	16.810,83	18.756,89	20.928,26
FLUJO DE CAJA	(192.412,14)	12.781,59	112.346,38	246.232,37	427.189,95	819.182,50

TIR	73%
VAN	\$ 478.314,86

ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)

	Período 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
UTILIDAD	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
PATRIMONIO	177.414,42	177.414,42	177.414,42	177.414,42	177.414,42	177.414,42
ROE	-8,45%	4,01%	61,01%	137,46%	241,21%	380,00%

ROA (Retorno sobre los Activos)

	Período 0	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
UTILIDAD	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
ACTIVOS	409.581,62	393.732,44	39.513,50	132.692,19	359.756,87	768.940,03
ROA	-3,66%	1,81%	273,95%	183,79%	118,95%	87,68%

**FLUJO DE CAJA - INDICES FINANCIEROS
ECOPAP
PROYECCIÓN A 5 AÑOS**

	Precio	\$ 23,20	\$ 24,45	\$ 25,77	\$ 27,16	\$ 28,62
Costo de producción		9,51	10,02	10,56	11,13	11,73
Udades de Producción		24.750,00	30.937,50	38.671,88	48.339,85	60.424,81
Inflación		0%	5,39%	5,39%	5,39%	5,39%
Tasa de crecimiento		0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
	Periodo 0	ANO 2011	ANO 2012	ANO 2013	ANO 2014	ANO 2015
INGRESOS						
VENTAS ECOPAP	-	574.200,00	756.421,88	996.574,35	1.312.910,33	1.729.358,06
COSTOS						
MATERIA PRIMA DIRECTA		136.372,50	143.722,98	151.469,65	159.633,86	168.238,13
MATERIAL INDIRECTO DE FABRIC.		99.000,00	104.336,10	109.959,82	115.886,65	122.132,94
SUMINISTROS Y SERVICIOS		5.100,00	5.374,89	5.664,60	5.969,92	6.291,70
MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA		46.342,08	48.839,92	51.472,39	54.246,75	57.170,65
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	-	287.385,42	454.147,99	678.007,89	977.173,15	1.375.524,64
GASTOS						
ADMINISTRATIVOS						
PERSONAL ADMINISTRATIVO		48.900,72	51.536,47	54.314,29	57.241,83	60.327,16
SUMINISTROS Y SERVICIOS		13.239,24	13.952,84	14.704,90	15.497,49	16.332,80
DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
AMORTIZACIÓN		5.946,45	3.446,44	3.446,44	3.446,44	3.446,44
VENTAS						
FUERZA DE VENTAS	351,08	8.425,92	8.880,08	9.358,72	9.863,16	10.394,78
COMISIÓN EN VENTAS	100,00	2.400,00	2.529,36	2.665,69	2.809,37	2.960,80
PUBLICIDAD Y MARKETING	11.030,00	134.642,00	141.899,20	149.547,57	157.608,18	166.103,26
PRODUCCIÓN						
PERSONAL OPERATIVO		14.673,12	15.464,00	16.297,51	17.175,95	18.101,73
GASTOS DE SUMINISTROS Y SERVICIOS		3.945,72	4.158,39	4.382,53	4.618,75	4.867,70
GASTOS FINANCIEROS	8.515,88	24.880,10	23.316,91	21.572,73	19.626,67	17.455,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO Y PARTIC. TRABAJ	(19.996,96)	11.164,43	169.796,61	382.549,82	671.278,52	1.057.527,88
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.674,66	25.469,49	57.382,47	100.691,78	158.629,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(19.996,96)	9.489,77	144.327,12	325.167,35	570.586,74	898.898,70
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	(4.999,24)	2.372,44	36.081,78	81.291,84	142.646,69	224.724,68
UTILIDAD NETA	(14.997,72)	7.117,33	108.245,34	243.875,51	427.940,05	674.174,02
(+) DEPRECIACIÓN		19.167,72	19.167,69	19.167,69	18.006,79	18.006,79
(+) VALOR RESIDUAL						147.929,95
(+) INVERSIONES PROPIA	\$ 177.414,42					
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		13.503,46	15.066,65	16.810,83	18.756,89	20.928,26
FLUJO DE CAJA	(192.412,14)	12.781,59	112.346,38	246.232,37	427.189,95	819.182,50
PAYBACK	(192.412,14)	(179.630,55)	(67.284,17)	178.948,20	606.138,15	1.425.320,65

(0,27)
-3,24

en 2 años 6 mese

INDICE DE LIQUIDEZ						
ACTIVO CIRCULANTE	122.691,13	123.510,81	235.857,19	482.089,56	909.279,51	1.580.532,06
PASIVO CIRCULANTE	13.503,46	15.066,65	15.066,65	15.066,65	15.066,65	15.066,65
RESULTADO INDICE DE LIQUIDEZ	9,09	8,20	15,65	32,00	60,35	104,90

INDICE DE APALANCAMIENTO						
PASIVO	232.167,20	218.663,74	203.597,09	186.786,26	168.029,37	147.101,11
ACTIVOS	393.732,44	39.513,50	132.692,19	359.756,87	768.940,03	1.422.185,79
RESULTADO INDICE DE APALANCAMIENTO	59%	553%	153%	52%	22%	10%

INDICE DE ROTACIÓN DE INVENTARIO						
COSTO DE MERCANCIA VENDIDA	-	286.814,58	302.273,89	318.566,46	335.737,18	353.833,42
INVENTARIO	104.910,30	104.910,30	104.910,30	104.910,30	104.910,30	104.910,30
RESULTADO ROTACIÓN DE INVENTARIO	-	2,73	2,88	3,04	3,20	3,37

COMPOSICIÓN DE ACTIVOS	393.732,44	39.513,50	132.692,19	359.756,87	768.940,03	1.422.185,79
-------------------------------	------------	-----------	------------	------------	------------	--------------

Anexo 11

Correos de conversaciones mantenidas con nuestro proveedor Sphere Spain

> Nombre: Cristina Salazar Bellerin
> Email: cristi_salazar@hotmail.com
> Teléfono:
> Comentarios:
> Estimados,
>
> Solicitamos información sobre el producto que ustedes comercializan, fundas de fécula de patata. Somos de Ecuador, y estamos desarrollando un proyecto estudiando la posibilidad de comercializar estas fundas en nuestro país.
>
> Tenemos las siguientes dudas:
> 1.- Si ustedes tienen la capacidad de ser nuestros proveedores, es decir, si su capacidad de producción les permite fácilmente vendernos las fundas.
> 2.- Los periodos de disponibilidad de la producción, es decir, la producción de las fundas nunca para, o hay una época específica en la que se produce?
> 3.- El precio de cada paquete de fundas, incluida la impresión del logo de cada uno de nuestros clientes.
> 4.- El peso que resiste cada una de las fundas de los siguientes tamaños:
> 26x48, 29x50, 43x60.
>
> De antemano, gracias por la atención brindada para poder continuar con nuestro proyecto.
>
> Saludos cordiales,
>
>

> From: vmunoz@sphere-spain.es
> To: cristi_salazar@hotmail.com
> Date: Thu, 13 Oct 2011 12:38:38 +0200
> Subject: fundas biodegradables
>
> Buenos días Cristina,
>
> En primer lugar nuestro agradecimiento por su interés en nuestros productos y por contactarnos. Como sabe somos fabricantes de bolsas biodegradables compostables a partir de almidón de patata y certificadas por la normativa europea EN 13432.
>
> Nuestras principales fabricaciones son de bolsas de comercio y de basura según las características del cliente. Para poder estudiar la viabilidad de fabricar las fundas que nos solicita necesitaríamos concretar las características del producto. Tamaños, forma, espesor, color...etc. así como las cantidades de pedido.
>
> Quedo a su disposición para cualquier consulta o comentario y a la espera de sus noticias.
>
> Un cordial saludo
>
> Vanesa Muñoz
> SPHERE ESPAÑA
>

From: cristi_salazar@hotmail.com
To: vmunoz@sphere-spain.es
CC: kro2289@hotmail.com
Subject: RE: fundas biodegradables
Date: Thu, 13 Oct 2011 15:26:34 +0000

Estimada Vanesa,

Agradecemos su pronta respuesta.

Los tamaños según vemos en la página en los que estamos interesados son: 26x48, 29x50, 43x60.
Sin impresión, en color blanco.

La cantidad sería de 200 000 bolsas por pedido, por ello solicitábamos la información sobre su capacidad de producción y si hay una época donde se pare la producción y en dicho caso tengamos q hacer pedidos de mayores cantidades?

Según la cantidad antes dicha, nos gustaría saber el precio o un aproximado. No necesitaríamos impresión, sin logo.

En espera de su pronta ayuda.

Saludos Cordiales,

Cristina

From: vmunoz@sphere-spain.es
To: cristi_salazar@hotmail.com
Date: Tue, 18 Oct 2011 13:16:09 +0200
Subject: RE: PRECIO FOB fundas biodegradables

Estimada Cristina,

Muchas gracias por su correo. Los tamaños que nos indica contempla algún tipo de fuelle, o cierre, asa...? Como necesitan que vayan empaquetadas, en cajas? No tengo muy claro el formato que necesita, si tiene alguna foto del producto que necesitan nos ayudará.

También necesito para preparar el presupuesto que me diga el espesor del material.

En cuanto a capacidad no tenemos ningún problema. Para que tenga una idea de los volúmenes que manejamos, las cantidades que nos indica son nuestros mínimos de producción.

Cualquier otra cosa no dude preguntarme.

Un saludo

Vanesa Muñoz
SPHERE ESPAÑA

De: Cristi Salazar [mailto:cristi_salazar@hotmail.com]
Enviado el: miércoles, 19 de octubre de 2011 5:54
Para: Vanesa Muñoz
Asunto: RE: PRECIO FOB fundas biodegradables

Estimada Vanesa,

Agradecemos su pronta respuesta.

Respecto a los tamaños estos son nuestros requerimientos:

- Bolsa Camiseta 45/29x50, con fuelles de 80 mm y asas de 65 mm, sin impresión, en color blanco; deberán empaquetarse en cajas. De estas la cantidad sería 50.000 bolsas.
- Bolsa Camiseta 40/26x48, con fuelles de 70 mm y asas de 50 mm, sin impresión, en color blanco; deberán empaquetarse en cajas. De estas la cantidad sería 50.000 bolsas.
- Bolsa Asa lazo 50/43x60, con fuelle inferior 70 mm y fuelle superior 100 mm, sin impresión, en color blanco; deberán empaquetarse en cajas. De estas la cantidad sería 50.000 bolsas.

El total del pedido de los 3 tipos de bolsas sería de 150.000 bolsas. Por lo tanto favor su gentil ayuda con una proforma con **el precio FOB**.

Adjunto fotos de los productos que solicitamos.

Saludos Cordiales,

Cristina

 tarifas s...pdf
[Descargar \(68,4 KB\)](#)

[Descargar como zip](#)

Buenos días Cristina,

Muchas gracias por su correo y disculpe las molestias, nosotros entendemos por fundas otro formato de producto y de ahí mi confusión....

Las bolsas que nos indica son nuestras bolsas estándar que tenemos ya fabricadas con una impresión anónima (la que ve en la foto). Si lo que necesita es ese formato pero con otro tamaño, otra impresión...etc. sería necesario fabricarla y por tanto el pedido mínimo sería de 100.000 bolsas para cada referencia.

Para que tenga idea de los precios le adjunto nuestras tarifas de estas bolsas estándar por pedido mínimo de palet. Estos precios son EX WORK, para partidas tan pequeñas no dispongo de precios FOB por lo que si de momento esto encaja, debería consultarlo.

Quedo a su disposición para cualquier consulta.

Un saludo

Vanesa Muñoz
SPHERE ESPAÑA

Anexo 12

Cuadro de precios enviados por el proveedor Sphere Spain, por correo electrónico.



BOLSAS BIODEGRADABLES ESTÁNDAR

abril-11

PROVEEDOR	TIPO BOLSA	Dimensión	Espesor	Entregas	Impresión	Logística	p. Miliar de 336,000 en adelante	p. Miliar de 150,000 a 336,000 bolsos	p. Miliar de 100,000 a 150,000 bolsos	p. Miliar hasta 100,000 bolsos	
SPHERE ESPAÑA	Bolsa Camiseta	40/26x48	18 my	España	impresa	300 bolsos/caja 84 cajas/palet	56,00 €	58,00 €	60,00 €	61,00 €	pedido mínimo 25,200 bolsos
SPHERE ESPAÑA	Bolsa Asa Lazo	60x60	60 my	España	impresa	250 bolsos/caja 42 cajas/palet	300,00 €	310,00 €	322,00 €	330,00 €	Pedido mínimo 10,500 bolsos

Anexo 13

Correos de cotización Máquina Impresora Serigráfica

From: impri-maq@live.com
To: kro2289@hotmail.com
Subject: RE: IMPRI-MAQ maquinas para serigrafia
Date: Sun, 30 Oct 2011 12:25:45 -0300

IMPRI-MAQ
MAQUINAS PARA SERIGRAFÍA
FABRICA – VENTAS

Buenos dias!! Señor Carolina Bravo

Le envio cotizacion que solicito.

PRESUPUESTO

MAQUINA IMPRESORA PARA SERIGRAFIA SEMIAUTOMATICA mod.7050

Tamaño Platina:

-1000 mm. X 670 mm.

Área de Impresión:

- 700 mm. X 500 mm.

Fuera de contacto:

- 40mm

IMPRI-MAQ

Precio 7.000 dolares incl. IVA.

Ingresando a este enlace podra ver nuestras maquinas imprimiendo distintos materiales.

<http://www.youtube.com/user/30324324#p/u/1/2kifFRknVSM>

Sus comentarios de nuestros videos nos ayuda a seguir mejorando. Gracias!!!

-

PRESUPUESTO

MAQUINA IMPRESORA PARA SERIGRAFIA SEMIAUTOMATICA mod.5040

Tamaño Platina:

-670 mm. X 570 mm.

Área de Impresión:

Área de Impresión:

- 500 mm. X 400 mm.

Fuera de contacto:

- 40mm

IMPRI-MAQ

Precio 5.600 dolares Incl. IVA

Ingresando a este enlace podra ver nuestras maquinas imprimiendo distintos materiales.

<http://www.youtube.com/user/30324324#p/u/6/-Gnx7H8F31U>

Sus comentarios de nuestros videos nos ayuda a seguir mejorando. Gracias!!!

.

La sencillez de su manejo hace de esta una máquina semiautomática de alto rendimiento.

Su plano inclinado facilita la visión al estar trabajando sentado.

Su fuera de contacto de fácil regulación amplía el campo de trabajo permitiendo la impresión de objetos con un

espesor de hasta 40mm."

Cualquier consulta pueden comunicarse telefonicamente y de esta forma conversar mas detalladamente sus necesidades.

Saludan atentamente:

Sres. Walterio Di Iulio. "padre"

German Di Iulio. "hijo"

> Date: Tue, 25 Oct 2011 02:12:58 -0300

> To: impri-maq@live.com

> Subject: Mensaje desde el Sitio Web: IMPRIMAQ SRL

> From: kro2289@hotmail.com

>

>

> Nombre: Carolina Bravo

> Nombre de la empresa:

> Email: kro2289@hotmail.com

> Sitio web:

> Tel:

> Dirección:

> Ciudad: Guayaquil

> Provincia: Guayas

> País: Ecuador

> Por un buscador: popempresas

> Estimados,

>

>

> Favor enviarme una proforma al mail de la maquina serigrafica semiautomática S5040

CAROLINA ESTEFANIA BRAVO REYES
CDLA. JAIME ROLDOS A. Mz. 8 v. 6
092-128849



DATOS PERSONALES:

Lugar de Nacimiento: Guayaquil - Ecuador
Fecha de nacimiento: Mayo 22 de 1989
Estado Civil: Soltera
Cédula de Ciudadanía: 092733041-5
Licencia de Conducir
Vehículo Propio en perfecto estado.

EDUCACIÓN:

Enero 2007 Título de Bachiller en Ciencias Administrativas
Colegio Mixto Particular Cayetano Tarruell

Presente Egresada
Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional
Trilingüe
Mención: Logística y Transporte
Universidad Católica Santiago de Guayaquil

OTROS:

1999 Escolta del Pabellón de la República
Escuela Particular Mixta Dr. Angel Saltos López

2008 - 2010 Ayudante Académica - Programa de Ayudantías
Universidad Católica Santiago de Guayaquil

2010 Diploma de Bronce – Excelencia Académica
Universidad Católica Santiago de Guayaquil

2011 Beca Académica 25% - Excelencia Académica
Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Capacitación Profesional

2008 Curso de Coach para Docentes y Ayudantes
Académicos
Universidad Católica Santiago de Guayaquil

2009 Seminario de Universitarios "¿Cómo romper el
muro de la pobreza?"
Federación Interamericana Empresarial

EXPERIENCIA LABORAL:

Enero - Marzo 2006

Consultores Morán Cedillo
Prácticas profesionales - Departamento de Contabilidad

Octubre 2008 – Mayo 2011

AFABIR S.A. Bienes Raíces
Área: Recepción - Asistente Ejecutiva

Mayo 2011 - Noviembre 2011

MOVISTAR
Área: Pasante Cuentas Corporativas

- Manejo del stock de equipos de prueba
- Activación y desactivación de líneas test
- Liquidaciones de Gastos
- Reservaciones de hoteles, boletos aéreos y alquiler de autos
- Coordinación de envío de equipos a clientes
- Organización de reuniones corporativas
- Manejo de voucher de taxi
- Ingreso de líneas nuevas
- Soporte en renovaciones de líneas
- Manejo de los suministros de oficina

IDIOMAS:

Español - Natal
Inglés - Avanzado
Francés - Avanzado

COMPUTACIÓN:

Microsoft Word, Excel, Power Point, Project, Access, Internet Explorer.

REFERENCIAS LABORALES:

Sr. José Bravo Romero
Gerente General,
AFABIR S.A. Bienes Raíces
Teléfono: 2-278921

Soledad Ponce Orrantia
Gerente Regional Comercial Corporativo
Telefónica Movistar
099758920

Ma. Gemma Chávez
Analista de Ventas Corporativas
Telefónica Movistar
084886249

REFERENCIAS PERSONALES:

Srta. Alba Vásconez Yulán
Teléfono: 085924080

Tlgo.Méd. Carlos Reyes Carrasco
Teléfono: 2-822593



Datos Personales

Nombre: Cristina

Apellidos: Salazar Bellerín

Cédula de Identidad: 0913965059

Fecha de Nacimiento: 13 de junio de 1988

Edad: 23 años

Estado Civil: Soltera

Lugar de Nacimiento: Guayaquil

Dirección Domiciliaria: Urb. Aquamarina Vía Samborondón, solar 155.

Teléfonos: 2832732 – 2833488

Celular: 098390433

Educación

Primaria y Secundaria

Colegio Educativo Bilingüe Nuevo Mundo
Bachiller en Ciencias Contables

Superior

- Estudiante de la Carrera Gestión Empresarial Internacional Trilingüe
Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 8vo semestre
- Estudios de inglés en la academia “Benedict School”

Idiomas

- Inglés (avanzado)
- Francés (medio)

Herramientas Computacionales

- Microsoft PowerPoint
- Excel
- Word
- Internet

Experiencia Profesional

Almacenes Adams

Supervisora de Personal

- Control de entradas y salidas del personal
 - Cobradora en la caja chica
 - Atención al cliente
 - Cierre diario de caja chica y reporte al gerente
 - Recibir mercadería y control de la colocación en perchas de la misma
- Enero-Julio 2007

Centro Médico Abel Gilbert

Asistente

- Ordenar citas
 - Cobrar a los pacientes
 - Ordenar carpetas de historias clínicas y de exámenes médicos.
- Septiembre-Diciembre 2007

Toni

Pasante Departamento de Mercadeo

- Asistente de la Asesora Médica
 - Validaciones de productos
 - Llamadas 1-800 TONISA
- Junio-Agosto

Telefónica Movistar

Pasante Departamento Grandes Cuentas

- Manejo del stock de equipos de prueba
- Activación y desactivación de líneas test
- Liquidaciones de Gastos
- Reservaciones de hoteles, boletos aéreos y alquiler de autos
- Coordinación de envío de equipos a clientes
- Organización de reuniones corporativas
- Manejo de voucher de taxi
- Ingreso de líneas nuevas
- Soporte en renovaciones de líneas
- Manejo de los suministros de oficina

Departamento de Operaciones

Ejecutiva de Activaciones

- Ingreso de Líneas nuevas de Grandes Cuentas
- Reportes de Facturas
- Manejo del sistema
- Transferencias de beneficiario
- Migraciones de prepago a pospago
- Despacho de los equipos

Referencias Personales

Soledad Ponce Orrantia
Gerente Regional Comercial Corporativo
Telefónica Movistar
099758920

Ma. Gemma Chávez Analista de Ventas Telefónica
Movistar
084886249

Dr. José María Ollague
099408430 - 2832872