



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Noviembre 2012 hasta Mayo 2013

REALIZADO POR:

González Navarrete Andrea Cristina

Tutor:

Ing. Ángel Castro Peñarreta

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Ciudadela Miraflores calle tercera número 405

Teléfono: 2-202742

Celulares: 0983318143

Correo: andreitagona_7@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS
HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL”**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Andrea Cristina González Navarrete como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Mayo 15 de 2013

Ing. Ángel Castro Peñarreta
Tutor

Ing. G.E.I. María del Rocío Vallejo Fiallos
Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

GONZÁLEZ NAVARRETE ANDREA CRISTINA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa de adornos hechos de materiales reciclados, R3, en la ciudad de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Mayo 15 del 2013

EL AUTOR

GONZÁLEZ NAVARRETE ANDREA CRISTINA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, GONZÁLEZ NAVARRETE ANDREA CRISTINA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil la publicación, en la biblioteca de la institución, del trabajo titulado: "Propuesta para la creación de una empresa de adornos hechos de materiales reciclados, R3, en la ciudad de Guayaquil", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo 15 del 2013

EL AUTOR

GONZÁLEZ NAVARRETE ANDREA CRISTINA

DEDICATORIA

A DIOS, por ser la luz y guía en cada paso de mi vida. Por haberme permitido conocer excelentes amigos y profesores que siempre estarán en mi corazón

A MIS PADRES, por ser el motor de mi vida, por enseñarme que con perseverancia y esfuerzo se pueden lograr grandes metas, y principalmente por su lucha constante para darme la mejor educación.

A MIS HERMANAS Y HERMANOS, por darme el ejemplo de unión, humildad, amor y lucha en cada paso que dan.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme sabiduría y fuerza para poder culminar esta etapa de mi vida.

A MIS PADRES, por la paciencia, apoyo, consejos brindados para no rendirme a pesar de las adversidades.

A CRISTOPHER TAPIA, por su inigualable apoyo, amor y comprensión durante todo este proceso, que sin su ayuda, no hubiera sido fácil.

A MIS PROFESORES, por todos sus conocimientos brindados a lo largo de toda la carrera.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS, por haberme permitido conocerlos y por todos aquellos momentos de felicidad y tristeza que vivimos juntos para obtener este título.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad la creación de una empresa de adornos para el hogar hechos a partir de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil denominado *Detalles Verdes*, dirigido a mujeres de nivel socioeconómico medio-alto que gusten y disfruten de lo emocionante que es la decoración del hogar con productos de alta calidad y principalmente amigables con el ambiente.

Mundialmente, reducir, reciclar y reutilizar es un nuevo estilo de vida que ha venido desarrollándose en los últimos diez años en varios países, con el fin de disminuir la contaminación.

Guayaquil es una de las principales ciudades del Ecuador que aporta diariamente con 3,500 toneladas de basura sin aprovechar los recursos que brindan los mismos. Debido a esta problemática y a la diversidad de productos que se pueden crear a partir de reciclar desechos, se ha analizado una excelente e innovadora oportunidad de negocio. Mediante la implementación de investigaciones en el mercado, plan de marketing, operativo y estudio financiero se analizará la viabilidad de implementarlo en la urbe porteña.

ABSTRACT

Globally, recycling is a new living style that has been developing during the last ten years in several countries, where new products have been created from the raw material of other industries. Looking forward, we found that Guayaquil daily waste 3,500 tons of garbage without any treatment. This is a business opportunity that the present project is going to analyze, the viability of creating a company for home adornments made of recycling materials in Guayaquil city, the co. name is *Detalles Verdes*.

The target market are women form middle and high social level, who loves and enjoy giving a different and renew aspect to their homes with natural made and eco-friendly products.

This will be evaluated through market research: surveys and focus group, marketing and operating plan and financial study in order to know the profitability of the business idea.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación, cuyo tema es “propuesta para la creación de una empresa de adornos hechos de materiales reciclados, R3, en la ciudad de Guayaquil”, tiene la finalidad de cubrir las necesidades de las mujeres de clase socioeconómica media-alta en la decoración de sus hogares.

El trabajo está conformado por trece capítulos, iniciando con la *Descripción de la Investigación*, donde se incluyen temas esenciales como la problemática en el entorno, qué hace factible la idea del negocio, dando como consecuencia la justificación del trabajo de titulación. En el capítulo dos, *Descripción del Negocio*, se indica la oportunidad del negocio en el mercado guayaquileño, los objetivos, la misión y la visión de la empresa. Tercer capítulo, el *Entorno Jurídico de la Empresa*, nos muestra el ambiente laboral en que se deben desempeñar sus colaboradores cumpliendo las exigencias legales del país. En el cuarto capítulo, *Auditoría de Mercado*, se ha desarrollado análisis cuantitativo y cualitativo (grupo focal y encuestas) con el fin de conocer la aceptabilidad de la empresa. El capítulo quinto trata sobre el *Marketing*, donde se evaluará estrategias de posicionamiento, el producto, precio, plaza y promoción que se va a brindar. En el sexto capítulo, se desarrolla el *Plan Operativo* para la puesta en marcha del negocio. El capítulo 7, *Análisis Económico-Financiero-Tributario*, muestra los estados financieros del negocio, seguido por la ejecución del *Plan de Contingencia* con el fin de prevenir riesgos que puedan generarse en el transcurso del negocio.

Y finalmente, los demás capítulos incluyen *Conclusiones*, *Recomendaciones*, *Fuentes*, *Anexos* y *Material Complementario*.

ÍNDICE GENERAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	1
TEMA	II
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	IV
AUTORIZACIÓN	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN	X
ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	XXIII
ÍNDICE DE TABLAS	XXV
ABREVIATURAS	XXVIII
RESUMEN EJECUTIVO	XXIX
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	32
1.1. Tema – Título	32
1.2. Justificación	32
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	33
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	34
1.5. Objetivos de la Investigación	36
1.5.1. Objetivo General	36
1.5.2. Objetivos Específicos	36
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	36
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	37
1.7.1. Planteamiento del Problema	37
1.8. Fundamentación Teórica del trabajo de titulación	38
1.8.1. Marco Referencial	38

1.8.2.	Marco Teórico	39
1.8.3.	Marco Conceptual	50
1.8.4.	Marco Legal	52
1.8.5.	Marco Lógico	53
1.9.	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	54
1.10.	Cronograma	55
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	57
2.1.	Análisis de la Oportunidad	57
2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio	57
2.1.2.	Descripción de la Idea de Producto o Servicio.....	58
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa	66
2.3.	Objetivos de la Empresa	67
2.3.1.	Objetivo General	67
2.3.2.	Objetivos Específicos.....	67
2.4.	Estructura Organizacional.....	67
2.4.1.	Organigrama	67
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	68
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos	71
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	75
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa	75
3.1.1.	Generalidades.....	75
3.1.2.	Fundación de la Empresa	75
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	75
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	76
3.1.5.	Compañías Extranjeras.....	77
3.1.6.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores.....	77
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa	78
3.2.1.	Generalidades.....	78
3.2.2.	Mandato Constituyente #8	79

3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo	80
3.2.4.	Obligaciones del empleador.....	80
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.....	81
3.2.6.	Fondo de Reserva y Vacaciones	81
3.2.7.	Asociaciones de Trabajadores.....	82
3.2.8.	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo	82
3.3.	Contratación Civil.....	82
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación	82
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	83
3.3.3.	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios	83
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación	84
3.3.5.	Generalidades de la Contratación Pública.....	84
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad.....	85
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	85
3.4.1.	Código de Ética.....	85
3.4.2.	Indicadores de Gestión	85
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios.....	87
3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	87
3.5.	Propiedad Intelectual	88
3.5.1.	Registro de Marca.....	88
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos.....	88
3.5.3.	Derecho de Autor del trabajo de titulación	89
3.5.4.	Patente y-o Modelo de Utilidad	89
3.6.	Seguros.....	89
3.6.1.	Incendio	89
3.6.2.	Robo	89
3.6.3.	Fidelidad	89
3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	90
3.6.5.	Maquinarias y Equipos.....	90

3.6.6.	Materia Prima y Mercadería.....	90
3.7.	Presupuesto.....	91
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	93
4.1.	PEST.....	93
4.2.	Macro, Meso y Micro.....	97
4.3.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.....	98
4.4.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado	99
4.5.	Matriz BCG	100
4.6.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	101
4.7.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.	101
4.8.	Análisis de la Oferta.....	103
4.8.1.	Tipo de Competencia.....	103
4.8.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	104
4.8.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	104
4.8.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.....	105
4.9.	Análisis de la Demanda	106
4.9.1.	Segmentación de Mercado	106
4.9.1.1.	Criterio de Segmentación.....	106
4.9.1.2.	Selección de Segmentos	106
4.9.1.3.	Perfiles de los Segmento	107
4.10.	Matriz FODA	108
4.11.	Investigación de Mercado	109
4.11.1.	Método.....	109
4.11.2.	Diseño de la Investigación	109
4.11.2.1.	Objetivos de la Investigación: General y Específicos.....	109
4.11.2.2.	Tamaño de la Muestra	110
4.11.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos	110

4.11.2.3.1.	Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)	110
4.11.2.3.2.	Concluyente	112
4.11.2.1.	Análisis de Datos	113
4.11.2.2.	Resumen e interpretación de resultados	126
4.11.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado	126
4.11.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	127
4.12.	Cuantificación de la Demanda	127
4.12.1.	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha.....	127
4.12.2.	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.....	127
5.	PLAN DE MARKETING	130
5.1.	Objetivos: General y Específicos	130
5.1.1.	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	130
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	130
5.1.1.2.	Cobertura	130
5.2.	Posicionamiento.....	131
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.	131
5.2.2.	Valoración del Activo de la Marca	133
5.3.	Marketing Mix.....	134
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios	134
5.3.1.1.	Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.	134
5.3.1.2.	Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.....	135
5.3.1.3.	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	136
5.3.1.4.	Amplitud y Profundidad de Línea	136
5.3.1.5.	Marcas y Submarcas	136
5.3.2.	Estrategia de Precios.....	137

5.3.2.1. Precios de la Competencia	137
5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta	137
5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas.....	137
5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobrepeso y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.....	138
5.3.3. Estrategia de Plaza	138
5.3.3.1. Localización	138
5.3.3.1.1. Macro Localización	138
5.3.3.1.2. Micro Localización	138
5.3.3.1.3. Ubicación	139
5.3.3.1.4. Distribución del Espacio.....	139
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial	140
5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	140
5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	140
5.3.3.2.3. Logística.....	140
5.3.3.2.4. Red de Ventas	141
5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones	141
5.3.4. Estrategias de Promoción	142
5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL	142
5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje.....	142
5.3.4.3. Promoción de Ventas.....	143
5.3.4.3.1. Venta Personal	143
5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	143
5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Ob realisequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor	

Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.	143
5.3.4.4. Publicidad	144
5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento	144
5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.	144
5.3.4.4.3. Mindshare	145
5.3.4.4.4. Publicidad Blanca	145
5.3.4.4.5. Merchandising.....	145
5.3.4.4.6. Relaciones Públicas.....	145
5.3.4.4.7. Marketing Relacional	146
5.3.4.4.8. Insight Marketing.....	146
5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del trabajo de titulación	146
5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e EMarketing	146
5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	147
5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web.....	147
5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	148
5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores	148
5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales	149
5.3.4.4.10.3. Marketing Social.....	149
5.3.4.5. Ámbito Internacional	149
5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional.....	149
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional	149
5.3.5. Cronograma	150
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	151
5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Empresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo,	

Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio. 152

6.	PLAN OPERATIVO.....	154
6.1.	Producción	154
6.1.1.	Proceso Productivo	154
6.1.2.	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	154
6.1.3.	Mano de Obra	155
6.1.4.	Capacidad Instalada	155
6.1.5.	Flujogramas de Procesos	156
6.1.6.	Presupuesto.....	156
6.2.	Gestión de Calidad	157
6.2.1.	Procesos de planeación de calidad	157
6.2.2.	Beneficios de las acciones proactivas	158
6.2.3.	Políticas de calidad	158
6.2.4.	Benchmarking	158
6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad	159
6.2.6.	Estándares de la calidad.....	159
6.2.7.	Procesos de control de calidad	159
6.2.8.	Certificaciones y Licencias.....	160
6.2.9.	Presupuesto.....	161
6.3.	Gestión Ambiental.....	161
6.3.1.	Procesos de planeación ambiental	161
6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas	162
6.3.3.	Políticas de protección ambiental	163
6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental.....	163
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental	164
6.3.6.	Procesos de control de calidad	164
6.3.7.	Trazabilidad	164
6.3.8.	Logística Verde	165
6.3.9.	Certificaciones y Licencias.....	166
6.3.10.	Presupuesto.....	166

6.4.	Gestión de Responsabilidad Social	167
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	167
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas	168
6.4.3.	Políticas de protección social.....	168
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa	169
6.4.5.	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo	169
6.4.6.	Procesos de controles sociales.....	169
6.4.7.	Certificaciones y Licencias.....	169
6.4.8.	Presupuesto.....	170
6.5.	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	170
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	171
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	173
7.1.	Inversión Inicial	173
7.1.1.	Tipo de Inversión	173
7.1.1.1	Fija	173
7.1.1.2.	Diferida.....	174
7.1.1.3.	Corriente	175
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión	175
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento.....	175
7.1.2.2.	Tabla de Amortización	176
7.1.3.	Cronograma de Inversiones.....	178
7.2.	Análisis de Costos	178
7.2.1.	Costos Fijos.	178
7.2.2.	Costos Variables.....	180
7.2.2.1.	Costos de Producción.....	180
7.3.	Capital de Trabajo.....	181
7.3.1.	Costos de Operación	181
7.3.2.	Costos Administrativos.....	181

7.3.3.	Costos de Ventas.....	182
7.3.4.	Costos Financieros	183
7.4.	Análisis de Variables Críticas.....	184
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	184
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	185
7.4.3.	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.....	186
7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	186
7.4.5.	Análisis de Punto de Cierre.....	188
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa	188
7.5.1.	Planificación Tributaria.....	188
7.5.1.1.	Generalidades.....	188
7.5.1.2.	Minimización de la carga fiscal	189
7.5.1.3.	Impuesto a la Renta	189
7.5.1.4.	Impuesto al Valor Agregado.....	189
7.5.1.5.	Impuestos a los Consumos Especiales.....	189
7.5.1.6.	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	189
7.5.1.7.	Impuestos al Comercio Exterior	190
7.5.1.8.	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones	190
7.5.1.9.	Impuestos a la Salida de Divisas	190
7.5.1.10.	Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	190
7.5.1.11.	Impuestos a las Tierras Rurales	190
7.6.	Estados Financieros proyectados	191
7.6.1.	Balance General Inicial	191
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	192
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	193
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital.....	193
7.6.2.1.1.1.	TMAR	193
7.6.2.1.1.2.	VAN	193
7.6.2.1.1.3.	TIR.....	193

7.6.2.1.1.4.	PAYBACK	193
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....	194
7.7.1.	Productividad	194
7.7.2.	Precio Mercado Local	194
7.7.3.	Precio Mercado Externo.....	195
7.7.4.	Costo de Materia Prima	195
7.7.5.	Costo de Materiales Indirectos.....	195
7.7.6.	Costo de Suministros y Servicios.....	195
7.7.7.	Costo de Mano de Obra Directa	196
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Indirecta	196
7.7.9.	Gastos Administrativos	196
7.7.10.	Gastos de Ventas	197
7.7.11.	Inversión en Activos Fijos	197
7.7.12.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	197
7.8.	Balance General	197
7.8.1.	Razones Financieras	197
7.8.1.1	Liquidez.....	197
Elaborado por: La Autora		197
7.8.1.2	Gestión.....	197
7.8.1.3	Endeudamiento.....	198
7.8.1.4	Rentabilidad	198
7.9.	Conclusión Financiera.....	199
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	201
8.1.	Plan de administración del riesgo	201
8.1.1.	Principales riesgos.....	201
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos.....	201
8.1.3.	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists) ...	202
8.2.	Planeación de la respuesta al riesgo	203
8.2.1.	Monitoreo y control del riesgo	203
8.2.2.	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	204
8.2.3.	Reporte del riesgo.....	204

8.2.4.	Estrategias de Salida	204
8.3.	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	204
9.	CONCLUSIONES.....	206
10.	RECOMENDACIONES	209
11.	FUENTES.....	212
12.	ANEXOS	225
12.1.	Contrato de Prestación de Servicios	225
12.2.	Código de Ética Detalles Verdes	228
12.3.	Guía de preguntas grupo focal.....	229
12.4.	Formato Encuesta.....	230
12.5.	Proceso Productivo	234
12.6.	Flujograma	236
13.	MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	238

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Nivel Socioeconómico de Ecuador.....	35
Ilustración 2: Símbolo de reciclaje.....	40
Ilustración 3: Cronograma de actividades	55
Ilustración 4: Organigrama Detalles Verdes	67
Ilustración 5: Capital Social	76
Ilustración 6: Índice de Gestión por departamento	85
Ilustración 7: Políticas de Comunicación	88
Ilustración 8: Inflación Marzo 2012-2013.....	95
Ilustración 9: Variación en tasa de interés 2012-2013.....	95
Ilustración 10: Matriz Boston Consulting Group	100
Ilustración 11: Análisis de las cinco Fuerzas de Porter	103
Ilustración 12: Market Share industria del hogar	104
Ilustración 13: Ingresos de encuestadas	113
Ilustración 14: ¿Compra adornos para su hogar?	113
Ilustración 15: ¿Por qué compra?	114
Ilustración 16: Agrado en comprar adornos reciclados	114
Ilustración 17: Adornos Sala-Comedor.....	115
Ilustración 18: Adornos Cocina.....	115
Ilustración 19: Adornos Habitaciones	116
Ilustración 20: Adornos Baño	116
Ilustración 21: Adornos Jardín.....	117
Ilustración 22: Persona con la que se realiza compras	117
Ilustración 23: Días en la semana que se realiza compras	118
Ilustración 24: Frecuencia de Compra.....	118
Ilustración 25: Competencia.....	119
Ilustración 26: Mala experiencia de compra	119
Ilustración 27: Rango de Precio Competidores por Sala-Comedor	120
Ilustración 28: Rango de Precio Competidores por Cocina	120
Ilustración 29: Rango de Precios Competencia por Baño	121

Ilustración 30: Rango de Precios Competencia por Habitaciones.....	121
Ilustración 31: Rango de Precios Competidores por Jardín	122
Ilustración 32: Características que deben tener los adornos.....	122
Ilustración 33: Precio dispuesto a pagar Sala-Comedor	123
Ilustración 34: Precio dispuesto a pagar Cocina	123
Ilustración 35: Precio dispuesto a pagar por Baño	124
Ilustración 36: Precio dispuesta a pagar Habitaciones.....	124
Ilustración 37: Precio dispuesto a pagar por Jardín	125
Ilustración 38.- Ingresos y frecuencia de compra	125
Ilustración 39.- Logo de la Empresa.....	133
Ilustración 40.-Distribución del Espacio.....	139
Ilustración 41: Proceso de planeación del modelo de responsabilidad social	167
Ilustración 42: Principales Riesgos.....	201

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz Marco Lógico	53
Tabla 2. Portafolio de productos.....	58
Tabla 3: Perfil por Competencias Gerente General.....	68
Tabla 4: Perfil por Competencias Gerente Comercial	68
Tabla 5: Perfil por Competencias Vendedores	69
Tabla 6: Perfil por Competencias Gerente de Producción.....	69
Tabla 7: Perfil por Competencias Diseñador	70
Tabla 8: Perfil por Competencias Obreros	70
Tabla 9: Perfil por Competencias Gerente de Marketing.....	71
Tabla 10: Décimo Tercer y Cuarto Sueldo	81
Tabla 11: Fondos de Reserva y Vacaciones	82
Tabla 12: Previsiones mensuales.....	91
Tabla 13: Análisis de Competidores	105
Tabla 14: Segmentación de Mercado.....	107
Tabla 15: Matriz FODA.....	108
Tabla 16: Cálculo tamaño de la muestra	110
Tabla 17: Proyección de Ventas de la industria	128
Tabla 18: Valoración del Activo de la Marca	133
Tabla 19: Producto Esencial, Real y Aumentado	135
Tabla 20: Amplitud y Profundidad	136
Tabla 21: Canal de Distribución	140
Tabla 22: Gestión Promoción Electrónica del trabajo de titulación.....	146
Tabla 23: Promoción Electrónica de los Competidores	147
Tabla 24: Redes Sociales Competidores	148
Tabla 25: Cronograma Marketing.....	150
Tabla 26: Presupuesto de Marketing.....	151
Tabla 27: Análisis de Rentabilidad Offering	152
Tabla 28: Detalle de Infraestructura y Equipos.....	155
Tabla 29: Capacidad Instalada.....	156
Tabla 30: Presupuesto de infraestructura y equipos	157

Tabla 31: Consecuencias de producir adornos de manera tradicional.....	162
Tabla 32: Logística Verde	165
Tabla 33: Mapa Estratégico.....	171
Tabla 34: Inversión Inicial.....	173
Tabla 35: Inversión Fija	174
Tabla 36: Inversión Diferida.....	174
Tabla 37: Inversión Corriente	175
Tabla 38: Fuente de Financiamiento Interna	176
Tabla 39: Amortización del préstamo	177
Tabla 40: Cronograma de Inversiones	178
Tabla 41: Gastos Fijos	179
Tabla 42: Gastos Variables	180
Tabla 43: Costos de Producción	180
Tabla 44: Costo Promedio Unitario por Categoría.....	181
Tabla 45: Costos Administrativos	182
Tabla 46: Gastos de Venta.....	182
Tabla 47: Costos Financieros.....	183
Tabla 48: Determinación del Precio	184
Tabla 49: Proyección de Ventas Anuales.....	185
Tabla 50: Proyección de Costo de Ventas	185
Tabla 51: Capacidad Máxima.....	186
Tabla 52: Análisis de Punto de Equilibrio	187
Tabla 53: Balance General.....	191
Tabla 54: Pérdidas y Ganancias	192
Tabla 55: Flujo de Caja Proyectado	193
Tabla 56: Análisis de Sensibilidad Ventas.....	194
Tabla 57: Análisis de sensibilidad costo de materia prima	195
Tabla 58: Análisis de Sensibilidad Gastos Administrativos	196
Tabla 59: Índice de liquidez.....	197
Tabla 60: Índices de Gestión.....	198
Tabla 61: Ratios de Endeudamiento	198

Tabla 62: Ratios de Rentabilidad	199
Tabla 63: Lista de riesgos y sus impactos.....	202
Tabla 64: Plan de control de riesgo.....	203

ABREVIATURAS

BCE: Banco Central del Ecuador
3R`S: Reduce, Recicla, Reutiliza
INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos
ONU: Organización de las Naciones Unidas
OMS: Organización Mundial de la Salud
PET: Polietileno Tereftalato
HDPE: Polietileno de alta densidad
PVC: Cloruro de Polivinilo
LDPE: Polietileno de baja densidad
PP: Polipropileno
PS: Polipropileno
IPCC: Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático
MAE: Ministerio del Ambiente
TIC`S: Tecnología de la Información y Comunicación
IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
IEPI: Instituto de Propiedad Intelectual
PER: Presión, Estado y Respuesta
OAE: Organismo de Acreditación Ecuatoriana
PIB: Producto Interno Bruto
IPC: Inflación de Precio al Consumidor
ATL: Above the Line
BTL: Below the Line

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación propone la creación de la empresa *Detalles Verdes* en la ciudad de Guayaquil, cuyo objeto social es dedicarse a producir, comercializar, vender y distribuir adornos para el hogar hechos a partir de materia prima de otras industrias (material reciclado). Esta idea nació por tres razones: la primera, por la tendencia mundial que existe de productos hechos a partir de estos materiales; segundo, por el documental “Garbage Warrior” del Arquitecto Michael Reynolds sobre casas creadas sólo con material reciclado; y tercero, para preservar el cuidado del ambiente.

Detalles Verdes tendrá una tienda-producción, donde se comercializará los adornos de las cinco categorías: sala-comedor, cocina, habitaciones, baño y jardín; dirigido a mujeres guayaquileñas, de clase socioeconómica media-alta, entre edades que oscilan entre 18 a 55 años.

La implementación de esta idea de negocio se encuentra a lo largo de los trece capítulos que componen este trabajo de titulación, donde se evalúa, desde la investigación de la idea hasta el análisis de mercado; además el plan de marketing, operativo y la rentabilidad del mismo se las pueden visualizar en sus estados financieros. Su nómina de empleados consta de 7 trabajadores y 2 obreros, los cuáles son responsables de cumplir con los objetivos de la empresa, incluyendo el código de ética.

Con el fin de fidelizar clientes y lograr incrementar la cartera en un corto plazo, la empresa ha considerado, dentro de su plan de marketing, la creación de una página web donde se podrán comercializar productos online y con servicio a domicilio a sectores cercanos a la ubicación del negocio, es decir, Urdesa, Miraflores y Carlos Julio Arosemena. Cabe indicar que, como empresa ambiental, el medio de transporte a ser utilizado será la bicicleta, motivo por el cual este servicio es limitado a las áreas antes mencionadas.

Para analizar la factibilidad en implementar el negocio, se desarrolló encuestas a 384 mujeres entre 18 a 55 años de edad, la cual ayudó a determinar gustos y preferencias, estilo de vida, poder adquisitivo, frecuencia de compra de las potenciales clientes, entre otras variables. La frecuencia de compra de las mujeres fue un dato imprescindible para decidir que la atención al público será de miércoles a domingo, dado que, a partir del viernes hay mayor demanda.

Para la ejecución del trabajo de titulación se requiere una inversión inicial de \$22,980.48, donde se realizará un préstamo por el 70% (\$16,086.34) al Banco Central del Ecuador (BCE) con una tasa anual de 11,20% en 5 años y la diferencia, es decir el 30% será asumida por las accionistas, Alexandra González con el 30% (\$2,068.24) y Andrea González con el 70% (\$4,825.90).

Finalmente, en los estados financieros se determinó que la VAN es de \$21,415.79; con TIR del 38% y un PAYBACK en dos años, 9 meses.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de una empresa de adornos hechos de materiales reciclados, R3, en la ciudad de Guayaquil.

1.2. Justificación

De acuerdo con Greenpeace, Organización No Gubernamental Internacional, una de las indispensables preocupaciones de todos los hombres debe ser luchar por un mundo verde. Hoy en día, es necesario empezar a modificar actitudes y hábitos para proteger el medio ambiente, disminuir y evitar los acontecimientos que se han venido generando por falta de cultura y de conocimiento ecológico (Morrall, 2004). Por ejemplo, en otros países como México, Argentina, Chile y España se ejecutan proyectos empresariales para cumplir la teoría de las 3R's: reducir, reciclar y reutilizar los desechos; apoyando y logrando modificar el estilo de vida de los ciudadanos (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2006).

Guayaquil, al ser la ciudad con mayor movimiento comercial del país, desperdicia desechos post-consumo que pueden ser aprovechados para elaborar un nuevo producto. En un estudio realizado, se registró que aproximadamente 3,500 toneladas diarias de basura son producidas, generando riesgos para la salud, la economía y el medio ambiente (Vásconez, 2011). Siendo una de las principales urbes del Ecuador, donde se reporta altos índices de contaminación, se puede desarrollar proyectos para clasificar la basura por desechos orgánicos, plásticos, papel, vidrio, cartón, latas, entre otros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Empezar a cambiar el estilo de vida de los habitantes de Guayaquil practicando esta teoría, logrará ahorrar, por una tonelada de cartón reciclado, veintisiete mil litros de agua y ciento cuarenta litros de petróleo; por una tonelada de papel reciclado se evitará no talar veinte árboles, doscientos mil litros de agua y emisión de gases como dióxido de carbono y azufre; por tres mil botellas de plástico reciclado, una tonelada de materia prima; por una tonelada de vidrio reciclado, setenta y cinco por ciento de energía, además reduce la contaminación de agua entre veinte y cincuenta por ciento, ocasionando que permanezca inalterable mil años (Cumbre Internacional del Medio Ambiente, 2011).

Implementar este trabajo de titulación, contribuirá a mejorar la economía, brindando oportunidades de empleo, aprovechando recursos y, principalmente, disminuyendo la contaminación. Así mismo, ayudará a crear una mayor conciencia entre los habitantes de Guayaquil a reducir, reciclar y reutilizar todos los materiales desechados permitiendo reintroducirlos en un nuevo ciclo de vida y empezando a preferir todo producto o servicio que busque preservar el medio ambiente.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Determinar la factibilidad de producir y comercializar adornos para la decoración del hogar hechos de materiales reciclados, aplicando la teoría de las 3R's, aprovechando los desechos post-consumo de los habitantes de la ciudad de Guayaquil para convertirlos en nuevos productos, con el apoyo de una buena estrategia de marketing y página web para impulsar el posicionamiento del negocio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La empresa se ejecutará aplicando las herramientas necesarias para la administración de empresas. Las áreas aplicadas para lograr el reconocimiento y éxito son investigación y desarrollo, entorno legal, auditoría, marketing, herramientas en internet, presupuesto y control, administración financiera, y plan de contingencia. El lapso en el cual se realizó la presente investigación fue desde Noviembre 2012 hasta Mayo 2013.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

El trabajo de titulación responde a las necesidades de investigación requeridas por la sociedad ecuatoriana, las cuales se visualizan en el objetivo cuatro del Plan Nacional del Buen Vivir durante el período 2009-2013: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y saludable”, principalmente enfocado en la política y lineamiento 4.4: “Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida” (Servicio Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009-2013); en la Constitución de la República, en el capítulo cinco, sección segunda (Constitución del Ecuador, 2008) y, finalmente, en las Líneas de Investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de la Facultad de Especialidades Empresariales, en lo referente a la tendencias de mercado de consumo final y métodos y técnicas empresariales: capacidades de innovación (Universidad Católica Santiago de Guayaquil y Sistema de Investigación y Desarrollo, 2011).

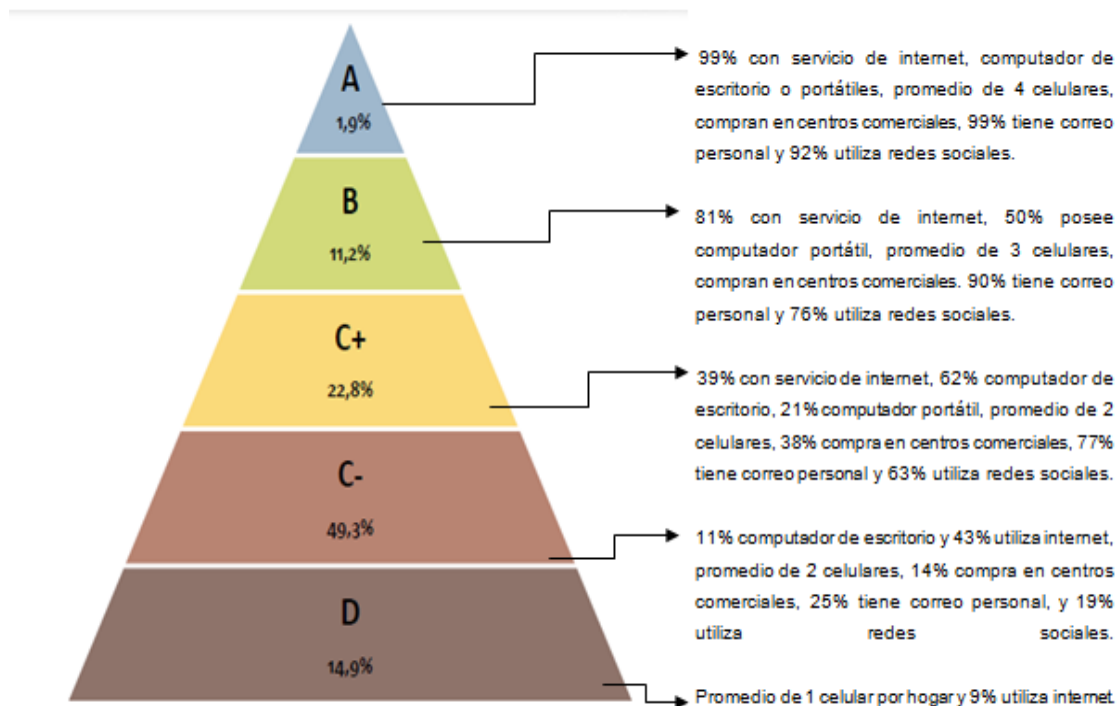
Guayaquil, conocida como la “*Perla del Pacífico*” se caracteriza por ser la ciudad más poblada, la hospitalidad de sus habitantes, la variedad de culturas que se encuentra, ser el puerto principal, donde se genera el comercio y el desarrollo de todo tipo de industrias, ha convirtiéndose a esta ciudad en la Capital Económica del país (Visita Ecuador, 2011). Actualmente su población es de 3,645,483; sin embargo, de acuerdo a proyecciones realizadas, en el año 2011, por el Instituto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Nacional de Estadística y Censos (INEC), se estima que para el 2014, incremente a 4,024,929 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

En el país, el nivel socioeconómico se divide en cinco estratos, basado en la pirámide del INEC, se han considerado los aspectos más importantes que diferencia cada uno de estos niveles, como se lo demuestra a continuación:

Ilustración 1: Nivel Socioeconómico de Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de crear una empresa para producir y comercializar adornos hechos de materiales reciclados para la decoración del hogar en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño del mercado mediante la realización de un estudio de mercado.
- Desarrollar estrategias para la producción y comercialización de los adornos hechos de materiales reciclados.
- Estipular mediante análisis financieros, el monto de inversión requerida donde se evaluará la viabilidad a través de conocer el porcentaje de rentabilidad que se puede llegar a lograr.

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

El presente trabajo de titulación, tiene un enfoque mixto, es decir, combinación entre el método cualitativo y cuantitativo con alcance descriptivo (Sampieri, Hernández Sampieri, & Baptista Lucio, 2010). En el enfoque cualitativo se realizará un grupo focal. Mientras, para el cuantitativo se desarrollará encuestas. Para el análisis de la información recogida, se registrará los datos en el programa “SPSS Statistics”, con el fin de analizar los resultados obtenidos en las encuestas.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

La investigación acción participativa, permitirá conocer las actitudes y hábitos de los ciudadanos para identificar oportunidades y convertirlas en acciones que sean de beneficio para la sociedad. Para esto es esencial cumplir cuatro etapas: observar, investigar, reaccionar y evaluar (Ochoa, Herrero Olaizola, Cantera Espinosa, & Montenegro Martínez, 2004).

1.7.1. Planteamiento del Problema

Debido al potencial crecimiento de la industria y la tecnología, se genera la contaminación ambiental, afectando la estabilidad de los ecosistemas ocasionando destrucciones de hábitat, lluvia ácida, cambio climático, deforestación, entre otros sucesos que se han venido ocasionando por este inmenso problema. Las industrias, como consecuencia de su proceso de elaboración de los productos que comercializan, emiten todo tipo de sustancias nocivas, tóxicas y peligrosas para la naturaleza.

En la ciudad de Guayaquil no es común la cultura de reciclar desechos y son pocos los que compran productos hechos de estos materiales, lo cual es necesario, considerando que en este lugar se produce una alta contaminación por ser la principal urbe donde se genera el movimiento comercial del país y, por ende, hay mayores industrias. Desde 1994 hasta la actualidad, ha existido un incremento de 2,100 toneladas diarias de basura, de esto, el 85% genera contaminación en el agua y zonas baldías ocasionando la deforestación, exceso de recursos como la energía, agua, y petróleo, emisión de gases al efecto invernadero y poniendo en riesgo la salud de los habitantes (Vásconez, 2011) (El Universo, 2011). De no existir suficiente aprovechamiento de los recursos, podría producirse agotamiento del agua, cambio climático, enfermedades como el asma,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

problemas respiratorios, cáncer, daño cerebral y problemas cardíacos que afecte, no solamente a los actuales ciudadanos sino también a la futura generación guayaquileña.

1.8. Fundamentación Teórica del trabajo de titulación

1.8.1. Marco Referencial

Mundialmente se encuentra la tendencia de crear empresas que sean amigables con el medio ambiente, por tal motivo en la investigación del presente Trabajo de Titulación se considera como referencia las compañías: GreenGift e ECO Products.

GreenGift, empresa argentina, pionera en su país por vender regalos corporativos y personales, cuidando el entorno ambiental y difundiendo el mensaje de preservación a los ciudadanos, se encarga de la producción y la entrega al cliente final. Su línea de productos incluye obsequios para jardinería, gourmet, diseños sustentables y navideños (GreenGift, 2012). ECO Products es una compañía americana, creada en 1990, para producir productos hechos de materiales reciclados, sin embargo con el tiempo se enfocaron en realizar envases de todo tipo como utensilios y platos (Eco Products Inc., 1993-2013).

Finalmente, ambas compañías son reconocidas por su valor agregado e innovación en poder crear nuevos productos a través de materiales reciclados, siendo esta la nueva tendencia mundial para crear todo tipo de producto.

1.8.2. Marco Teórico

De acuerdo a investigaciones hechas por los arqueólogos, el reciclaje ha existido desde hace 400 años Antes de Cristo. Sin embargo, hay acontecimientos históricos que demuestran la presencia de este tema, como por ejemplo: la Revolución Industrial, así como antes, durante y después de la Segunda Guerra Mundial, entre otros (Vaquero, y otros, 2012).

Antes de la Revolución Industrial era rentable reutilizar materiales que comprar nuevos productos. Pero a inicios de 1900 con la aparición de fábricas automatizadas ocurrió todo lo contrario, dado que las compañías empezaron a producir en conjunto sus materiales, reduciendo, así, los costos que normalmente eran generados. En la Gran Depresión, entre los años 30-40, surgió el reciclaje por la crisis económica mundial donde lo indispensable era salvaguardar el dinero. Luego de la Segunda Guerra Mundial hubo un boom en la economía, por lo que se dejó de considerar el reciclaje, tanto así, que los basureros en Estados Unidos tenían el siguiente lema: “ojos que no ven, corazón que no siente”. Los ciudadanos pensaban que era mejor eliminar todo lo viejo y quedarse con productos nuevos, marginando la conservación del ambiente como en épocas anteriores (Vaquero, y otros, 2012).

En los años 60 y 70, aparecieron los movimientos ambientalistas para recuperar el reciclaje en el mundo, siendo los líderes en crear el primer día de la tierra y el símbolo universal del reciclaje (Vaquero, y otros, 2012). En 1690. también la familia Rittenhouse de origen estadounidense, realizó el primer experimento de reciclar materiales, convirtiendo trozos de tela y algodón, en papel en su fábrica. Por tal motivo, a Rittenhouse se lo considera como el precursor del papel, por crear el molino de papel reciclador en Filadelfia (Ackerman, 1997).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 2: Símbolo de reciclaje



Fuente: Greenpeace, 2007

Entre los años 80-90 y en la actualidad se incorpora el reciclaje como un estilo de vida, debido al deterioro de la capa de ozono y los diversos acontecimientos que ha generado la contaminación (Vaquero, y otros, 2012).

En Ecuador, el reciclaje empezó desde 1970 cuando Grupo Mario Bravo comenzó a utilizar papel reciclado como materia prima. A este material se le ha dado varias aplicaciones, lo que ha generado que la demanda en Ecuador crezca considerablemente. Este sector genera empleo a 15,000 recicladores independientes en zonas urbanas y botaderos, donde existen 1,200 centros de acopio y 20 compañías recicladoras en el país (Bravo, 2012).

Según el estudio de Conservación Internacional, las diversas actividades realizadas por los humanos han alterado el 73% de la superficie de la tierra; los océanos y los ríos son utilizados como depósitos de residuos, siendo muchos de ellos tóxicos; los países se enfrentan por adquirir suministros de agua que cada vez son más limitados; muchas especies entre dos a ocho, por hora, pierden sus hábitats provocando la extinción; se estima que, aproximadamente, en 40 a 50 años el clima se haga más cálido, generando transformación en la productividad agrícola y crisis económica. Todos estos acontecimientos son provocados por la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

quema de combustibles fósiles como el petróleo, carbono, gas natural y emisiones de gases a la atmósfera (Miller, 2012).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), establece que el aumento poblacional, sequía, cambio climático, aumento de los desechos y mal uso de los recursos, generaría en el 2025 escasez de agua para más de tres millones de personas. Esta teoría, se encuentra basada en el estudio realizado por Ger Berhamp, Director General del Consejo Mundial del Agua en el 2010, donde se indicó que la población mundial triplicó el uso del agua (Deen, 2011). El Instituto de Tecnología de Massachussets realizó un estudio donde se analizó cinco factores, los cuales determinan y limitan el crecimiento del mundo, estos son la población, producción agrícola, recursos naturales, producción industrial y contaminación. Este informe detalla, incremento en el nivel del mar a diez centímetros desde 1900 y destrucción de glaciares; desde 1998, el 45% de los habitantes vive con ingresos de dos dólares diariamente (Meadows D. & Meadows, 2004).

Un informe desarrollado por el Centro Médico Beth Israel Deaconess en Estados Unidos, señala que la contaminación aumenta el riesgo de padecer un accidente cerebrovascular hasta en un 34% (Diario ABC, S.L., 2012). Los científicos del Centro de Diabetes de Joslin, recientemente descubrieron que otra enfermedad ocasionada por la contaminación ambiental es padecer diabetes en la edad adulta (Beaser & V.C. Hill, 1996). La Organización Mundial de la Salud (OMS) desarrolló un informe en el 2007, donde se concluyó que muchas de las enfermedades infantiles tienen su origen en la contaminación del agua y del aire, es decir del plomo que hay en el suelo, sustancias tóxicas en alimentos y todos los agentes contaminantes que hay en el medio ambiente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Estos problemas afectan principalmente a los niños desnutridos en el mundo, uno de cada cinco niños no llegan a cumplir 5 años de edad por las enfermedades generadas por la contaminación (Chan, 2007). Además puede llegar a ocasionar una baja en el índice de inteligencia infantil, como lo indica el departamento de psicología del Hospital Infantil de Filadelfia de la Universidad Médica de Pensilvania y el departamento de salud ambiental de la Universidad de Cincinnati (Taylor, 2011).

“*Basura Cero*” es una teoría de Greenpeace que pretende maximizar el reciclaje, disminuir desechos, reducir consumo y garantiza que los productos sean creados para ser reutilizados (GreenPeace Argentina, 2010). Hoy en día, la tendencia del mercado es utilizar materiales reciclados como ventaja competitiva y el clima de crear negocios basados en este estilo de vida es favorable así lo demuestran empresas alrededor del mundo que aplican la teoría de las 3R’s (Leyva, 2011).

Los científicos y los ecologistas en sus investigaciones han descubierto cuáles son los beneficios de reciclar papel, plástico, cartón y vidrio, los cuáles se detalla a continuación:

Papel (Livia, 2007)

- Se reduce la tala de árboles.- materia prima para elaborar el papel. Por ejemplo, para producir una tonelada de papel hay que talar 17 árboles.
- Preservación de hábitat de especies y biodiversidad.
- Reduce contaminación del aire y agua. Para elaborar una tonelada de papel se necesita 200 mil litros de agua, a diferencia que si se utiliza papel reciclado lo necesario son 20 mil litros de agua ahorrando 180 mil litros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Se reduce emisión de gases como el dióxido de carbono y azufre, producir papel contribuye al efecto invernadero.

Plástico (Livia, 2007)

- Ahorra un 20%-40% de energía.
- Reduce consumo de petróleo, es decir por cada tonelada se ahorra 12 barriles.
- Ahorra 1,5 kilogramos en emisiones de CO₂ por cada kilogramo reciclado.
- Ahorro de una tonelada de materia prima cuando se reciclan tres mil botellas.
- Ahorra 25% de espacio en los vertederos.
- Ahorro de 130 kilogramos de combustible, dado que se utiliza menos temperatura para fundir el plástico.
- Crea más de 300,000 plazas de trabajo en el mundo.

Cartón (Livia, 2007)

- Ahorro de 27 mil litros de agua, 140 litros de petróleo, por una tonelada de cartón reciclado.

Vidrio (Livia, 2007)

- Ahorro de 1000 kilogramos de basura por una tonelada de vidrio.
- Ahorro de 75% de energía.
- La botella de vidrio permanece inalterable 1000 años.
- Reciclable un 100%.
- Reduce la contaminación del aire en un 20%-50% de agua, en vez de una botella nueva.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el estudio desarrollado, se mostró que al momento de desechar el papel, el 20% es enviado a incineradores y el otro 80% restante dirigido a vertederos. En estos vertederos mientras más acumulación de papel hay, se produce el metano, uno de los gases más peligrosos para el efecto invernadero. Por tal motivo varios gobiernos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales apoyan a concientizar a los ciudadanos la importancia de reciclar papel. (Livia, 2007)

En el 2011, el Municipio de Guayaquil ejecutó un estudio donde los resultados fueron que el 60% de la contaminación de aire en esta ciudad es generada por los automóviles. Dicha contaminación genera 16,556 toneladas de óxido de nitrógeno por año, y 52,213 toneladas de monóxido de carbono (Diario Hoy, 2011).

La Sociedad Americana de Plásticos reconoce 7 tipos de plásticos que son PET (Polietileno Tereftalato), HDPE (Polietileno de alta densidad), PVC (Cloruro de Polivinilo), LDPE (Polietileno de baja densidad), PP (Polipropileno), PS (Poliestireno), y otros (Livia, 2007). Ver en mapa conceptual los [tipos de plástico](#) que incluye cada uno.

Los investigadores de la Universidad de Nihon en Japón, descubrieron que el plástico, además de contaminar el entorno, provoca la muerte de las especies acuáticas, dado que se descompone con rapidez y libera sustancias tóxicas, como por ejemplo, el bisfenol A, que desequilibra las hormonas y afecta al sistema reproductivo de los animales que viven en el agua (Miller, 2012). Greenpeace en el 2007, realizó protestas porque, por año, los océanos, tienen más de 6,4 millones de toneladas de basura, donde, entre 60%- 80% son plásticos (Barra, 2011).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Michael Reynolds, Arquitecto americano, analizando la crisis ambiental que enfrenta el mundo, optó por desarrollar su carrera en base a elementos reciclados para construir un modelo de casa sostenible denominado “*Earthship*”. Estas casas son hechas de botellas de plástico, vidrio, llantas y todo tipo de desechos que son auto-suficientes y no se encuentran conectadas a los sistemas de energía, acueducto externos, y tienen invernaderos de frutas y verduras para los habitantes (Hodge, 2007).

La Organización Panamericana de la Salud, Empresa Municipal de Aseo de Cuenca, Empresa Metropolitana de Aseo de Quito y Fundación Natura realizaron una investigación a finales del 2009 donde obtuvieron que en el Ecuador se genera alrededor de 972,000 toneladas métricas de desechos orgánicos y que de mantenerse el mismo comportamiento en el 2020 existirá 2’772,165 toneladas métricas (Fundación Avina, 2010).

Ecuador obtuvo una marca para el libro Guinees World Records en octubre del 2012 por recolectar 1.559.000,2 botellas de plásticos para reciclaje en quince días, de acuerdo a lo indicado por Ralph Hannah, representante para América Latina. El récord está adjudicado por la cantidad, el tiempo y la calidad de las botellas recolectadas. Otro aspecto que destacó Hannah es que los jóvenes trabajaron en conjunto para mostrar la importancia de cuidar el medio ambiente. La recolección fue hecha por 118 centros educativos en Quito y el valor generado en dólares, fue de \$ 31.000, el cuál fue destinado \$ 6.000 a los jóvenes recolectores y \$ 25.000 al proyecto Yasuní-ITT (Diario El Telégrafo, 2012).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Susan Pike, Gerente de la sala de exposición Four Hands en Atlanta, importador de muebles para el hogar, indica que las claves para agregar valor son color, textura y toque personal con los gustos de los dueños de casa. Reciclar es la tendencia actual en accesorios para el hogar, donde no es necesario gastar mucho dinero para adornar una casa. Ejemplo son mesas, lámparas y adornos de pared que son presentados en materiales recuperados y reciclados. Para la Gerente, la textura es muy importante a la hora de seleccionar un accesorio para el hogar, dado que resalta la habitación dándole profundidad y variedad. Por otro lado, Cody Hutcheson, co-fundador y Director de la sede de Dallas en Codarus, indicó que las personas alrededor del mundo mantienen un estilo personal que debe ser utilizado favorablemente, no es necesario llenar una habitación, lo importante es poner accesorios que tengan impacto y sean el centro de atención (Welch, 2012).

Charles Edouard Jeanneret, Arquitecto, Pintor y Escultor suizo conocido como Le Corbusier, define una casa como la máquina para vivir o “La machine a habiter,” dándole énfasis a que la funcionalidad de la vivienda es el vivir. El objetivo de la arquitectura es generar belleza y esto es lo que repercute en la forma de vida de los habitantes de las casa (Arqpress, 2009). Para este suizo la casa posee dos finalidades, generar comodidad a sus inquilinos, meditación y belleza. Sin embargo, las dos finalidades mencionadas están relacionadas directamente con las personas que las ocupan, por tal motivo se deben adaptar a los gustos y preferencias de su dueños (Domínguez & Saenz Vaca, 2006).

Un estudio realizado por Ronald Faber de la Universidad de Minnesota, indica que el 90% de las mujeres son compradoras compulsivas. Para ellas al momento de la compra es primordial la experiencia de las sensaciones, colores y la textura de los productos. La raíz de este problema, indica Faber, es la baja

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

autoestima que tienen los compradores, es por esto que, si un empleado de la tienda lo recibe atentamente les proyecta una imagen de importancia. Un estudio hecho por la Universidad de Michigan, *Journal of Social, Evolutionary & Cultural Psychology*, muestra las diferencias que existe en la forma de comprar de hombres y mujeres. Según Daniel Kruger, el investigador de la Universidad, las mujeres son más observadoras, llevan a sus hijos de compra y se toman su tiempo para comprar. Mientras los hombres prefieren ir, comprar y pagar sin perder tiempo (Muller & Mitchell, 2011).

Pulso Ecuador, compañía que realiza estudios de mercadeo, en una de sus investigaciones señala que la mujer es quien toma la decisión de compra en Ecuador (Revista Hola, 2009). Expoplaza, en el desarrollo constante de ferias que se realizaron en el 2011, pudo notar cuales son las preferencias y actitudes de las mujeres al momento de comprar. Su estudio fue analizado por rango de edades:

- Mujeres entre 25 a 35 años.- prefieren precios bajos, promociones y todo tipo de valor agregado, por ejemplo otros servicios complementarios. Utilizan las redes sociales para comprar. Su pareja y su mamá son fundamentales al momento de tomar la decisión de compra.
- Mujeres entre 36 a 45 años.- Prefieren la calidad de los productos o servicios. Utilizan revistas y diarios para realizar compras. Su pareja es fundamental para la toma de decisión de compra
- Mujeres entre 46 a 55 años.- buscan exclusividad de diseño. Utilizan revistas y radio para realizar compras. Sus hijas o familiares de confianza son fundamental para la decisión de compra.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Sin embargo, estos tres segmentos buscan promociones de precios, obsequios adicionales por la compra y conveniencia en la forma de pago (Expoplaza, 2011).

Mary Lou Quinlan, en su libro “Just Ask a Woman: Cracking the Code of What Women Want and How they Buy”, indica que las mujeres compran más del 80% de todos los productos y servicios, son las que toman la mayoría de las decisiones, no sólo en áreas tradicionales como la moda, alimentación y cosméticos, sino también en adquisiciones de mayor cuantía como coches, servicios financieros, mejoras en la vivienda, aparatos electrónicos y viajes (Quinlan, 2003). Por otro lado, Martha Barletta en su libro “Marketing to Women: How to Understand, Reach and Increase Your Share of the World’s Largest Market Segment”, manifiesta que lo que antes se consideraba un comportamiento de compra normal, hoy en día es normal para los hombres, porque las mujeres tienen otras prioridades, preferencias y actitudes (Barletta, 2003).

Ambas escritoras, defienden que para incrementar el porcentaje del mercado y satisfacer las necesidades de las mujeres se debe utilizar tácticas de ventas convincentes porque las mujeres son consumidoras que generalmente solicitan consejos amigos y conocido antes de comprar. Y si el resultado es favorable, se lo comunican a sus conocidos. Quinlan y Barlett, indican que las mujeres trabajadoras buscan y aprecian productos que les simplifique las tareas y que les alivie la ansiedad por la presión que tienen día a día en el trabajo. Otro aspecto importante a considerar es que las mujeres observan la calidad del producto, realizan muchas preguntas antes de establecer una relación de confianza con el vendedor (Barletta, 2003) (Quinlan, 2003).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Nielsen Holdings N.V., compañía global de información y medios, realizó el estudio: "La mujer del Mañana", vía online a países desarrollados y emergentes en Febrero-Abril 2011, con el fin de analizar opiniones, observaciones y poder de compra de mujeres en el mundo. La Vicepresidente Susan Whiting manifestó que el género femenino ha incrementado su poder adquisitivo, logrando tener influencia en las decisiones familiares. Por tal motivo, son ellas las consumidoras claves del presente y futuro. Para poder ofrecer productos de acuerdo a sus necesidades, se debe conocer sus hábitos y actitudes, otros datos importantes que mostró el estudio son (Nielsen, 2011):

- La televisión es el medio de comunicación que más influye en las mujeres seguido por recomendaciones (boca a boca) de conocidos.
- La fidelidad a una marca se basa en la calidad no en el precio.
- Utilizan redes sociales.

The Boston Consulting Group realizó una encuesta a 15,000 mujeres en donde se analizó cuál es el comportamiento de las mujeres hacia el marketing. A continuación se detalla los resultados de este estudio (Revista Soy Entrepreneur, 2010):

- Las mujeres optan más por el factor emocional, es decir el sentimiento que le provoca la compra que va a realizar.
- Las mujeres buscan lo nuevo, novedoso, innovador, la tendencia actual y es por esa la razón que constantemente renueva.
- Si un producto no es para ellas, lo rechazan y le comunican a sus amigas la experiencia que tuvo utilizándolo.
- No utilizar estereotipos al momento de segmentar el mercado
- Buscan productos que le brindes equilibrio a sus vidas y les ahorre tiempo.
- Credibilidad y conexiones personales.
- Diversidad en diseños dado que aman los colores.
- El amor es el aspecto más importante para ellas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Comscore, empresa líder en la medición de internet, en unos de sus estudios indicó que el 60% de las compras online la ejecutan mujeres entre 19 y 35 años de edad. Ellas son partes de blogs, ingresan a sitios web, tienen usuarios en redes sociales y son las principales consumidoras de tiendas online (Hartung, 2013). Un estudio realizado por la red de mujeres profesionales, Womenalia, indica que las mujeres con un 75% realizan compras online para el hogar. Las mujeres profesionales a la hora de comprar, solicitan ayuda con un 29% a mujeres y un 27% a hombres (Diario Formosa, 2012).

1.8.3. Marco Conceptual

Estilo de Vida: Forma de vivir que se diferencia y en muchas veces es reconocida por las actitudes y valores (Gil Juárez, Borrás, Juanola, & Samuel Lajeunesse, 2004).

Teoría de las 3R'S:

Reducir es minimizar la producción de productos que pueden llegar a convertirse en residuos (Livia, 2007).

Reutilizar es la acción que permite darle un segundo uso al producto (Livia, 2007).

Reciclar es incurrir en algún proceso o tratamiento de un material para utilizarlo nuevamente (Livia, 2007).

Contaminación: De acuerdo a la Asociación Pública de la Salud Americana la contaminación es la existencia de uno o más contaminantes en la atmósfera que son perjudiciales para seres vivos y no vivos (Livia, 2007).

Tipos de Plásticos:

PET: envases típicos de alimentos y bebidas (Livia, 2007).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

HDPE: productos de limpieza o industriales, que incluyen botellas de champú, detergentes, cloro, envases de leche, entre otros (Livia, 2007).

PVC: producidos por gas y sal, plásticos resistentes, por ejemplo, limpiadores de ventana, botellas de detergente, aceites, forros para cables. Dado que puede generar toxinas peligrosas, no es recomendable reciclar este tipo de plástico (Livia, 2007).

LDPE es un plástico fuerte, flexible y transparente. Utilizado en botellas y bolsas diversas, muebles y alfombras (Livia, 2007).

PP: plásticos utilizados en envases médicos, yogures, bombillas y tapas dado que pueden contener líquidos y alimentos calientes (Livia, 2007).

PS: utilizado en platos y vaso desechables y son propensos a derretirse con el calor (Livia, 2007).

Otros plásticos que son difíciles de reciclar como por ejemplo DVD, gafas, y ciertos envases de alimentos (Livia, 2007).

Efecto Invernadero: Fenómeno atmosférico natural que retiene la energía generada del sol, permitiendo mantener la temperatura mundial. Sin embargo la aparición de ciertos gases como por ejemplo, dióxido de carbono, metano, y óxido nitroso ocasionado por las actividades humanas genera el aumento de la temperatura, dado que se acumulan en la atmósfera y no son liberados al espacio (Cielsa, 1996).

Lluvia ácida: Las actividades humanas, generan todo tipo de contaminantes como, dióxido de azufre y óxido de nitrógeno los cuáles se convierten en la atmósfera en ácido sulfúrico y nítrico, que se disuelven con lluvia. La acidez se mide en una escala PH, 7 es neutral, mayor a 7 sustancias básicas, pero si es menor a 7 son ácidas (Kramer, 2003)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.8.4. Marco Legal

Mundialmente este tema tiene el respaldo del Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático conocido como el IPCC, la ONU sobre el Medio Ambiente, Greenpeace y entre otras organizaciones que buscan el bienestar del medio ambiente. El objetivo del IPCC es evaluar y publicar reportes sobre los riesgos que produce el cambio climático. La ONU por su parte, ha creado el Programa del Medio Ambiente y la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. La organización Greenpeace tiene como objetivo proteger y defender al medio ambiente participando en diferentes lugares del planeta cuando se generen atentados contra la naturaleza. Sus campañas tienen el fin de detener el cambio climático, proteger la biodiversidad, no utilización de transgénicos, disminuir la contaminación, acabar con el uso de la energía nuclear y el de las armas (GreenPeace Argentina, 2010).

La realización del presente trabajo de titulación está basada en la Constitución de la República del Ecuador. En el capítulo número 5 sección segunda se encuentra las leyes que se deben cumplir para el medio ambiente (Constitución del Ecuador, 2008). El Ministerio del Ambiente (MAE) es el ente regulador que controla y administra el aprovechamiento y buen uso de los recursos en el Ecuador. El Sistema de Administración Forestal es uno de los proyectos de este organismo para aprovechar los recursos de los bosques por medio del desarrollo y uso de herramientas tecnológicas hasta la comercialización del producto terminado (Sistema de Administración Forestal, 2012). El Plan Nacional de Desarrollo, en el objetivo 4, busca garantizar los derechos de la naturaleza y generar un ambiente sano y sustentable por medio de promover el respeto a los derechos de la naturaleza y desarrollar un buen vivir para futuras generaciones (Servicio Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009-2013).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1: Matriz Marco Lógico

OBJETIVOS	INDICADORES DE VERIFICACIÓN	MEDIOS/FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN: Determinar la factibilidad de crear una empresa para producir y comercializar adornos hechos de materiales reciclados para la decoración del hogar en la ciudad de Guayaquil</p>	<p>Conocer aceptación o negación en comprar adornos hechos de material reciclado</p>	<p>Encuesta a mujeres y grupo focal</p>	<p>-Cambiar cultura -Concientizar responsabilidad social</p>
<p>PROPÓSITO -Determinar el tamaño del mercado mediante la realización de un estudio de mercado -Desarrollar estrategias para la producción y comercialización de los adornos. -Estipular mediante análisis financiero el monto de inversión requerida donde se evaluará la viabilidad a través de conocer el porcentaje de rentabilidad que se puede llegar a lograr.</p>	<p>-Porcentaje de mujeres y el rango de edades que están interesadas en comprar -Datos estadísticos de los niveles socioeconómicos que utilizan internet y realizan compras online -Total de presupuesto requerido -Contribución marginal por línea</p>	<p>-Encuesta -Información del INEC: datos estadísticos de tecnología de la información y comunicación (TIC'S) -Cotizaciones y facturas -Estados financieros</p>	<p>- Utilizar publicidad boca-boca a sus familiares y demás referidos. -Adquirir variedad de productos. - Incrementar compras</p>
<p>RESULTADOS -Adornos decorativos originales e innovadores hechos de materiales reciclados para sala-comedor, cocina, habitaciones, baño y jardín -Servicio a domicilio a sectores cercanos</p>	<p>-Índices de calidad en los productos. -Satisfacción de los clientes -Tiempo de entrega máximo en que los clientes reciban sus pedidos</p>	<p>-Informe del gerente de producción -Encuesta online -Informe de la Comisión de Tránsito de Guayaquil</p>	<p>-Excelente comunicación con la empresa - Modificar estilo de vida de adornos tradicionales por naturales.</p>
<p>ACTIVIDADES -Definir cobertura -Compra de materiales reciclados y decorativos a proveedores -Creatividad e innovación en mano de obra</p>	<p>-Población y promedio de ingresos de los habitantes -Datos de contactos de proveedores y nivel de confianza en el medio -Porcentaje de productos comprados semanalmente</p>	<p>-Datos de censos, proyecciones, datos económicos del INEC -Referencias -Informe semanal de total de ventas realizadas</p>	<p>-Aceptación y disponibilidad de tiempo -Debe existir buena comunicación con proveedores. -Agilidad en los procesos de entrega de suministros a la empresa</p>

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

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

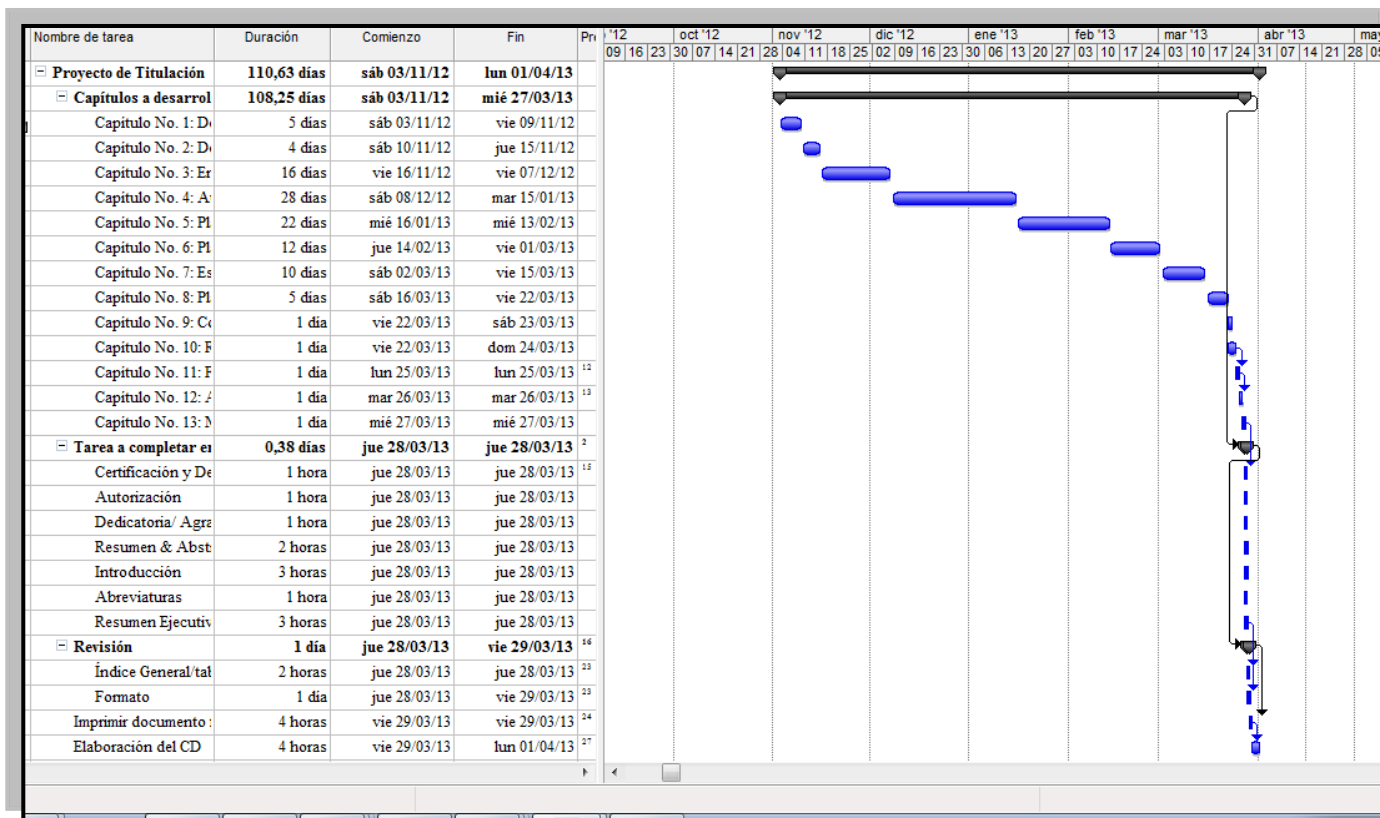
El tipo de hipótesis ha desarrollar es el de investigación con alcance descriptivo, dado que se va a pronosticar el hecho que la empresa tenga éxito en el mercado (Sampieri, Hernández Sampieri, & Baptista Lucio, 2010).

- Las mujeres guayaquileñas comprarán adornos hechos de materiales reciclados para el hogar más de tres veces al mes.
- Los adornos serán comprados por mujeres entre 18 y 55 años de edad de clase socioeconómica media-alta.
- Creación de publicidad en redes sociales e inversión en página web para reconocimiento de productos
- La inversión inicial no será superior a \$30,000

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ”

1.10. Cronograma

Ilustración 3: Cronograma de actividades



Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

Detalles Verdes es una empresa que no requiere mucha inversión inicial. Las manualidades y, más aún, si son hechas con materiales reciclados, tienen bajo costos dejando un amplio rango de utilidades. Para desarrollar el negocio se cuenta con la habilidad manual y talento artístico para ejecutarlo. Los adornos gustarán por su ventaja competitiva de ser únicos, originales, innovadores y diferenciadores siempre pensando en complacer a las reinas del hogar, quienes, hoy en día, buscan productos naturales que cuiden su salud y la de sus familiares queridos.

El mercado muestra crecimiento considerable por este nuevo estilo de vida que se viene implementando en otras ciudades alrededor del mundo, tanto así que en el país se han realizado jornadas ambientales para dar énfasis a esta nueva tendencia. En la ciudad de Guayaquil no existen negocios que comercialicen, en su totalidad, adornos para el hogar hechos de materiales reciclados, por lo que es la opción factible para implementarlo, apoyando la economía familiar y protegiendo el medio ambiente.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

Detalles Verdes es una empresa que consiste en recuperar residuos, generalmente desperdiciados y enviados a vertederos-rellenos sanitarios, aprovechando estos recursos y transformándolos en adornos para el hogar. Algunos de estos materiales son plástico, papel, botellas, lata, cartón, vidrio, sobrantes de tela, entre otros desechos post-consumo. Reduciendo, reutilizando y reciclando se crean nuevos diseños decorativos para el hogar de una manera

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

sana, divertida, innovadora, y enfocada en satisfacer las necesidades de las reinas del hogar.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

Detalles Verdes es una empresa dedicada a la producción y comercialización de adornos decorativos para el hogar, fabricados a partir de materiales reciclados aplicando la teoría de las 3R’s, donde se muestra, una vez más, que el reciclaje despierta el talento y la innovación constante. Los adornos son accesorios que complementan una envidiable decoración en el hogar, es por esto, que el negocio se enfoca en brindar a sus clientes desde recipientes para colocar cereales hasta floreros, lámparas, centros de mesa, y maseteros. Estos accesorios se encuentran divididos por 5 líneas de productos dependiendo de cuál es su ambiente de uso para el hogar es decir en: sala-comedor, cocina, habitaciones, baño y jardín.

Tabla 2. Portafolio de productos

Sala-Comedor	Cocina	Habitaciones	Baño	Jardín
Mix Natural	Frutero	Lamplastik	Florpetta de Rosas	Florero de Bombillas
Luz Oculta	Alcancía de fundas	Kjita disket	Cesto de Lazos	Florlatas
Florero Alegría	Panadero	Cubreluz	Envases Patch	Mesetero
Bombillas Decorativas	Capas de Alegría	Portable	Cajón de Papeles	
Tubica Vino	Llenitos	Portarretratos	Decoraño	
Set de Corchos	Locura de Cd’s			

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Cada uno de los productos tiene las siguientes características que se detalla a continuación:

Adornos.- Sala-Comedor

Mix Natural



Adorno ideal para colocar en cada cubeta las flores preferidas y poder mezclarla de acorde a los gustos y preferencias.
Material reciclado requerido: cartón de huevos

Luz Oculta

Adorno elegante para iluminar la sala de una manera diferente.
Materiales reciclados requeridos: Vidrio, corcho o trozos de tela



Florero Alegría



Florero multicolor que sirve como centro de mesa para la sala del hogar o el comedor.
Materiales reciclados requeridos: plástico, vidrio, sorbetes o palitos.



Bombillas decorativas

Centro de mesa creativo e innovadora en forma de peras.
Materiales reciclados requeridos: plástico o vidrio, y focos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tubica Vino

Adorno ideal para colocar los vinos del hogar.

Materiales reciclados requeridos: latas



Set de Corchos

Individuales y porta vasos hechos de corcho e hilo, ideal para sorprender a los invitados.

Adornos.- Cocina

Frutero

Ideal para colocar las frutas del hogar.

Materiales reciclados requeridos: plástico y cartón



Alcancía de fundas

Esencial para tener mayor organización y control.

Material reciclado requerido: lata

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Panadero

Envase innovadora para colocar los panes del hogar.

Materiales reciclados requeridos: Papel



Capas de Alegría



Detalle multicolor para alegrar la luz del hogar.

Material reciclado requerido: vidrio

Llenitos

Envase ideal para colocar diferentes cereales o granos.

Materiales reciclados requeridos: vidrio y pedazos de tela



Locura de Cd's

Cortina multicolor para la entrada de la cocina.

Materiales reciclados requeridos: cd's

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Adornos.- Habitaciones

Lamplastik

Lámpara natural y multicolor creada a partir de utilizar variedad de residuos plásticos.



Kjita disket

Innovador detalle para colocar lápices, plumas, borradores, entre otros accesorios.

Materiales reciclados requeridos: disquetes

Cubreluz

Adorno para cubrir habitaciones con diferentes diseños.

Material reciclado requerido: lata



Portable

Accesorios esenciales en las habitaciones para colocar bufandas, media, entre otros.

Materiales reciclados requeridos: latas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Portaretratos



Ideal para colocar fotos de familiares, amigos y conocidos.
Material reciclado requerido: cartón

Adornos.- Baño

Florpeta de Rosas

Florero delicado y suave hecho a base de pétalos de rosas



Cesto de Lazos

Accesorio para colocar ropa.

Material reciclado requerido: diversidad de papeles

Envases Patch

Útil para decorar el baño con fragancias, jabones entre otros.

Materiales reciclados requeridos: envases plásticos



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Cajón de Papeles

Cajón decorativo para colocar revistas y periódicos en el baño.

Material reciclado requerido: diversidad de plásticos

Decoraño

Ideal para decoración del baño

Materiales reciclados requeridos: Vidrio y papel



Adornos Jardín



Florero de bombillas

Forma original de cuidar las flores del hogar

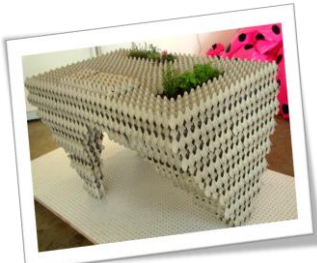
Materiales reciclados requeridos: bombillas de foco

Florlatas

Florero hecho a base de latas decorado en tela.



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Mesetero

Masetero hecho en forma de mesa a base de cartón donde se puede colocar plantas y flores.

Detalles Verdes contará con una bodega de producción y tienda donde se realizará la parte operativa, elaboración y comercialización de los productos. El horario de atención es de miércoles-viernes de 10:00 am-19:00 pm, mientras que los sábados y domingo de 11:00am -20:00 pm. En este horario está considerado una hora de almuerzo para los trabajadores.

Los adornos pueden ser comprados tanto en la tienda del local con el inventario en mostrador o pueden realizarse bajo pedido, máximo con siete días hábiles de anticipo, vía telefónica o a través de la página web del negocio. En caso de que los clientes no puedan pasar a retirar su pedido, éste puede ser enviado con servicio a domicilio sólo para los sectores cercanos, es decir Urdesa, Carlos Julio Arosemena y Miraflores. Para este servicio se utilizará bicicleta como medio de transporte, demostrando, una vez más, el aprovechamiento de todos los recursos en pro al medio ambiente.

Otros atributos del negocio son puntualidad a la hora de entrega de los pedidos, innovación constante y bajo costo. Las industrias de plástico, cartón, papel, publicidad son los proveedores de la materia prima con la que se elaborarán los nuevos productos; relación personal con los clientes y responsabilidad social con nuestro ambiente.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión:

Experimentar una nueva forma de producir adornos para la decoración del hogar reutilizando residuos, ahorrando recursos y alegrando al medio ambiente en la ciudad de Guayaquil, enfocado principalmente en las reinas del hogar.

Visión:

Líder en el mercado de adorno decorativos hechos de materiales reciclados para el hogar en la ciudad de Guayaquil y en todo el Ecuador por el éxito en diversidad, innovación y facilidad de pago.

Valores:

- Cliente primero.- observar y analizar necesidades requeridas y aplicarlas a la idea del negocio, ofreciendo buen servicio y seguridad en los productos disponibles.
- Ahorro de recursos.- aplicar teoría de las 3R's en todos los procedimientos de la empresa.
- Compromiso.- con la empresa y los clientes en cualquier actividad a ejecutarse.
- Investigación y Desarrollo.- brindar al cliente las últimas tendencias en la decoración del hogar, innovando y creando adornos únicos y con valor agregado.
- Trabajo en equipo.- distribución de tareas laborales, soporte y ayuda a compañeros para en equipo resolver problemas diarios y lograr cumplir los objetivos de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Ser reconocido y posicionarse en la ciudad de Guayaquil por producir adornos hechos de materiales reciclados con los más altos estándares de calidad aplicando la teoría de las 3 R's.

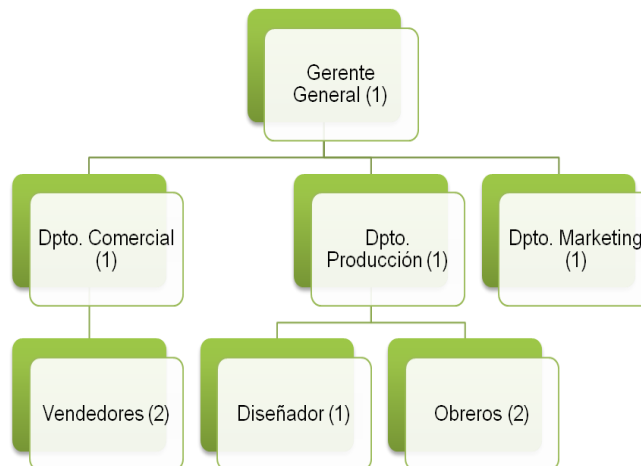
2.3.2. Objetivos Específicos

- Aumentar por lo menos un 8% las ventas anualmente.
- Crear trimestralmente, aproximadamente, entre dos a cinco nuevos diseños.
- Obtener en el segundo año un margen neto superior al 12%.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 4: Organigrama Detalles Verdes



Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Gerente General.- Encargado de administrar todas las tareas de la empresa y velar por el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 3: Perfil por Competencias Gerente General

Personal	Académico	Experiencia
Género indistinto, mayor a 24 años de edad	Título de tercer o cuarto nivel. 95% inglés y otros idiomas Alta comunicación Trabajo en equipo Empatía Planificación Organización	Experiencia laboral de 2 años

Elaborado por: La Autora

Gerente Comercial.- Responsable de negociar con los proveedores y supervisar el trabajo de los vendedores.

Tabla 4: Perfil por Competencias Gerente Comercial

Personal	Académico	Profesional
Género indistinto, mayor a 24 años de edad	Título de tercer nivel. 90% inglés y otros idiomas Alta comunicación Trabajo en equipo Buena comunicación Poder de Negociación Técnicas de Ventas	Experiencia laboral de 2 años

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Vendedor.- Responsable de la comercialización y venta de los adornos, atención al cliente y entrega a domicilio de productos.

Tabla 5: Perfil por Competencias Vendedores

Personal	Académico	Profesional
Género indistinto, mayor a 22 años	Egresado o cursando los últimos años de carreras afines. Conocimientos en programas office, idiomas y técnicas de venta	Experiencia mínima de seis meses

Elaborado por: La Autora

Gerente de Producción.-Responsable del control de calidad en el proceso productivo. Encargado de administrar y guiar el desempeño de su departamento.

Tabla 6: Perfil por Competencias Gerente de Producción

Personal	Académico	Profesional
Género indistinto, mayor a 22 años	Título de tercer o cuarto nivel. 90% inglés Manejo control de inventario Manejo de conflictos Trabajo en equipos Creador de diseños innovadores	Experiencia laboral de 2 años.

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Diseñador.- Responsable de crear adornos para el hogar, innovadores y originales a través de mezclar diversos materiales reciclados.

Tabla 7: Perfil por Competencias Diseñador

Personal	Académico	Profesional
Género indistinto, mayor a 22 años	Egresado o cursando carreras afines. Creatividad e innovación 100% Trabajo en equipo Organización Excelente comunicación	Experiencia de 2 años

Elaborado por: La Autora

Obrero.- Responsable de elaborar adornos de acuerdo a las órdenes recibidas por el gerente del departamento y el diseñador. Además de la recepción, limpieza y almacenamiento de la materia prima.

Tabla 8: Perfil por Competencias Obreros

Personal	Académico	Profesional
Género indistinto, mayor a 20 años	Cursando últimos años de carreras a fines con el diseño. Compromiso Responsabilidad	Sin experiencia

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Gerente de Marketing.- Responsable de elaborar y ejecutar el plan de marketing para el posicionamiento de la empresa en el mercado guayaquileño.

Tabla 9: Perfil por Competencias Gerente de Marketing

	Académico	Profesional
Personal		
Género indistinto, mayor a 24 años	Título de tercer nivel. Técnicas de publicidad. Amplio conocimiento en la rama Facilidad de palabras	Experiencia laboral de 2 años.

Elaborado por: La Autora

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

Cargo: Gerente General

Nivel: Superior

Interacciones: Gerente Comercial, Producción y Marketing.

Responsabilidades:

- Administrar y controlar el bienestar de la empresa.
- Diseñar las políticas administrativas, operativas y financieras.
- Evaluar y analizar la contabilidad y los estados financieros.
- Planeación estratégica y organización.
- Medición de las labores de los trabajadores.
- Atender los requerimientos legales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Cargo: Gerente Comercial

Nivel: Medio

Interacciones: Todos los departamentos

Responsabilidades:

- Poder negociador con los proveedores.
- Supervisar el trabajo de los vendedores.
- Planeación y organización de compras a proveedores.
- Control de suministros de oficina.
- Coordinar logística de limpieza y alimentación.

Cargo: Vendedores

Nivel: Operativo

Interacciones: Gerente Comercial, Producción y obreros

Responsabilidades:

- Atención al cliente.
- Control de la caja registradora del negocio.
- Entrega de pedidos a domicilio.
- Conocimiento de los componentes y todas las características de los adornos.

Cargo: Gerente de Producción

Nivel: Medio

Interacciones: Todos los departamentos

Responsabilidades:

- Diseño de adornos
- Coordinar recepción y almacenamiento de la materia prima
- Control de inventario
- Capacitar a obreros de los diseños a realizar
- Investigación y desarrollo constante

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Verificar calidad en los productos antes de la entrega final a los clientes.

Cargo: Diseñador

Nivel: Operativo

Interacciones: Gerente de Producción y Obreros

Responsabilidades:

- Analizar materiales en stock para diseñar nuevos adornos
- Innovación constante
- Diseñar y elaborar el proceso a seguir para creación de productos

Cargo: Obreros

Nivel: Operativo

Interacciones: Gerente de Producción, diseñador vendedores

Responsabilidades:

- Organización, recepción, almacenamiento y limpieza de la materia prima
- Elaboración de los adornos

Cargo: Gerente de Marketing

Nivel: Medio

Interacciones: Todos los departamentos

Responsabilidades:

- Elaborar presupuesto de marketing
- Creación de página web y actualización de la misma
- Investigaciones de mercado
- Diseñar campañas de marketing

Todos los colaboradores cuentan con afiliación al Instituto de Seguridad Social (IESS), décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva y utilidades

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

Detalles Verdes, nombre comercial, surgió por el documental “Garbage Warrior” del Arquitecto estadounidense Michael Reynolds, quien es el creador de casas hechas a base de botellas plásticas (Hodge, 2007). Además de programas en la televisión internacional, donde se demuestra la variedad de diseños que se pueden ejecutar con materiales reciclados. El nombre fue seleccionado, dado que los adornos son un pequeño detalle amigable para resaltar la belleza del hogar de cada uno de los clientes. Además, por el procedimiento diario del negocio que es reducir, reciclar y reutilizar los productos desechados.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa se constituirá como compañía anónima, la cual se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, comercio, y a todas las leyes vigentes del Ecuador. La misma será administrada por el Gerente General, el cual será seleccionado cada 5 años por la Junta General de Accionistas. En caso de ausencia o enfermedad del representante legal, podrá remplazarlo uno de los ejecutivos designados.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la compañía es de \$800, donde cada una tiene el valor de \$1, las acciones serán enumeradas del 001 a 800 inclusive. La empresa tiene dos accionistas, por lo que el capital se encuentra dividido de la siguiente manera:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 5: Capital Social



Elaborado por: La Autora

Los títulos sólo llevarán la firma del representante legal y pueden emitirse por una o varias acciones. Sólo se considerará como dueño de las mismas al nombre que aparezca en el libro de accionistas de la empresa y de igual forma deberá anotarse las transferencias de dominio y demás modificaciones que puedan ocurrir. En caso de existir pérdida o extravío del título se debe enviar una carta dirigida al representante legal, donde se exprese lo suscitado y se analizará cada caso en la Junta de Accionistas en sesión extra ordinaria. El objeto social de la compañía es dedicarse a: producir, comercializar, vender y distribuir adornos para el hogar.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La Junta General de Accionistas estará encargada de elegir al representante legal y el período de tiempo que ejercerá el cargo. Todos los accionistas tienen el derecho y voto de asistir a la convocatoria tanto a las sesiones ordinarias como a las extra ordinarias. Las decisiones tomadas serán solamente aprobadas y ejecutadas si el 50% más 1% del capital social se encuentra a favor. Dichas decisiones quedarán registradas en actas junto con la lista de asistencia a las sesiones, si no se encuentra presente el 100% del capital social, la reunión puede quedar anulada. Todas las sesiones que se ejecuten deberán ser notificadas máximo con ocho días de anticipación en uno de los

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

diarios con mayor circulación en la ciudad de Guayaquil, donde constará la información de los temas a discutir, el lugar, el día y la hora. Las sesiones ordinarias se realizarán, aproximadamente, entre enero-marzo para decidir el destino final de las utilidades una vez haya concluido el ejercicio fiscal de la compañía.

3.1.5. Compañías Extranjeras

El presente literal no aplica en el trabajo de titulación, debido a que *Detalles Verdes* será una empresa constituida bajo las leyes ecuatorianas. En caso que la compañía fuera extranjera se deben cumplir los siguientes requisitos (Ley de Compañías, 1999):

- Comprobar la constitución de la compañía, de acuerdo a las normativas del país donde fue organizada la compañía.
- Comprobar de acuerdo a la ley y a los estatutos establecidos si la compañía puede negociar en el exterior.
- Establecer al menos un representante legal en el país donde se va a crear la compañía.
- Crear capital, destinado a las actividades de la empresa.
- Presentar a la Superintendencia de Compañías todos los documentos mencionados anteriormente y los estatutos, junto con un certificado del Cónsul del Ecuador donde acredite que la organización se encuentra constituida y puede negociar en el exterior.

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores

De acuerdo a la Ley de Mercado de Valores en el artículo 45, para registrar una empresa en la Bolsa de Valores se necesita tener al menos un capital social mínimo de \$788,670 y, al menos, diez miembros que reúnan las condiciones

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

necesarias para actuar como intermediarios en las Casas de Valores. Cumpliéndose esto y simultáneamente con la inscripción en el Registro de Mercado de Valores, la Superintendencia de Compañías aprueba la creación (Bolsa de Valores de Quito, 2006).

En este caso, dado que el capital social es de \$800 no aplica utilizar Bolsa de Valores. Sin embargo, si en un futuro se incrementará el capital a \$787,870 se podría proceder de esta manera.

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

El organigrama se encuentra integrado por el Gerente General, Gerente Comercial con un diseñador y dos vendedores, Gerente de Producción con dos obreros y el Gerente de Marketing. El total de empleados de la compañía son nueve trabajadores, donde constan siete empleados y dos obreros.

El Gerente General está a cargo de administrar la empresa para lograr ganancias considerables al finalizar cada ejercicio fiscal. Entre sus diversas tareas se encuentra el manejo de finanzas y contabilidad. Su sueldo es de \$550. El Departamento Comercial está integrado por el Gerente y dos vendedores que se encargarán de la atención y contacto con los clientes en el local comercial de los adornos. Además, que están encargados de repartirse simultáneamente la entrega de los pedidos a domicilio en bicicleta. Los vendedores tienen un sueldo de \$318 y el Gerente de \$400. El Departamento de Producción contará con un Gerente, un diseñador y dos obreros, quienes son los encargados de reutilizar los materiales reciclados para convertirlos en producto final. El sueldo del Gerente es de \$400,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

cada uno de los obreros \$318 y el del diseñador \$400. El Departamento de Marketing tiene un jefe, el cual está encargado de planificar y diseñar estrategias para entrar en el mercado guayaquileño y comenzar a cambiar el estilo de las personas demostrando la importancia de la tendencia mundial del reciclaje. Su sueldo es de \$400.

Considerar que todos los sueldos son mensuales, pero pagaderos cada quince días. Los trabajadores tienen todos los siguientes beneficios: afiliación del IESS, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, vacaciones, fondos de reserva y utilidades.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

De acuerdo al Mandato Constituyente #8, se prohíbe la tercerización e intermediación laboral, sin embargo se permite realizar contratos con personas naturales o jurídicas para prestación de servicios que no sea parte del proceso habitual. Los requisitos para tener autorización de funcionamiento de actividades complementarias es el siguiente (Procuraduría General del Estado, 2011):

- Certificado de constitución.
- Copia certificada de la escritura o estatutos donde se incluya las actividades complementarias que serán utilizadas en la empresa.
- Copia notariada del RUC.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal.
- Documento de afiliación al IESS.
- Organigrama para garantizar cumplimiento con las obligaciones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Detalles Verdes, no contratará prestación de servicios, dado que es un empresa nueva en el mercado y su nómina de empleados es pequeña en comparación a otras compañías.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

Los trabajadores de la empresa tendrán contrato fijo por escrito durante un año, sin embargo habrá una cláusula, donde se indique que el trabajador entra a prueba por noventa días, cualquiera de las dos partes puede culminar el contrato laboral sin ningún perjuicio ni obligaciones (Procuraduría General del Estado, 2011).

3.2.4. Obligaciones del empleador

De acuerdo al capítulo 4to, artículo 42 del Código del Trabajo y al numeral 15 y 16 sobre las obligaciones del empleador, a continuación se explicará cómo se pondrá en práctica dichos literales en la compañía anónima *Detalles Verdes*:

Numeral 15.- “Atender las reclamaciones de los trabajadores”: Se implementará un buzón de reclamos y sugerencias, donde los trabajadores puedan expresar su inconformidad con situaciones recurrente que se hayan generado, será ubicado a la salida de la oficina del presidente, quien semanalmente revisará e implementará plan de mejoras (Procuraduría General del Estado, 2011).

Numeral 16.- “Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo”:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los trabajadores contarán con un puesto de trabajar donde hayan escritorios y cajones de oficina con llave personal para colocar sus materiales de trabajo (Procuraduría General del Estado, 2011).

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Los trabajadores tienen derecho a recibir remuneraciones del décimo tercer y cuarto sueldo, de acuerdo al Código del Trabajo en los artículos #111 y #113 (Procuraduría General del Estado, 2011).

Tabla 10: Décimo Tercer y Cuarto Sueldo

CANT.	CARGO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO
1	Gerente General	\$ 550,00	\$ 318,00
1	Gerente Comercial	\$ 400,00	\$ 318,00
2	Vendedores	\$ 636,00	\$ 636,00
1	Gerente Producción	\$ 400,00	\$ 318,00
1	Diseñador	\$ 400,00	\$ 318,00
2	Obreros	\$ 636,00	\$ 636,00
1	Gerente Marketing	\$ 400,00	\$ 318,00
9	TOTAL	\$ 3.422,00	\$ 2.862,00

Elaborado por: La Autora

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

Todos los trabajadores tienen derecho de recibir fondos de reserva y vacaciones (Procuraduría General del Estado, 2011).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 11: Fondos de Reserva y Vacaciones

CANT.	CARGO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES
1	Gerente General	\$ 550,00	\$ 275,00
1	Gerente Comercial	\$ 400,00	\$ 200,00
2	Vendedores	\$ 636,00	\$ 318,00
1	Gerente Producción	\$ 400,00	\$ 200,00
1	Diseñador	\$ 400,00	\$ 200,00
2	Obreros	\$ 636,00	\$ 318,00
1	Gerente Marketing	\$ 400,00	\$ 200,00
9	TOTAL	\$ 3.422,00	\$ 1.711,00

Elaborador por: La Autora

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

Detalles Verdes valora el derecho que los empleados puedan establecer asociaciones para la defensa de sus intereses pero por el momento no es aplicable, dado que la plantilla de trabajadores son nueve y se necesita, por lo menos, 30 empleados para que la creación de sindicatos y comité (Procuraduría General del Estado, 2011).

3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El presente literal no aplica, dado que la nómina de empleadores son 9 y se necesita mínimo 25 para cumplir con la normativa vigente en el Código de Trabajo de obligar a la empresa a contratar una persona discapacitada (Procuraduría General del Estado, 2011).

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

La empresa *Detalles Verdes*, revisará para que en cada uno de sus contratos con trabajadores, proveedores o clientes se respete los siguientes principios:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Consensualidad.- consentimiento de ambas partes para celebrar el contrato.
- Autonomía de voluntad.- las partes pueden fijar las condiciones que crean son convenientes y aceptarlas. Voluntariamente acceden a firmar.
- Inalterabilidad.- se debe respetar y cumplir.

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Detalles Verdes ha decidido celebrar un contrato con la empresa guayaquileña *RECUPAC S.A.*, dicha empresa será uno de los proveedores de materiales desechados como plástico, cartón, periódico y revistas, entre otros. La empresa fue seleccionada por su reconocimiento en la ciudad de Guayaquil. Además, que su ubicación es cercana a la del negocio, Mapasingue Este, entonces en el caso que ocurra alguna emergencia, el tiempo de llegada es de aproximadamente 20 minutos. Otra ventaja es el bajo costo de los desechos y el buen estado en que se encuentran.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Dentro del contrato que se realizará con la empresa guayaquileña *RECUPAC S.A.*, tres cláusulas son las más críticas: procedimiento, plazo y confidencialidad.

El procedimiento de ordenar pedidos y recibirlos tiene que ser específico para que no existan malos entendidos entre ambas partes. Por tal motivo en esta cláusula, se detallará desde la fecha en que deben ser entregados los suministros hasta que pasaría si el proveedor no puede cumplir con la entrega. El plazo de vigencia del contrato es primordial para conocer en que fecha se va a coordinar una renovación de contrato o si por otro lado se empezará a cotizar con otros proveedores que ofrezcan los mismos productos. Otro aspecto importante es la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

confidencialidad del proveedor, sin esto no hay confianza ni un buen ambiente laboral. En [Anexo 12.1](#) se encuentra el Contrato de Prestación de Servicios entre *Detalles Verdes* y *RECUPAC S.A.*

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

Cada contrato de trabajo estará sujeto a la cláusula de arbitraje y mediación cómo se lo puede visualizar en la [Cláusula Séptima del Contrato de Prestación de Servicios con la empresa RECUPAC S.A.](#)

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

Detalles Verdes no participará en la contratación pública. Sin embargo, si en un futuro su representante legal lo quisiere, se deberá ingresar al link www.compraspublicas.gob.ec para registrarse como proveedor del estado, además de presentar los siguientes documentos (Instituto Nacional de Compras Públicas, 2008-2013):

- Al registrarse como proveedor se genera un formulario y acuerdo de responsabilidad, ambos deben ser impresos y firmado por el representante legal.
- Copia de cédula y papeleta de votación vigente.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta del último ejercicio económico con su comprobante de pago.
- Certificados de los clientes principales durante los tres últimos años.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

La empresa no elaborará contratos de confidencialidad, no obstante en cada contrato de trabajo se incluirá una cláusula de confidencialidad ([ver contrato con proveedor RECUPAC S.A.](#)), con el fin de que todos los colaboradores mantengan en reserva el conocimiento y procesos aprendidos.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El código de ética de *Detalles Verdes* establece los principales valores y normas que deben cumplir los trabajadores en la organización. En el [Anexo 12.2.](#) se encuentra detallado el código de ética de la empresa (Coulter, 2005).

3.4.2. Indicadores de Gestión

Detalles Verdes utilizará los siguientes indicadores de gestión por cada departamento:

Ilustración 6: Índice de Gestión por departamento



Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El Departamento de Producción espera conseguir lo siguiente: porcentaje de calidad en los productos, la meta es lograr 100% en la calidad de los mismos y obtener productos sin defectos y sin quejas. Porcentaje de cumplimiento en entrega de productos a los clientes, se debe llegar todos los días al 100%, no se debe tener clientes insatisfechos, dado que esto proyecta una mala imagen para la empresa. Productividad en las unidades, medir cuántas unidades por hora puede realizar cada trabajador.

Para el Departamento Comercial se estima lograr 100% en el conocimiento del producto por parte de los vendedores, así como imagen de la compañía frente a los clientes. En la eficacia se medirá la relación entre el cumplimiento del vendedor contra la cantidad de ventas programadas semanalmente y en la fidelidad de los clientes. Por otro lado, la productividad de cada vendedor permite verificar cuántas ventas han sido ejecutadas por hora de atención en la tienda.

El Departamento de Marketing debe trabajar para conseguir que 100 personas semanalmente visiten la tienda, esto sirve para identificar acciones que deban ser implementadas para aumentar el flujo de entrada de los clientes y, simultáneamente, para identificar si las actividades gestionadas por este departamento han logrado un buen posicionamiento para el reconocimiento de la marca. Y finalmente, llegar a obtener 700 seguidores en el primer año operativo de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Todos estos indicadores serán verificados por el Gerente de Producción, Comercial, y Marketing, quienes deben capacitar y obtener estos resultados con su equipo de trabajo para el bienestar de la compañía. Caso contrario, se deberá informar inmediatamente a gerencia para tomar decisiones pertinentes.

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Los colaboradores de la empresa recibirán su salario cada quince días por su jornada laboral de miércoles a domingo. A continuación se detalla los beneficios sociales:

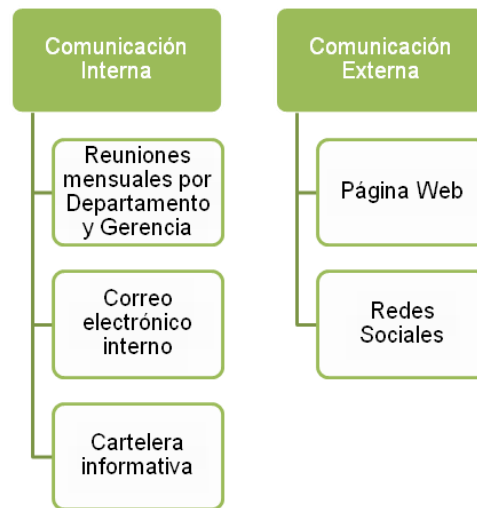
- Décimo tercer sueldo
- Décimo cuarto sueldo
- Vacaciones
- Fondos de reserva
- Aporte patronal
- Utilidades

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Detalles Verdes establecerá políticas de comunicación interna y externa, dado que es indispensable para toda organización tener información certera y veraz para evitar malos entendidos y comentarios en el ambiente laboral y con los clientes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 7: Políticas de Comunicación



Elaborado por: La Autora

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

Detalles Verdes registrará su nombre comercial y logotipo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de acuerdo a la normativa ecuatoriana (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2013).

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

Los productos de la empresa son realizados a base de manualidades que se pueden crear a partir de materiales reciclados, por tal motivo no serán patentados, dado que para proceder de esta manera en el proceso productivo se deberá cumplir con tres requisitos: novedoso, nivel inventivo y aplicación, de acuerdo a lo indicado por Ketty Véliz, directora de Patentes del IEPI (Enríquez, 2012).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.5.3. Derecho de Autor del trabajo de titulación

El presente trabajo de titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa de adornos hechos de materiales reciclado, R3, en la ciudad de Guayaquil”, será registrado en el IEPI.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

De acuerdo a lo indicado en el [literal 3.5.2](#), *Detalles Verdes* no patentará ninguno de sus adornos.

3.6. Seguros

3.6.1. Incendio

En caso de que llegase a ocurrir algún incendio, *Detalles Verdes* mantendrá una póliza anual para cubrir todos sus bienes muebles e inmuebles que puedan verse afectados con este siniestro.

3.6.2. Robo

Se contratará una póliza anual por robo donde se aseguran todo los bienes que puedan ser afectados ya sea por robo o por asalto.

3.6.3. Fidelidad

Detalles Verdes no contratará póliza de fidelidad para cubrir cualquier pérdida económica o de bienes que puedan ejecutar sus trabajadores con sus actos dolosos, dado que es una empresa que recién está empezando.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

La empresa no utilizará el seguro de uso de anticipo y cumplimiento de contrato, dado que por la naturaleza del negocio no es necesario adquirirla.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

Detalles Verdes no contratará póliza de maquinarias y equipos, dado que es una empresa que está empezando sus operaciones.

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

Detalles Verdes no contratará póliza de materia prima y mercadería, dado que son productos hechos de material reciclado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ”

3.7. Presupuesto

A continuación se encuentra las previsiones mensuales para cubrir los beneficios sociales de los empleados.

Tabla 12: Previsiones mensuales

CANT.	CARGO	SUELDO UNITARIO	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE PERSONAL	SUBTOTAL	TOTAL
1	Gerente General	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 26,50	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 61,33	\$ 51,43	\$ 752,41	\$ 752,41
1	Gerente Comercial	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
2	Vendedores	\$ 318,00	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	\$ 35,46	\$ 29,73	\$ 446,21	\$ 892,41
1	Gerente Producción	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
1	Diseñador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
2	Obreros	\$ 318,00	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	\$ 35,46	\$ 29,73	\$ 446,21	\$ 892,41
1	Gerente Marketing	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 37,40	\$ 554,43	\$ 554,43
9	TOTAL MES	\$ 2.786,00	\$ 232,17	\$ 185,50	\$ 232,17	\$ 116,08	\$ 310,64	\$ 260,49	\$ 3.862,56	\$ 4.754,97

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Entorno Político

El MAE tiene como política lograr aplicar la teoría de las 3 R's en muchas actividades industriales, con el fin de reducir la contaminación ambiental en el país. El Ministerio ha desarrollado como incentivo a las empresas un certificado denominado “Punto Verde”, donde se reconoce sus gestiones ambientales y se busca impulsar la producción limpia, apoyados por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana (OAE) (Ministerio del Ambiente, 2012) (Radio Sucre, 2012).

Un plan de mejora que ha desarrollado el MAE es invertir 22 millones en el Programa Socio Bosque, el cual busca conservar los ecosistemas del país. Actualmente, se ha recuperado un millón ciento dieciséis mil hectáreas de bosques y parramos nativos (Sistema de Administración Forestal, 2012). Otra estrategia, son los Indicadores Ambientales Nacionales, los cuales miden los cambios que ocasionan los fenómenos en un período determinado y su evolución. Los factores que se consideran son: atmósfera y clima, tierra y suelos, ecosistemas, cobertura vegetal y recursos biológicos, recursos marinos y costeros. Estos indicadores utilizan un modelo denominado PER que es equivalente a “presión, estado y respuesta”, los cuales se basan en la causa y el efecto de los acontecimientos (Servicio Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009-2013).

En el Registro Oficial #608 del 30 de diciembre 2011, entró en vigencia en Ecuador la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Recursos del Estado conocido como impuestos verdes, donde se establece un impuesto redimible de dos centavos por botellas plásticas no retornable (Decreto Ejecutivo 987, 2011).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La Junta Bancaria de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador en la resolución JB-2012-2225 prohíbe la emisión de tarjetas de crédito por establecimientos comerciales. Los únicos autorizados para emitir tarjetas son las instituciones financieras (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, 2012).

Entorno Económico

A continuación se evaluará la situación económica en la que se encuentra el país en diferentes variables como el Producto Interno Bruto (PIB), inflación y tasa de interés, las cuales inciden en el crecimiento del país.

➤ PIB

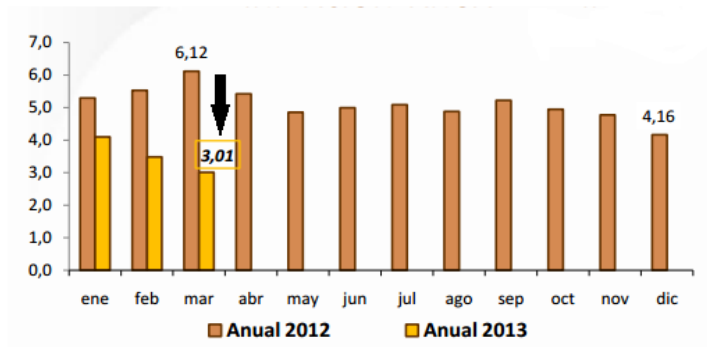
En el 2011 el crecimiento anual del PIB fue de 7,98% mayor al del 2012 que fue 5,01%. Sin embargo, en millones de dólares el PIB 2011 fue menor a \$61,121 a diferencia del 2012 que fue de \$64,186. El PIB per capita se incrementó de \$4,004 en el período 2011 a \$ 4,135 en el 2012. Los sectores que mejor desempeño tuvieron y aportaron al PIB 2012 son administración pública 5,2%, construcción 2,7%, explotación de minas y cantera 2,3%, agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca 0,4%, industria manufacturera 0,4%, comercio 0,6% y otros servicios 1,1% (Banco Central de Ecuador, 2011).

➤ Inflación

La inflación anual del precio al consumidor (IPC) en el mes de marzo 2013 fue de 3,01% siendo aproximadamente la mitad del año 2012, que fue 6,12%. La división de muebles, artículos para el hogar y conservación aportó con el 3,23% de la inflación. (Banco Central del Ecuador, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 8: Inflación Marzo 2012-2013

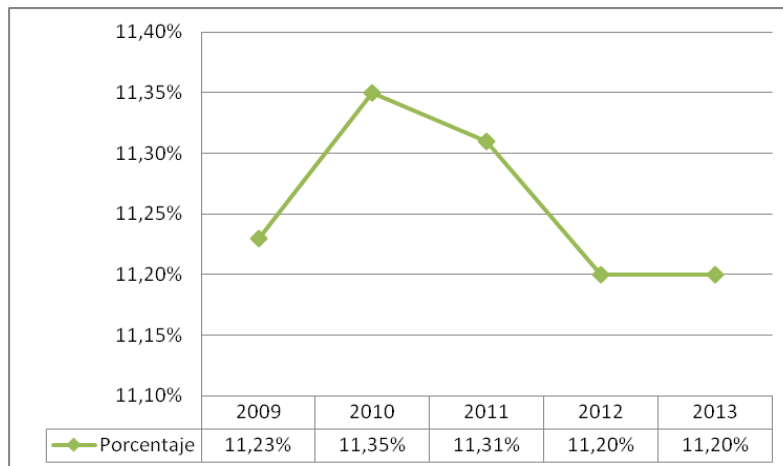


Fuente: Banco Central del Ecuador

➤ **Tasa de interés**

En el periodo comprendido de marzo 2012 a marzo 2013, el BCE reportó que la tasa de interés activa para Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas se ha mantenido en 11,20% (Banco Central del Ecuador, 2013). A continuación se demuestra la variación desde marzo 2009 a marzo 2013.

Ilustración 9: Variación en tasa de interés 2012-2013



Elaborado por: La Autora

Fuente: Banco Central del Ecuador

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Un dato importante a ser considerado es que de acuerdo a las declaraciones del Presidente del BCE, se estima que el crecimiento económico del país, en el transcurso del 2013, sea superior al 4% (Banco Central del Ecuador, 2013).

Entorno Social

A partir del 2010 el reciclaje se convirtió en un boom alrededor del mundo, tanto para el mercado como en la cultura en general; debido a los graves problemas de contaminación que estaban generando las industrias, fue necesario comenzar a crear productos que sean amigables con el medio ambiente. Muchas compañías han adoptado el “Think Green o Piensa Verde” en sus negocios siguiendo esta tendencia como un nuevo estilo de vida (Entrepreneur Magazine, 2012).

La tendencia del reciclaje de desechos, también se difunde a diseñadores de moda y fabricantes que toman estos productos como materia prima para reutilizarlos y evitar que vayan a los rellenos sanitarios. Sarah Turne, diseñadora británica de muebles, convirtió botellas en una gama de productos de iluminación, los cuales fueron presentados en London Fashion Week, Milan Design Week y el Ideal Home Show (Tetra Laval Group, 2011).

En la urbe porteña, el 93,2% de los habitantes desechan los residuos en botaderos públicos, aumentando la contaminación ambiental. Sólo el 13,5% reciclan papel, 24,6% plásticos y 4,7% productos orgánicos, mientras que el 29,6% de los ciudadanos utiliza productos reciclados (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Entorno Tecnológico

En Ecuador el 24,7% de los hogares tiene computadora de escritorio y el 9,8% equipos portátiles, de acuerdo al censo del 2010. En el año 2011 se registró que el 31,4% de la población utiliza internet como medio de comunicación, entre los cuáles las mujeres utilizan el 30.8%. Los rangos de edades que más utilizan de internet son entre 16 a 24 años, el 59.4%; entre 25 a 34 años, el 39,6%; de 35 a 44 años el 24,5%; y de 45 a 54 años el 19.9% (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2011).

4.2. Macro, Meso y Micro

La ciudad de Guayaquil es el entorno macro del presente trabajo de titulación. Sus habitantes proyectados para el 2014 son 4'024,929, siendo esta la ciudad más poblada en el Ecuador (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011). Guayaquil, es el puerto principal y centro económico más importante del país, donde hay alta demanda en los diversos sectores comerciales, convirtiéndose en influencia a nivel regional en el aspecto financiero, político, cultural, económico, social y ambiental. Es la ciudad que genera mayores ingresos en todo el país. La regeneración urbana que han tenido varios sectores, la ha convertido, aún más, como centro turístico y reconocido por su comercio.

El entorno meso, en que se encuentra la empresa es la industria manufacturera de productos para el hogar. A partir de los desechos que generan la industria de plásticos y derivados, cartón y papel, madera y corchos e inclusive publicidad, se aprovechará estos recursos para la creación de adornos para el hogar hechos de material reciclado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Y finalmente, el entorno micro que está compuesto por las empresas que comercializan productos para el hogar. Por ejemplo, negocios pequeños que se ubican en el centro de la ciudad y en la denominada “bahía”, donde el precio de los mismos no son elevados en comparación con el de tiendas exclusivas, como DePrati y Casa Tosi, cuyos precios son altos pero el giro del negocio es el crédito que le ofrecen a sus clientes. Pycca es una de las compañías que se encuentra con precios intermedios que son accesibles para clase baja y media inclusive.

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

La industria manufacturera es uno de los principales sectores que genera oportunidades de trabajo en la ciudad, hasta el mes de abril 2013, ha empleado 589,794 trabajadores con un crecimiento de 2,46% en relación al 2012 (Diario Hoy, 2013). El 5,9% de los gastos del hogar son utilizados para muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar. En dólares, este gasto corriente es de \$142,065,518 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012). De acuerdo a la encuesta de Manufactura y Minería del INEC 2010, las ventas de la industria son de \$182,994,073 , con un crecimiento anual del 9,3% como lo mencionó la Ministra de Industrias, Verónica Sión (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013).

El reciclaje, hoy en día, es una llamativa alternativa de negocio frente a los altos gastos de materia prima, como ejemplo de esto, mundialmente en el 2010 se invirtió aproximadamente 105 mil millones de dólares en residuos para convertirlos en materia prima. Los principales países importadores de esto fueron Alemania, Bélgica, China, Estados Unidos y los Países Bajos. Por su lado, Ecuador en los diez últimos años ha exportado más de 747 mil toneladas de residuos plásticos,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

vidrio, cartón, papel y metal e importó más de 306 mil toneladas de desperdicios (Revista Vistazo, 2011).

Verónica Villacís, especialista del Ministerio de Industrias y Productividad, indicó que el objetivo es llegar a industrializar los materiales desechados con el fin de eliminar las importaciones de materia prima y aprovechar estos recursos localmente (Revista Vistazo, 2011).

De acuerdo al reporte histórico de Gastos de Consumo Final de Hogares del BCE, desde octubre a diciembre existe mayor incremento y rotación en compra de productos para el hogar. En el período octubre-diciembre 2011-2012, el crecimiento fue de 6,60%, a pesar que a partir del mes de julio se eliminaron las tarjetas de crédito en las casas comerciales (Diario El Comercio, 2012).

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

Los productos para el hogar se encuentran en su etapa de madurez, muchas marcas son reconocidas por su trayectoria, imagen y beneficios. Sin embargo, es aquí donde se necesita empezar a innovar en los productos que se comercialicen para aumentar participación en el mercado. Por tal motivo el valor agregado de *Detalles Verdes* es que sus productos, a diferencia de los tradicionales, son hechos de material reciclado, aplicando la nueva tendencia mundial, la cual se encuentra en introducción en el Ecuador.

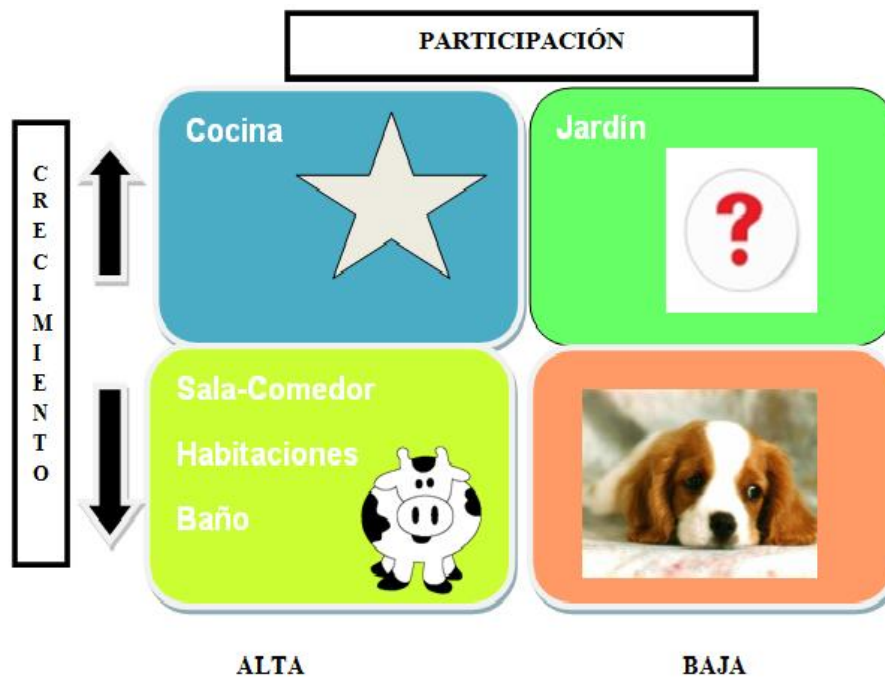
Actualmente el MAE y el Ministerio de Industria y Productividad, apoyan todo lo relacionado a tener una producción limpia y ahorrar recursos para lograr un país sano que protege al medio ambiente (Ministerio del Ambiente, 2012).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.5. Matriz BCG

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas desarrolladas en la investigación de mercado en el [4.11.2.5](#), se observó que los adornos que pertenecen a las categorías de sala-comedor, habitaciones y baño se venden por sí solos. Mientras tanto los adornos de la cocina son productos que se encuentran en crecimiento y ya son reconocidos para la industria. Con respecto a la sección de jardín, es una interrogante ya que será nueva en este mercado, dado que las mujeres les gustan arreglar este lugar de su hogar.

Ilustración 10: Matriz Boston Consulting Group



Elaborado por: La Autora

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

En la ciudad de Guayaquil, no existen adornos decorativos para el hogar hechos en su totalidad a base de materiales reciclados. Por tal motivo, los adornos reciclados se encuentran en la fase de introducción. En esta etapa se realizará el lanzamiento al mercado para conocer el impacto que este genere a los clientes (Soriano, 1990).

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Amenaza de nuevos entrantes al sector

Las barreras de entrada para nuevos competidores es media, dado que para la implementación de este negocio no se necesita invertir grandes cantidades de dinero en activos ni en la producción, logrando que el rendimiento sobre el capital invertido sea mayor que su costo. Otros factores son el know how de la utilización de materiales reciclados, no se permite la emisión de tarjetas comerciales, producción limpia para obtener el apoyo del MAE otorgando certificado por Punto Verde.

Amenaza de posibles productos sustitutos

Los productos sustitutos son los adornos hechos de materia prima tradicional, cuadros decorativos y muebles.

Poder de negociación con los proveedores

En el mercado hay diversidad de proveedores que compran y venden materiales reciclados. Lo mismo sucede con los materiales decorativos para los adornos como es el caso de telas y pinturas. Un factor importante es que uno de los proveedores exclusivos son los mismos clientes, a quienes se les comprará

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

sus materiales reciclados con el fin de tener materia prima disponible y de ayudarlos a concientizar el cuidado por el medio ambiente, como responsabilidad social.

Poder de negociación con lo clientes

El poder de negociación con los clientes es bajo, debido a que es una nueva forma de comprar adornos para el hogar. Las características son la fabricación de un nuevo producto a partir de materiales reciclados que le dan el toque diferenciador con diseños innovadores y variados de alta calidad, a precios bajos en relación a la competencia que vende adornos de manera tradicional. Los clientes son lo esencial para la empresa, por tal motivo se invertirá por lo menos tres veces al año en Investigación y Desarrollo para lograr los mejores diseños, calidad, y presentación en los adornos.

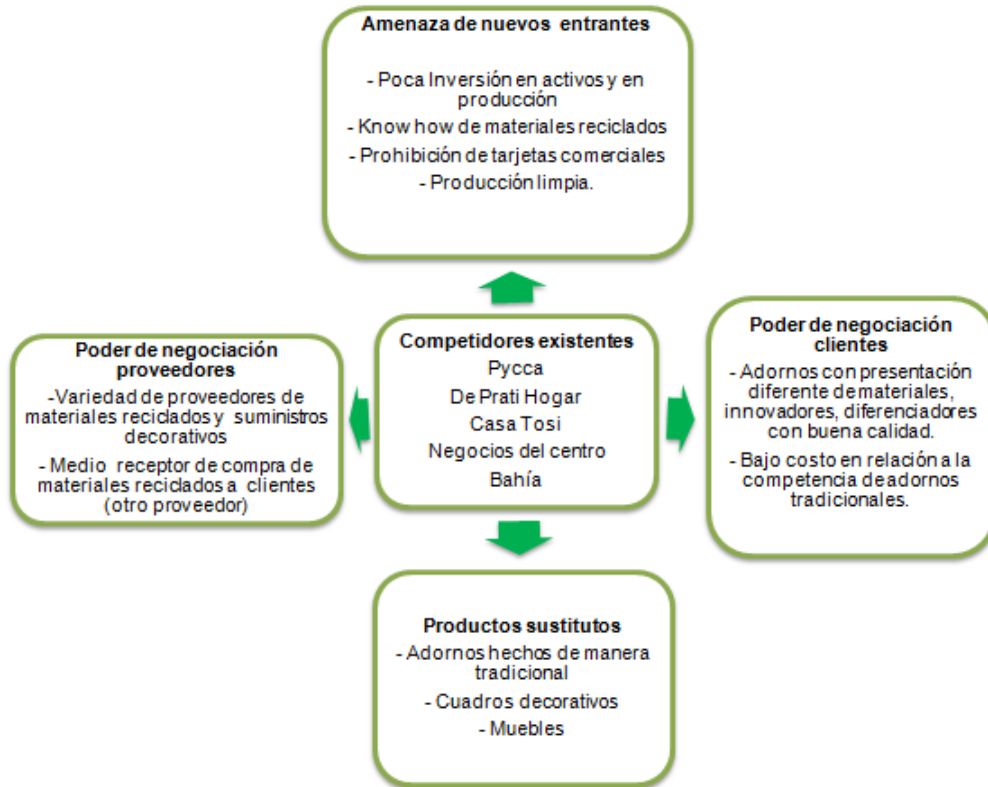
Rivalidad entre competidores existentes

Actualmente en el mercado hay compañías como De Prati Hogar, Pycca, Casa Tosi, pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el centro de la ciudad que venden adornos tradicionales para el hogar que se enfocan en diversas clases sociales. Sin embargo, en su mayoría los costos son altos y los productos no tienen un valor agregado como *Detalles Verdes* lo implementará.

Finalmente la industria de adornos para el hogar, es atractiva dependiendo del valor agregado que se le ofrece al cliente, quien siempre busca la innovación y tendencia.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 11: Análisis de las cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: La Autora

4.8. Análisis de la Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

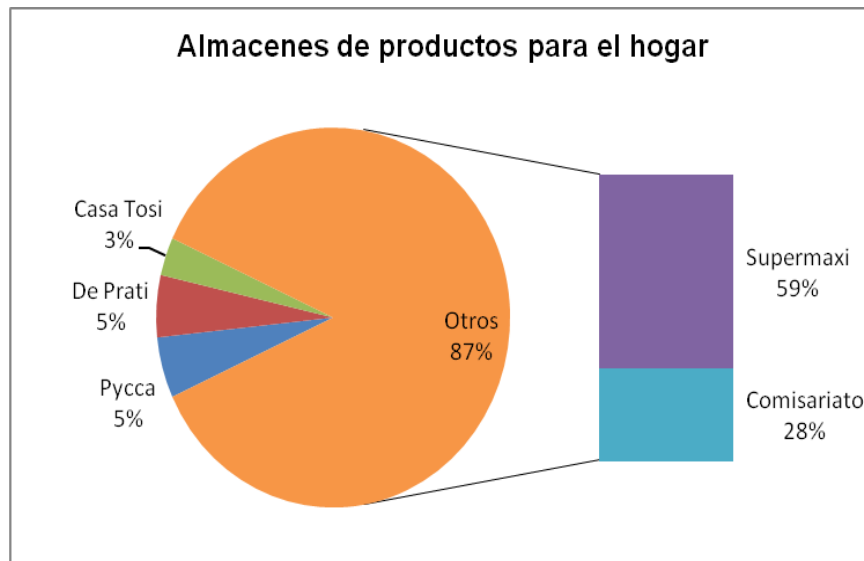
Detalles Verdes tiene las siguientes competencias (Soriano, 1990):

- Directa: Pycca, negocios pequeños en el centro de la ciudad y la denominada “bahía” que venden, a precios accesibles, adornos hechos de manera tradicional para el hogar. Tiendas con mayor reconocimiento como De Prati Hogar y Casa Tosi.
- Indirecta: Todo tipo de muebles, cuadros, empresas de pintura porque son parte esencial de la decoración del hogar.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

De acuerdo a los datos estadísticos de las ventas efectuadas en el año 2011, realizado por el Servicio de Rentas Internas (SRI), la participación del mercado de los almacenes que venden productos para el hogar, es el siguiente (Servicio de Rentas Internas, 2010):

Ilustración 12: Market Share industria del hogar



Fuente: Servicio de Rentas Internas

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

A continuación se detalla las características principales de los competidores que producen adornos para el hogar de manera tradicional:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 13: Análisis de Competidores

Competidores	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Categorías Principales	Rango de Precios
Negocios en el Centro	Medio	1-10 años	Centro de Guayaquil	Hogar	\$10-\$25
Bahía	Alto	1-5 años	Malecón Bolívar hasta Capitán Nájera	Simón hasta Hogar	\$10-\$25
De Prati Hogar	Medio	10 años	Centros Comerciales	Hogar	\$10-\$56
Casa Tosi	Medio	95 años	Centros Comerciales	Hogar y ropa	\$10-\$56
Pycca	Alto	53 años	Centros Comerciales	Hogar y juguetes	\$10-\$40

Elaborado por: La Autora

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

De Prati y Casa Tosi son almacenes reconocidos en el mercado, su éxito en el negocio se encuentra en la facilidad de crédito que se le brinda al cliente. El valor agregado de Casa Tosi es la limpieza y el servicio al cliente que se ofrece. Pycca y negocios pequeños del centro- Bahía se enfocan en un bajo costo. Además que sus ganancias son mayores cuando venden al por mayor. *Detalles Verdes* aplicará estos procesos en su operación diaria para brindar un servicio garantizado y de acuerdo a los requerimientos de los consumidores (Ludevid & Ollé, 1994).

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

La segmentación del mercado para la industria de productos para el hogar se encuentra enfocada en mujeres de la ciudad de Guayaquil, quienes busquen constantemente nuevos diseños y tendencias para decorar su hogar protegiendo el medio ambiente.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

Los criterios para segmentar el mercado de *Detalles Verdes* son los siguientes:

- Ubicación Geográfica.-ciudad de Guayaquil.
- Edad.- entre 18 y 55 años.
- Género.- femenino.
- Clase social.- media alta.
- Ingresos.- mayor a \$350 mensuales.
- Estilo de vida.- compras para la decoración del hogar.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

El segmento seleccionado por *Detalles Verdes* son mujeres que viven en la ciudad de Guayaquil, cuya edad fluctúe entre 18 y 55 años de edad, que su clase socioeconómico sea medio-alto, sus ingresos preferiblemente deben ser mayor a \$350 mensual, y que les agrade comprar todo tipo de adornos para decorar su hogar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Dado que *Detalles Verdes* iniciará sus operaciones en el 2014, se ha desarrollado los siguientes cálculos basados en proyecciones poblacional del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011).

Tabla 14: Segmentación de Mercado

Proyección Poblacional Ecuador	16'027,466
Proyección Poblacional Guayaquil	4'024,929
Proyección Poblacional Mujeres	2'020,003
Proyección Mujeres entre 18 y 55 años	1'054,859
Proyección de Mujeres de Clase Media-Alta (18-55 años) 11.20%	118,144

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

4.9.1.3. Perfiles de los Segmento

Detalles Verdes tiene dos perfiles de segmento, los cuales se detalla a continuación:

- “Living the experience”.- a los clientes más que adornos para el hogar se les ofrece un servicio completo y personalizado que los que existen actualmente.
- “Boca-Oreja”.- es la técnica que se utilizará para fidelizar clientes y que ellos hagan marketing de la empresa a través de su experiencia como compradores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.10. Matriz FODA

Tabla 15: Matriz FODA

	<p align="center"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bajo costo de materia prima ➤ Variedad de diseños ➤ Protección al medio ambiente ➤ Diversidad de Proveedores ➤ Entrega a domicilio ➤ Precio competitivo 	<p align="center"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca experiencia ➤ La empresa no esta posicionada en el mercado
<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Reconocimientos y certificaciones del ministerio del ambiente. ➤ Tendencia mundial ➤ Respaldo de organizaciones internacionales y organizacionales ➤ Expansión ➤ Nuevas líneas de productos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Registro en el portal del ministerio del ambiente para obtener certificado de “Punto Verde” ➤ Participar en las conferencias que se realizan alrededor del mundo, para conocer las nuevas tendencias e implementarlas en el diseño de los adornos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis de empresas en Latinoamérica que han colocado negocios de reciclaje para conocer sus factores de éxito y aprendizaje. ➤ Comenzar a crear a través de campañas publicitarias un nuevo estilo de vida en la mente de los guayaquileños enfocándose en las tendencias mundiales.
<p><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulaciones Ambientales ➤ Competencia ➤ Crisis económica ➤ Poca demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Invertir cada tres meses en investigación y desarrollo para diferenciarse de la competencia. ➤ Ingresar con bajos precios al mercado para captar la atención y posesionarse como líderes en el mercado verde. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar estudio de mercado para conocer interés en adornos reciclados. ➤ Investigar gustos y preferencias de los clientes, para adaptarse a sus necesidades.

Elaborado por: La Autora

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Los métodos que se van a utilizar son cualitativo: grupo focal, y cuantitativo: encuestas. Se realizó un grupo focal, de 8 mujeres entre 26 y 35 años de edad, el 6 abril del 2013 a las 15h00, en la ciudadela Miraflores. Las encuestas, fueron realizadas entre el 25 de marzo y el 5 de abril, a mujeres de diversos sectores en la ciudad de Guayaquil, por ejemplo norte, sur, este, centro y perímetro urbano.

4.11.2. Diseño de la Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General: Determinar el grado de interés en comprar adornos hechos de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

- Determinar aceptabilidad en la idea de negocio.
- Conocer con quien se realiza las compras del hogar regularmente.
- Determinar la frecuencia de compra.
- Determinar los días a la semana que más se compra.
- Conocer las características que observan al momento de comprar adornos para el hogar.
- Saber qué tipo de adornos para el hogar prefieren.
- Determinar cuáles son los lugares en que actualmente compran los adornos.
- Conocer el poder adquisitivo de compra de las mujeres.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

A continuación se detalla el cálculo para el tamaño de la muestra del mercado:

Tabla 16: Cálculo tamaño de la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA	
Fórmula	$N = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$
Tamaño de muestra	384
Número de sigmas "s"	1,96
Variabilidad "p"	0,5
Variabilidad "q"	0,5
Margen de error	0,05

Elaborada por: La Autora

El tamaño de la muestra real es de 384 mujeres, entre 18 y 55 años de edad, de clase socioeconómica media-alta.

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

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

El 6 de abril del 2013 se desarrolló un grupo focal de 8 mujeres, entre 26 y 35 años de edad, de clase socioeconómica media-alta, que tenían como característica en común la compra de adornos para el hogar. Este evento se desarrolló en la ciudadela Miraflores, calle tercera, a las 15h00 en un ambiente agradable y fresco para las invitadas. Al inicio, se les indicó que no tuvieran miedo en responder alguna pregunta, dado que lo importante era la opinión y la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

participación de cada una de ellas. En [Anexo 12.3](#), se encuentra la guía de preguntas que fueron realizadas a las asistentes.

Factores relevantes

El 50% de las mujeres no tenía claro el concepto de la contaminación ni las consecuencias que este genera al medio ambiente. Al momento en que se procedió a enseñarles el video de los efectos de la contaminación, quedaron impactadas de lo que pueden ocasionar los seres humanos sino protegen al entorno. Espontáneamente Suad Harb, ama de casa e Ingeniera en Comercio Exterior, indicó textualmente lo siguiente: “todas las noches boto la basura sin ninguna contemplación. No puede ser posible que estos sean los efectos de mi falta de conocimientos”. Todas llegaron a la conclusión que diariamente botan aproximadamente entre una a dos fundas medianas de basura que contiene: botellas de agua, cartones de leche, todo tipo de latas, envases, comida no utilizada. Sin embargo el 80% recicla las fundas del supermercado y cajas de cartones. Alexandra Daquilema, de 32 años de edad, expresó que ha escuchado en los medios de comunicación sobre los contenedores para desechar plásticos, cartones y vidrio, los cuales ha observado que se emplean en algunos centros comerciales.

Posteriormente, cuando se les mostró imágenes de adornos hecho a base de materiales reciclados, se visualizó en sus expresiones el agrado e impacto de cómo es posible poder crear nuevos productos a base de estos materiales. Carmen Peñaherrera, sin embargo reaccionó e indicó que se ven originales los adornos, pero que no estaba segura si le iban a durar por lo menos 1 año.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Sala, comedor, habitaciones y baño fueron los lugares indicados donde frecuentemente, cada 15 días o mes, compran adornos para su hogar. Con respecto, a la diferencia entre adornos hechos de manera tradicional y reciclados se mostró preocupación por la durabilidad de los adornos, pero en otras se mostro emoción porque están cuidando al medio ambiente de una manera sana y con responsabilidad.

Finalmente, luego de este grupo focal se pudo notar la falta de conocimiento que tienen las mujeres con respecto a la contaminación, el agrado de poder comprar productos hechos de materiales reciclados, pero la duda en cuanto a la calidad y a la durabilidad de los mismos.

4.11.2.3.2. Concluyente

Para obtener resultados cuantitativos en la investigación del mercado se procedió a desarrollar una encuesta (ver formato en [Anexo 12.4.](#)) a 384 mujeres entre 18 y 55 años de clase socioeconómica media-alta (segmento al que se espera llegar), para analizar sus percepciones y grado de interés en el presente trabajo de titulación.

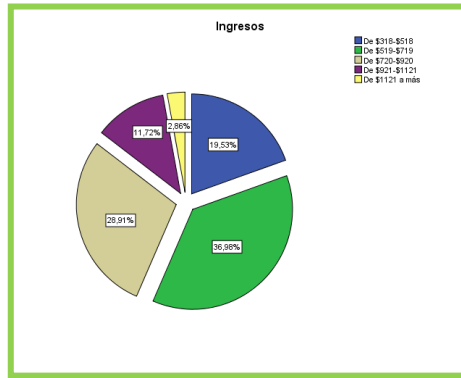
Los sectores donde se realizaron las 384 encuestas son en el norte, centro, sur, y perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil del 25 de marzo al 5 de abril.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.1. Análisis de Datos

En la investigación cualitativa de mercado realizada (encuestas) se obtuvo los siguientes resultados.

Ilustración 13: Ingresos de encuestadas

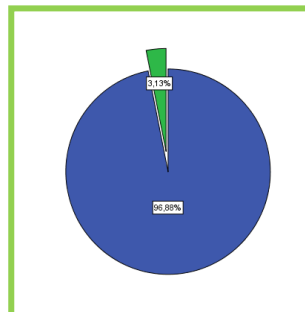


Elaborado por. La Autora

Las mujeres guayaquileñas entre 18-55 años de edad que fueron encuestadas tienen ingresos promedio de \$519 a \$719 (36.98%), \$720 a \$920 (28,9%) y \$318 a \$518 (19,53%).

Pregunta #1

Ilustración 14: ¿Compra adornos para su hogar?



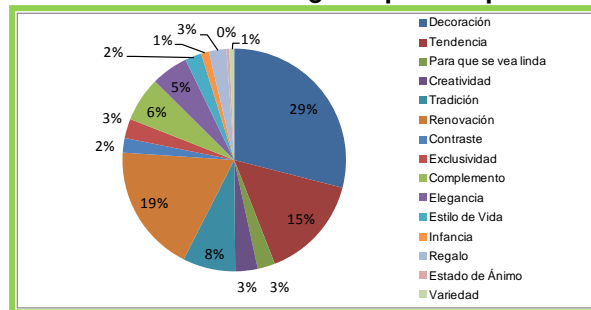
Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El 96,88% de las encuestadas respondieron que sí compran adornos para su hogar, mientras el 3,13% no realiza esta actividad.

Si la respuesta fue afirmativa, se les consultó la siguiente pregunta abierta:

Ilustración 15: ¿Por qué compra?

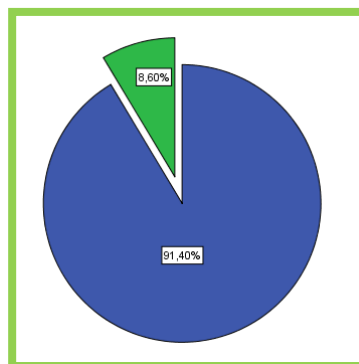


Elaborado por: La Autora

Decoración (29%), renovación (19%), y por exclusividad (15%) son las más frecuentes razones que motivan a comprar a mujeres adornos para su hogar.

Pregunta #2: ¿Estaría dispuesto a comprar adornos para el hogar hechos de materiales reciclados?

Ilustración 16: Agrado en comprar adornos reciclados

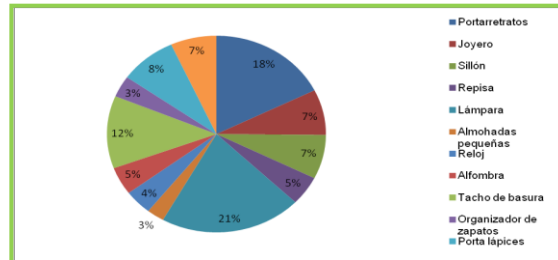


Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Para la sección de la cocina las mujeres frecuentemente prefieren comprar envases (25%), set para cocina (14%), soporte de papel de toallas y depósito de fundas plásticas (10%).

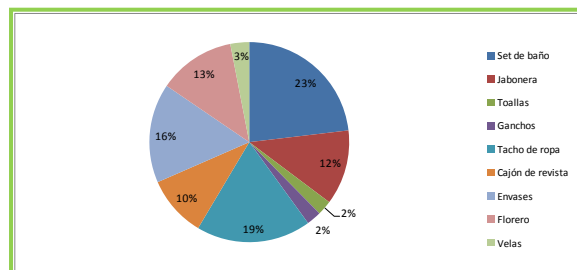
Ilustración 19: Adornos Habitaciones



Elaborado por: La Autora

Las mujeres para las habitaciones de su hogar preferiblemente compran: lámparas (21%), portarretratos (18%), y tacho de basura (12%)

Ilustración 20: Adornos Baño

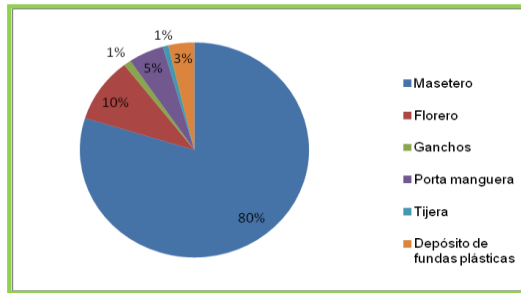


Elaborado por: La Autora

Los adornos para el baño que son más comprados son: set de baño (23%), tacho de ropa (19%), envases (16%).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 21: Adornos Jardín

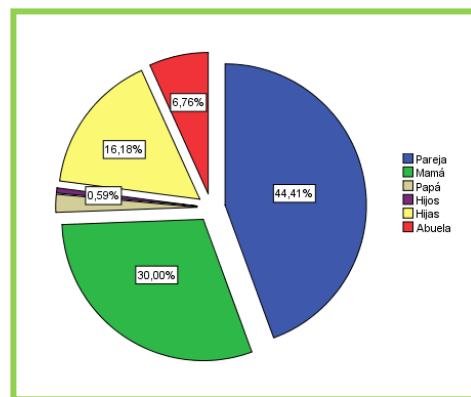


Elaborado por: La Autora

Sin lugar a duda las mujeres para la sección jardín compran maseteros (80%) y floreros (10%).

Pregunta #4: ¿Quién lo acompaña a comprar adornos en su hogar?

Ilustración 22: Persona con la que se realiza compras



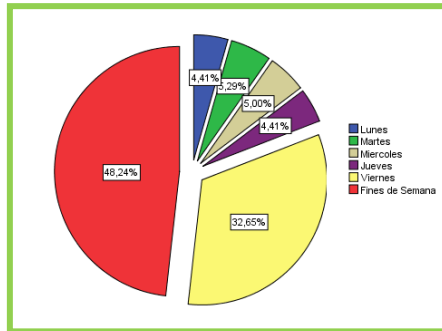
Elaborado por: La Autora

Las encuestadas al momento de comprar accesorios para el hogar son acompañadas en su mayoría por sus parejas (44,41%) y madres (30%).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #5: ¿Qué día en la semana usted compra adornos?

Ilustración 23: Días en la semana que se realiza compras

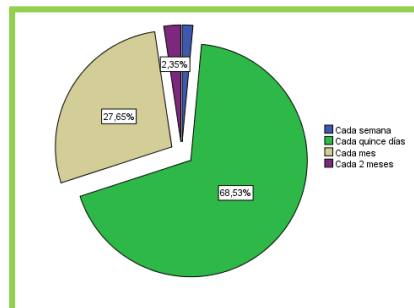


Elaborado por: La Autora

Los días en que las mujeres salen a comprar son en su mayoría los fines de semana (48,24%) y viernes (32,65%).

Pregunta #6: ¿Con qué frecuencia usted compra adornos?

Ilustración 24: Frecuencia de Compra



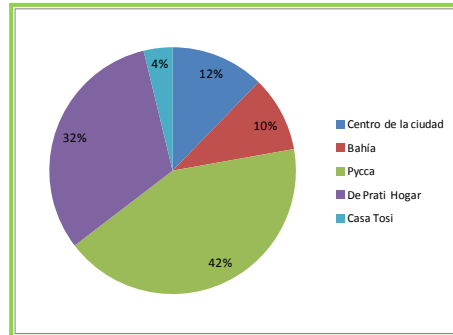
Elaborado por: La Autora

Las encuestadas realizan cada quince días, en promedio, compra de adornos para la decoración del hogar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #7: ¿En cuáles de los siguientes almacenes o lugares habitualmente compra los adornos?

Ilustración 25: Competencia

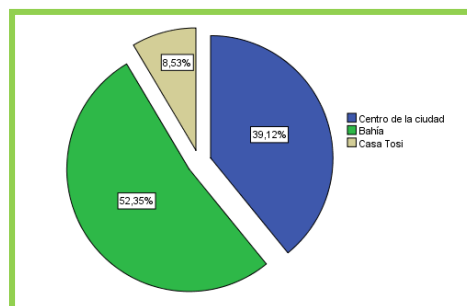


Elaborado por; La Autora

Esta pregunta formulada es clave para identificar que uno de los principales competidores es almacenes Pycca, el cuál ocupa el 42% en las preferencias de los potenciales clientes. Seguido por almacenes De Prati con 32%.

Pregunta #8: ¿En cuál de los siguientes almacenes o lugares ha tenido una mala experiencia y no volvería a comprar?

Ilustración 26: Mala experiencia de compra



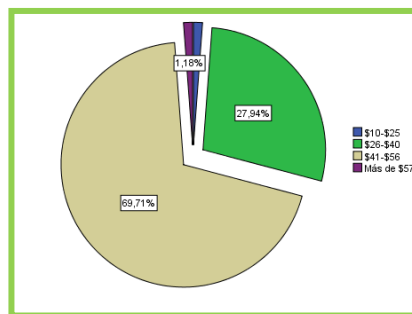
Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En la denominada “Bahía” y centro de la ciudad, las mujeres han tenido una mala experiencia de compra, servicio, producto por lo que no se encuentran dispuestas a regresar a comprar en estas tiendas.

Pregunta #9: De acuerdo al lugar donde usted compra adornos para el hogar, ¿cuánto es el rango que paga aproximadamente por los mismos en las siguientes categorías?

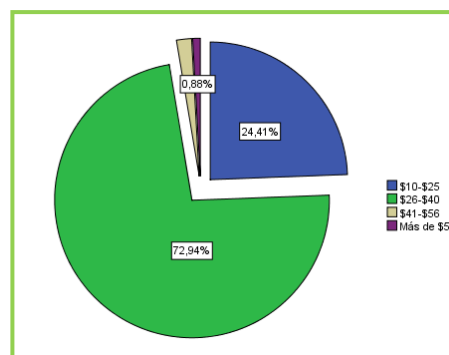
Ilustración 27: Rango de Precio Competidores por Sala-Comedor



Elaborado por: La Autora

Las encuestadas actualmente pagan un aproximado entre \$41-\$56 por los adornos que compran para su sala-comedor.

Ilustración 28: Rango de Precio Competidores por Cocina

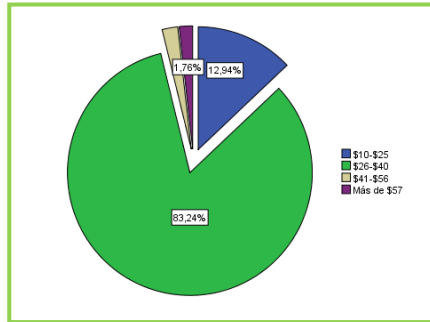


Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El precio estimado que hay en el mercado de productos de cocina es entre \$26-\$40

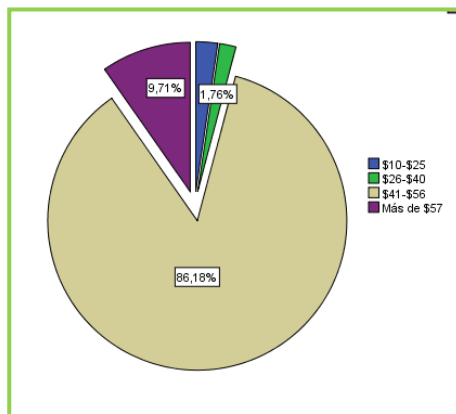
Ilustración 29: Rango de Precios Competencia por Baño



Elaborado por: La Autora

Por adornos para el baño, las mujeres pagan aproximadamente entre \$26-\$40.

Ilustración 30: Rango de Precios Competencia por Habitaciones

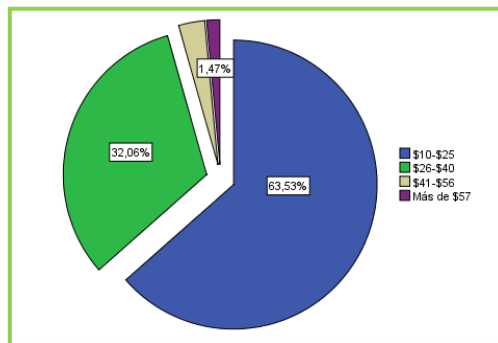


Elaborado por: La Autora

Para los adornos de las habitaciones, el precio estimado es entre \$41-\$56.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 31: Rango de Precios Competidores por Jardín

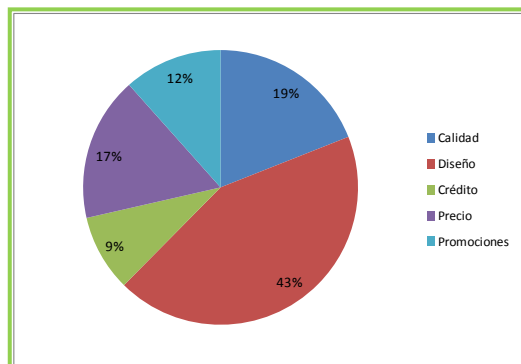


Elaborado por: La Autora

Los adornos para el jardín actualmente tienen un costo entre \$10-\$25.

Pregunta #10.- ¿Cuáles son las características del adorno que la motiva a comprar?

Ilustración 32: Características que deben tener los adornos



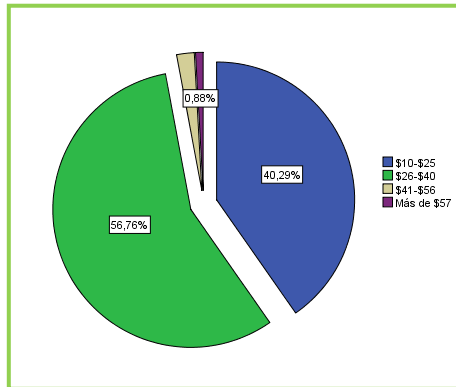
Elaborado por: La Autora

Los dos factores importantes al momento de la compra son el diseño (43%) y la calidad (19%).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Pregunta #11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los adornos hechos de materiales reciclados en las diferentes categorías?

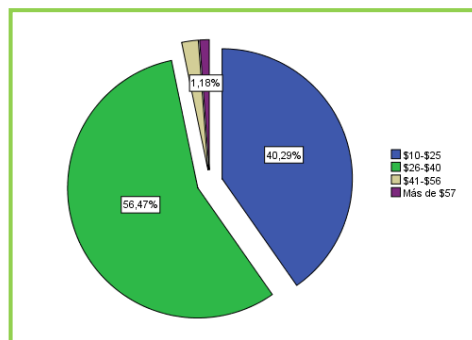
Ilustración 33: Precio dispuesto a pagar Sala-Comedor



Elaborado por: La Autora

El poder adquisitivo de las encuestas indica que están dispuestos a pagar entre \$26-40 por adornos de sala-comedor.

Ilustración 34: Precio dispuesto a pagar Cocina

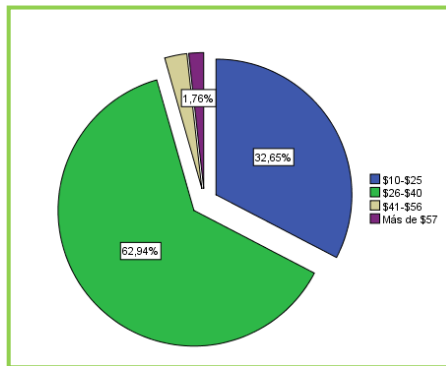


Elaborado por: La Autora

. Entre \$26-\$40 están dispuestas a pagar las mujeres por adornos de cocina

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

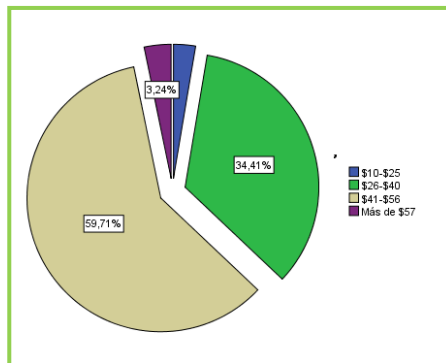
Ilustración 35: Precio dispuesto a pagar por Baño



Elaborado por: La Autora

Para la sección de baño las mujeres tienen el poder adquisitivo de pagar entre \$26-\$41.

Ilustración 36: Precio dispuesta a pagar Habitaciones

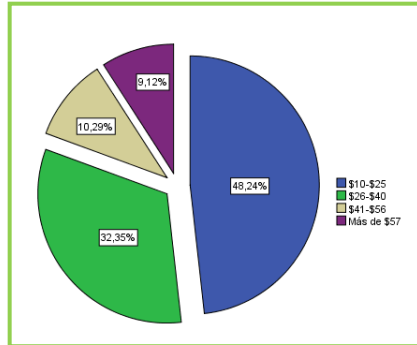


Elaborado por: La Autora

Entre \$41-\$56 es el estimado de precio que puede llegar a pagar las mujeres por los adornos de la sección de habitaciones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 37: Precio dispuesto a pagar por Jardín

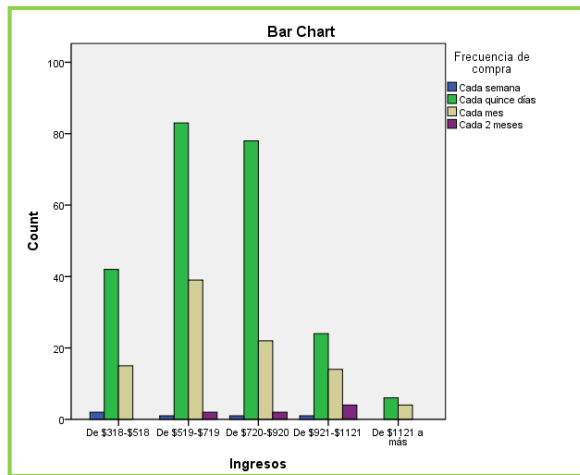


Elaborado por: La Autora

Por los adornos para el jardín el precio accesible a pagar es de \$10-\$25.

El siguiente gráfico muestra los ingresos anuales que tienen las mujeres en referencia a las veces en la semana y mes que compran adornos.

Ilustración 38.- Ingresos y frecuencia de compra



Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.11.2.2. Resumen e interpretación de resultados

A continuación se resume los factores más relevantes que se obtuvieron en la investigación de mercado:

- Las mujeres guayaquileñas compran adornos para la decoración, renovación y exclusividad de cada uno de sus hogares.
- Los adornos que frecuentemente adquieren son lámparas, floreros, manteles, porta vinos, centros de mesa, envases para la cocina, portarretratos, tachos de basura y maseteros.
- Los lugares donde actualmente compran adornos tradicionales es en Pycca seguido por De Prati Hogar.
- Las mujeres han tenido mala experiencia comprando adornos en la denominada “Bahía” de la ciudad.
- Las mujeres son acompañadas principalmente por sus parejas seguidas por sus madres.
- Entre viernes, sábado y domingo son los días a la semana que más visitan almacenes y en ocasiones adquieren productos.
- Cada quince días en promedio compran adornos para el hogar.
- Hay dos características indispensables en que se fijan las mujeres en el diseño y en las promociones que pueda tener los productos.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

Finalmente, haber realizado grupo focal y encuestas ayudó a cumplir los objetivos planteados al inicio de la investigación de mercado.

- Se logró en un 91,40% aceptabilidad en el negocio por parte de las mujeres guayaquileñas.
- Se pudo determinar con quién va de compras, qué días, en qué atributo del producto se enfoca, y con qué frecuencia las realiza.
- Los lugares de compra actual.

4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se recomienda lo siguiente:

- Utilizar la lista de adornos que hoy en día adquieren las mujeres para evaluar la posibilidad de incluirla en el portafolio de productos de la empresa.
- De acorde a la cantidad de adornos que compran, dividirlos en categorías necesarias para el hogar.
- Dado que los fines de semana pueden llegar hacer los día de mayor venta, se recomienda trabajar de miércoles a domingo para ahorrar costos y aprovechar recursos.

4.12. Cuantificación de la Demanda

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

De acuerdo a lo indicado en la [segmentación de mercado](#), la demanda potencial es de 118,144 mujeres que habitan en la ciudad de Guayaquil, de clase socio económico medio-alto, con ingresos superiores a \$350. Luego de haber realizado la investigación de mercado concluyente, se determinó que el 91.40% se encuentra interesado en adquirir estos adornos hechos de material reciclado, por lo que la demanda real es de 107,956 mujeres con las mismas características del potencial pero interesadas en comprar. La demanda insatisfecha sería de 10,188.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

A continuación se muestra la proyección de ventas de la industria de muebles, artículos para el hogar y complementos con una tasa de crecimiento del 9,30%

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 17: Proyección de Ventas de la industria

Ventas Industria	\$ 182.994.073,00
Crecimiento anual	9,30%

2014	2015	2016	2017	2018
\$ 200.012.521,79	\$ 218.613.686,32	\$ 238.944.759,14	\$ 261.166.621,74	\$ 285.455.117,57

Fuente: Encuesta de Manufactura y Minería INEC y MIPRO

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General: Lograr posicionar *Detalles Verdes* como la mejor opción en adornos para el hogar en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

- Conseguir una satisfacción del cliente mínima del 80%, medible anualmente.
- Obtener reconocimiento de la marca en el primero año comercial.
- Lograr a mediados del segundo año estar en el Top of Mind de los clientes.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Detalles Verdes al iniciar sus operaciones utilizará la estrategia de penetración de mercado, dado que es recomendable aplicarla cuando el negocio está empezando a crecer para lograr reconocimiento en el menor tiempo posible. Una de las herramientas que se utilizará es invertir en el lanzamiento y en redes sociales (Kotler & Armstrong, 2001).

5.1.1.2. Cobertura

La cobertura que tendrá *Detalles Verdes* es en la ciudad de Guayaquil, inicialmente en el norte donde se encuentra el sector socio económico medio-alto que se espera obtener.

5.2. Posicionamiento

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

Detalles Verdes se encuentra en etapa de introducción en el mercado guayaquileño, para lograr la imagen deseada a los clientes, su posición estratégica consiste en el uso y beneficios de los productos y el estilo de vida de los clientes. La estrategia de penetración seleccionada, tiene como objetivo, captar la atención de las consumidoras y persuadirlas a comprar un adorno diferente, para cualquier sección de su hogar, a diferencia de lo que le ofrece la competencia, a un bajo costo con mejor calidad y mayores beneficios. El segmento de mercado seleccionado son mujeres entre 18 y 55 años de edad, de clase socio económica media-alta que les guste comprar adornos para decorar cualquier lugar de su casa.

Detalles Verdes, más que una empresa que produce y comercializa adornos para el hogar, se preocupa por el bienestar y salud de sus consumidoras. A continuación se explicará los atributos que posee la empresa para llegar hacer líder en el mercado y estar en el Top of Mind de las mujeres como primera opción de compra para decorar y complementar su hogar.

Ahorro de recursos.- Se le da prioridad a la teoría de las 3 R's para la creación de todos sus adornos: reducir, reciclar y reutilizar los materiales con los que generalmente la competencia produce sus productos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Diseños varios.- Utilizar materiales reciclados para crear productos. Permite que existan varios modelos con materiales diferentes por adorno de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Nuevas tendencias.- Se invertirá en Investigación y Desarrollo para innovar y seguir tendencias internacionales.

Entrega a domicilio.- Si el cliente no puede ir a retirar sus pedidos por falta de tiempo, *Detalles Verdes* se los envía al lugar solicitado. Notar que este servicio aplica sólo para sectores cercanos.

El segmento del mercado, recibirá alta calidad en todos los productos y atención personalizada para proyectarse como una empresa enfocada al cliente. La ventaja competitiva que ofrece *Detalles Verdes* es el posicionamiento diferenciador, dado que es la primera empresa que se dedicará a producir y comercialización adornos para el hogar, hechos a partir de materiales reciclados, generando ahorro de recursos y cuidando el medio ambiente. Cada uno de los productos es fabricado de manera distinta, dependiendo únicamente de la creatividad e innovación del diseñador y sus compañeros. El posicionamiento específico del negocio es ser más conveniente y el valor es más por menos. A continuación se encuentra el logo de la empresa:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 39.- Logo de la Empresa



Elaborado por: La Autora

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca

Tabla 18: Valoración del Activo de la Marca

PILARES	DESCRIPCIÓN
Diferenciación	Adornos para el hogar hechos de materiales reciclados con entrega a domicilio a sectores cercanos.
Energía	En un futuro, se puede expandir las categorías de productos e incluir detalles románticos y ropa sin perder la originalidad de utilizar materiales reciclados.
Relevancia	Se ha considerado diferentes secciones del hogar: sala-comedor, cocina, baño, habitaciones y patio.
Estima	La marca será agradable con los clientes enfocándose constantemente en sus necesidades, su salud y sus ingresos.
Conocimiento	En cada adorno se detallará los materiales reciclados que fueron utilizados para obtener el producto final.

Elaborado por: La Autora

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

Diferenciación es la estrategia en la que *Detalles Verdes* se enfocará, dado que comercializará adornos para el hogar hechos de materiales reciclado, siendo este el valor agregado frente a los competidores del mercado que venden los adornos tradicionales.

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

La composición de los adornos se encuentra hecha a partir de reutilizar materiales reciclados como papel, cartón, plástico, vidrio, entre otros. *Detalles Verdes* al iniciar sus operaciones comenzará con 5 categorías de productos: sala-comedor, cocina, habitaciones, baños y jardín, los cuales tienen sus propios productos.

El slogan de la empresa es “Eco- amigables con el hogar”, se decidió colocar este slogan dado que los productos son hechos de materiales reciclados para proteger el medio ambiente, siguiendo el procedimiento de las 3R’s

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 19: Producto Esencial, Real y Aumentado

PRODUCTO ESENCIAL	PRODUCTO REAL	PRODUCTO AUMENTADO
Decoración	Adornos	Innovadores y diversos adornos hechos de materiales reciclados con asesoría, alto estándar de calidad y servicio a domicilio

Elaborado por: La Autora

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

Uno de los principales beneficios del negocio, es que *Detalles Verdes* mantiene una comunicación constante con sus clientes a través de la asesoría personalizada que se le ofrece. Es por esto que la opinión del cliente es primordial al momento de reutilizar y crear el adorno deseado para el hogar.

Los componentes centrales de los adornos son plástico, cartón, vidrio, papel, aluminio o cualquier otro material reciclado. Los adornos serán empaquetados con fundas biodegradables con el distintivo logo de la empresa. Los requerimientos de los clientes serán escuchados y atendidos a la brevedad, dado que ellas son las reinas del hogar. Los adornos serán entregados bajo dos formas: tienda o servicio a domicilio, aplicable sólo a sectores cercano es decir: Miraflores, Urdesa, y Carlos Julio Arosemena.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Los empaques del negocio serán fundas biodegradables en diferentes tamaños dependiendo del tipo y la categoría comprada, donde habrá un sticker que indique la marca y las características del adorno comprado.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

Detalles Verdes tendrá la siguiente amplitud y profundidad en sus productos.

Tabla 20: Amplitud y Profundidad

P R O F U N D I D A D	AMPLITUD				
	SALA-COMEDOR	COCINA	HABITACIONES	BAÑO	JARDÍN
	Mix Natural	Frutero	Lampplastik	Florpetas de Rosas	Florero de bombillas
	Luz Oculta	Alcancía de fundas	Kjita disket	Cesto de Lazos	Florlatas
	Florero Alegría	Panadero	Cubreluz	Envases Patch	Mesetero
	Bombillas Decorativas	Capas de Alegría	Portable	Cajón de Papeles	
	Tubica Vino	Llenitos	Portaretratos	Decoraño	
Set de Corchos	Locura de Cd's				

Elaborado por: La Autora

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca del presente negocio es *Detalles Verdes* (Carreto, 2008).

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

En la ciudad de Guayaquil, se puede observar varios adornos para el hogar, los cuáles pueden ser adquiridos en centros comerciales, centro de la ciudad, y tiendas exclusivas. Sin embargo, el presente trabajo de titulación se enfoca en los siguientes competidores: DePrati, Casa Tosi, Pycca y pequeñas empresas del centro de la ciudad- Bahía. Los precios de la competencia se encuentran en un rango de entre \$10-\$41.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Las mujeres de clase media-alta que viven en la ciudad de Guayaquil tienen un promedio mensual de ingresos de \$257,75 en donde invierten 5.9% para comprar accesorios para el hogar (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012).

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los accionistas estiman recibir una rentabilidad superior al 12% a partir del segundo año, aumentar 8% las ventas anualmente y ver la posibilidad de ampliar el negocio a otras ciudades dependiendo del éxito del mismo.

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

Detalles Verdes ofrecerá a sus clientes promociones de 2x1 en días sentimentales, por ejemplo en:

- Día de la mujer.
- Día de la madre.
- Día de San Valentín.

El término de pago al iniciar el negocio es de contado y puede ser cancelado contra la compra y venta del adorno o a través de depósito al Banco Bolivariano, en caso de que sea un servicio a domicilio.

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

5.3.3.1.1. Macro Localización

La macro localización es en la ciudad de Guayaquil que tiene varias rutas de acceso, por lo que llegar a la tienda, no será ningún problema.

5.3.3.1.2. Micro Localización

Dentro de la ciudad de Guayaquil, se ha decidido tener la tienda y el lugar en donde se hará la producción del negocio es en la ciudadela Miraflores, debido a la regeneración urbana en este sector, que ha ocasionado alta demanda comercial. Otra razón es que en la ciudadela no hay un lugar donde comprar adornos para el hogar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

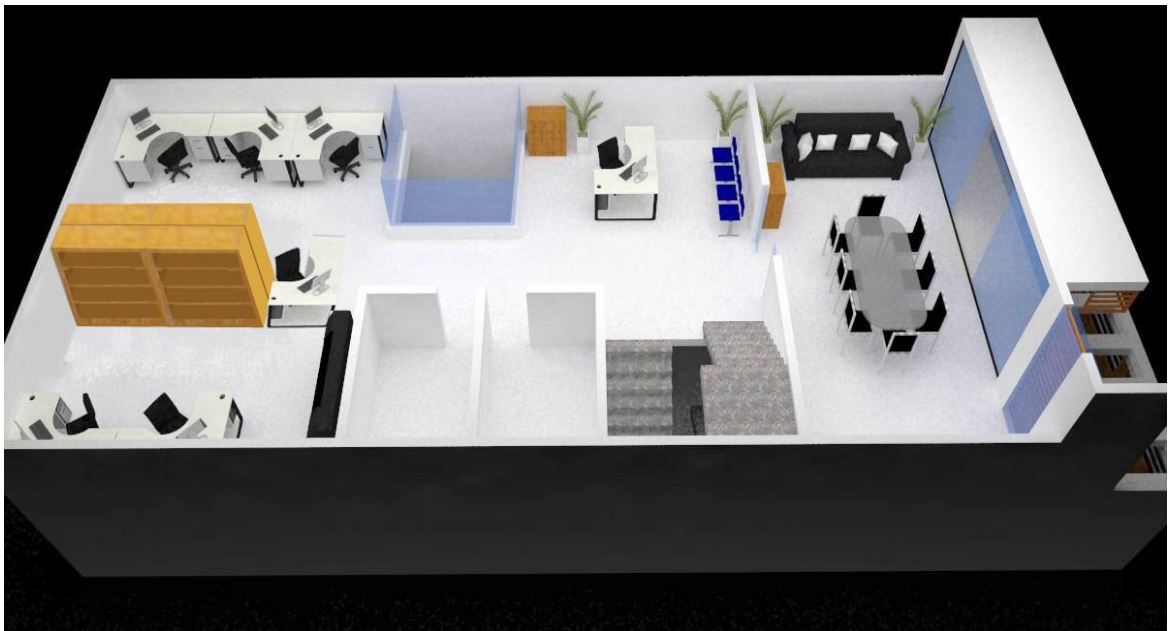
5.3.3.1.3. Ubicación

La dirección de la oficina es ciudadela Miraflores, calle quinta, en la avenida principal.

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

La tienda-oficina donde se produce y comercializa los adornos es de 700 metros cuadrados (20m x 20m).

Ilustración 40.-Distribución del Espacio



Diseñador: Arq. William González

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

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

Detalles Verdes utilizará el canal de distribución fabricante-consumidor final, conocido como canal directo.

Tabla 21: Canal de Distribución



Elaborado por: La Autora

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

Este inciso del presente trabajo de titulación no aplica, *Detalles Verdes* no se encargará de distribuir ni ampliar sus productos a zonas urbanas ni rurales.

5.3.3.2.3. Logística

A continuación se detalla la logística en compras, almacenamiento y las ventas.

Las compras de material reciclado y decorativo a los proveedores se realizarán máximo los primeros días hábiles de cada mes, a través de pedido

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

vía email o memo y con fecha de entrega final máxima para el diez de cada mes en la tienda de la compañía. La cantidad solicitada, dependerá de la demanda que exista en ese momento.

El almacenamiento de los materiales comprados a los proveedores será guardado organizadamente en la bodega de producción, donde se tendrá clasificado por tipo de material. Los adornos de inventario serán almacenados en los estantes de la tienda, donde se venderán los adornos no solicitados a través de la página web.

5.3.3.2.4. Red de Ventas

En la tienda habrá dos vendedores que se encargarán de mostrar los beneficios y convencer a los clientes a comprar el adorno para su hogar. Estos vendedores contarán con el apoyo del Gerente Comercial para juntos, como equipo, encontrar y ayudar al cliente a escoger el producto que necesita.

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

El asesoramiento que se le ofrece a las mujeres, previo a la compra del adorno, es la pre-venta, que se ejecuta para conocer y ayudar al cliente en sus requerimientos. Luego de que el adorno haya sido vendido, el Departamento de Marketing y Ventas se encargará de comunicarse con el cliente para determinar el grado de interés y satisfacción que obtuvo de la compra realizada.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En caso de quejas y reclamos, en la página web informativa del negocio se creará un buzón de sugerencias donde los clientes pueden expresar su inconformidad. Si llegase a ocurrir daño en alguno de los productos, el cliente tiene máximo treinta días para devolver el producto e intercambiarlo con un nuevo.

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Las estrategias ATL que se implementará será la prensa escrita para el lanzamiento de la tienda de adornos en la ciudad de Guayaquil, en el mes de Enero 2014.

Detalles Verdes utilizará las siguientes estrategias BTL:

- Entrega de folletos a la entrada de la tienda con información de los materiales con los cuales están creados los adornos.
- Pulseras y llaveros de la empresa el día del lanzamiento para las mujeres que asistan a la inauguración.
- Día de reciclaje.- donde se comprará los materiales reciclados a los clientes.

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

La propuesta publicitaria se enfoca en demostrar que los adornos son una manera divertida y personalizada de decorar la casa y al mismo tiempo son amigables con el medio ambiente.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

La venta personal en este caso no aplica dado que los vendedores se encontrarán en la tienda del negocio y la venta será directa.

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

Detalles Verdes realizará una alianza con el MAE para poder distribuir volantes trimestralmente de los productos para el hogar en dicha institución pública.

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

Las estrategias para el cliente que serán utilizadas son:

- Muestras gratuitas.- en el lanzamiento del local de pequeños adornos como mini-porta retratos y floreros.
- Promociones para fechas especiales, como por ejemplo, el Día de la Madre, de la Mujer, San Valentín e inclusive para Navidad.- son fechas importantes para las mujeres y donde hay más rotación.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- A los clientes potenciales se le desarrollará una base de datos, para el día de su cumpleaños, hacerle llegar un pequeño detalle.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

La estrategia de lanzamiento de la tienda se realizará a inicios de enero 2014. Para el lanzamiento se invertirá en un artículo en “Estilo y Vida de El Universo”. Y se realizará el anuncio en las redes sociales para invitar al nicho de mercado, que son las mujeres, a esta inauguración y lanzamiento de los adornos.

El día del evento se regalará muestras gratis pequeñas de adornos para las asistentes en ese día, incluyendo las pulseras y los llaveros. Además, se decorará la tienda en forma de casa con las categorías de hogar donde estarán los adornos. Otro factor que se incluirá en el lanzamiento es la música y coffee break. Se estima invitar a 100 potenciales clientes en este día.

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

El único medio escrito que será utilizado, es un reporte de la inauguración de la tienda en las sección Vida y Estilo de Diario El Universo. Dicho reporte saldrá a finales de diciembre 2013 antes del lanzamiento de la tienda. El costo en que se va a incurrir es de \$733 por un formato económico C de medida 14,6 cm ancho x 8,22 de alto ordinario a color.

5.3.4.4.3. Mindshare

Detalles Verdes al iniciar sus operaciones, como es una empresa nueva, no posee mindshare en la percepción de los clientes. Sin embargo, se proyecta a obtener, en el segundo año, 45% de reconocimiento en la marca. Para lograr cumplir este objetivo se empezará por fidelizar a los clientes ofreciéndole el servicio desde que visiten la tienda hasta la venta final y la experiencia posterior.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Se la estima realizar mediante la transmisión en vivo en el programa Casa en Casa que es transmitido en horarios de las mañanas por TC televisión. También, el MAE, haciendo uso de nuestra alianza, puede facilitar la ayuda de mencionar en su boletín, que hace mes a mes, a la empresa *Detalles Verdes*.

La participación en las ferias ciudadanas, podría brindar un stand para hacer conocer a las participantes sobre las líneas de adornos.

5.3.4.4.5. Merchandising

Detalles Verdes utilizará merchandising aplicando la estrategia de push and pull para aumentar ventas, se colocará banners y folletos en lugares visibles de la tienda.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

Detalles Verdes mantendrá un vínculo de amistad con sus clientes a través de la emisión de folletos, donde se incluirá los beneficios que tiene cada adorno que ellos compran. Además al MAE y al MIPRO se pretende repartir estos folletos para llamar su atención y hacerlos partícipes de esta nueva idea.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

Con el fin de fidelizar los clientes, se procederá a realizar una base de datos de los clientes potenciales para establecer una mejor comunicación.

5.3.4.4.8. Insight Marketing

Este inciso no aplica, dado que el negocio se encuentra en su fase de introducción al mercado, por lo que los clientes no pueden ayudar con sus pensamientos ocultos a favor de crear oportunidades para la empresa.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del trabajo de titulación

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e EMarketing

Tabla 22: Gestión Promoción Electrónica del trabajo de titulación

E-Commerce	E-Business	E-Marketing
No Aplica	No Aplica	Si Aplica

Elaborado por: La Autora

La estrategia de E- Marketing que utilizará *Detalles Verdes* es mailing y boletines electrónicos para fidelizar clientes. Además se utilizará google adwords para facilitar la búsqueda de la página web del negocio en los buscadores.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Tabla 23: Promoción Electrónica de los Competidores

	E-Commerce	E-Business	E-Marketing
De Prati	Segundo año consecutivo reconocida como la empresa líder del E-Commerce en Retail	Cuenta con la certificación de Verisign y McAfee que garantizan las transacciones en línea	De Prati tiene promociones, actividades y premios para sus clientes
Pycca	Diseño, desarrollo e implementación del modelo logístico de la venta en internet y call center	No aplica	No aplica

Elaborado por: La Autora

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web

Detalles Verdes tendrá una página web informativa y comercial donde se conocerán sus productos y se podrán realizar pedidos a domicilio. El dominio será www.detalles-verdes.com.ec. La página web tendrá sección de Inicio, Nosotros, Línea de Productos, Contactos, y Pedidos Online. La misma será en idioma español, dado que es la lengua natal de Guayaquil y el Ecuador.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Actualmente las redes sociales más populares son Facebook, You Tube y Twitter, que permiten de una manera juvenil, moderna, y no tan costosa llegar a los clientes. Por tal motivo, la compañía tendrá cuentas sociales en Facebook y Twitter, donde diariamente se comunicarán noticias, promociones, descuentos y demás novedades de interés para los clientes.

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Tabla 24: Redes Sociales Competidores

	FACEBOOK	TWITTER
DEPRATI	Seguidores= 97,262 Enlaces de You Tube e Instagram.	Seguidores=9,002 Muestra fotos de promociones realizadas.
CASA TOSI	Seguidores=1,277 s Muestra fotos de eventos varios ejecutados en el país.	Actualmente la página se encuentra en construcción.
PYCCA	Seguidores=11,330 Muestra fotos de productos y eventos varios	Seguidores=2,716 Posee fotos de distintas promociones que realizan

Fuente: Facebook/ Twitter

Elaborado por: La Autora

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Detalles Verdes utilizará fans page en Facebook y Twitter con el objetivo de incrementar la cartera de clientes y de ser reconocidos. En ambas redes sociales se subirán fotos de las actividades, eventos, promociones y demás que realice la empresa. En el caso de Twitter, se realizará menciones a las mujeres que mensualmente compren más de 10 diez productos.

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

El marketing social se basa en la contribución social al medio ambiente, de esa forma se aporta al cuidado del medio ambiente. En este caso, *Detalles Verdes* es una empresa socialmente responsable.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

Este inciso no aplica porque no se va a exportar los productos al extranjero.

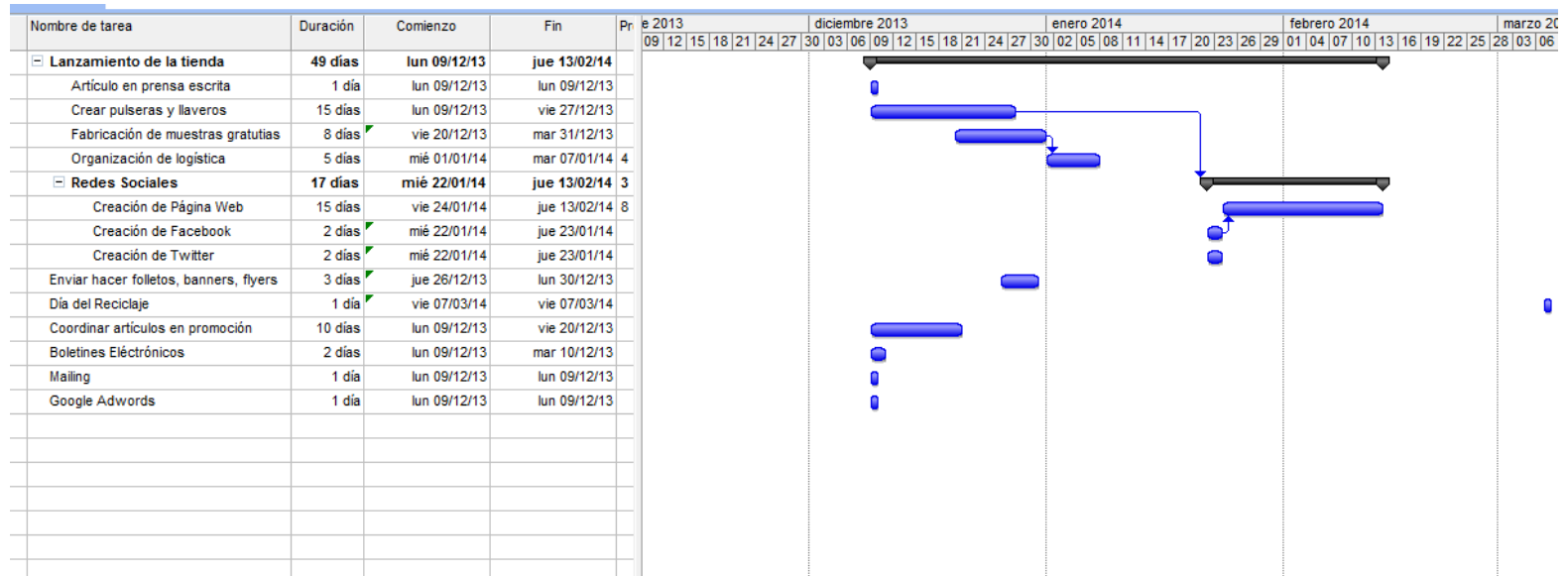
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

No aplica dado que no se cumple el punto anterior.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ”

5.3.5. Cronograma

Tabla 25: Cronograma Marketing



Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

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

Tabla 26: Presupuesto de Marketing

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
Lanzamiento/Creación de página web y redes sociales/ pulsera y llaveros/ Muestras gratuitas/ artículo en prensa escrita/decoración local/						
Google Adwords	catering y música	\$ 2.963,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Artículos de promoción	Aplica para fechas especiales: San Valentín, Día de la Madre, y Día de la Mujer	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Folletos	De productos y sus características	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33
Día de reciclaje	Compra de materiales reciclado a clientes	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Flyers	Alianza MAE	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33
Banners	En lugares visibles de la tienda	\$ 195,00	\$ 204,75	\$ 214,99	\$ 225,74	\$ 237,02
Boletines electrónicos/ mailing	Implementación de E-Commerce	\$ 480,00	\$ 504,00	\$ 529,20	\$ 555,66	\$ 583,44
Mantenimiento de Página Web/ Redes Sociales	Dominio/ Mantenimiento/ Fans Page	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79
TOTALES		\$ 5.138,00	\$ 2.283,75	\$ 2.397,94	\$ 2.517,83	\$ 2.643,73

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Empresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

Tabla 27: Análisis de Rentabilidad Offering

	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Ingresos</u>					
Total Ingresos	\$ 117.129,27	\$ 128.022,29	\$ 139.928,36	\$ 152.941,70	\$ 167.165,28
<u>(-) Costo de Venta</u>					
Total Costo de Venta	\$ 32.037,71	\$ 33.639,60	\$ 35.321,58	\$ 37.087,66	\$ 38.942,04
Utilidad Bruta	\$ 85.091,56	\$ 94.382,69	\$ 104.606,79	\$ 115.854,05	\$ 128.223,24
<u>(-)Gastos Operacionales</u>					
Gastos Administrativos	\$ 63.990,81	\$ 72.584,89	\$ 79.222,83	\$ 86.493,53	\$ 94.458,73
Gastos de Ventas	\$ 2.625,00	\$ 2.756,25	\$ 2.894,06	\$ 3.038,77	\$ 3.190,70
Otros Gastos	\$ 809,16	\$ 849,62	\$ 892,10	\$ 936,70	\$ 983,54
Amortización	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64
Depreciación	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 393,70	\$ 393,70
Total Gastos de Operacion	\$ 70.520,51	\$ 79.286,30	\$ 86.104,53	\$ 92.240,34	\$ 100.404,32
Utilidad/Perdida Operacional	\$ 14.571,05	\$ 15.096,39	\$ 18.502,26	\$ 23.613,70	\$ 27.818,93

Elaborador por: La Autora

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

Detalles Verdes produce y comercializa adornos para la decoración del hogar hacia el mercado en la ciudad de Guayaquil, mediante la producción nacional de utilizar desechos desaprovechados por muchos, teniendo proveedores con experiencia y calidad en la recolección de los mismos. Y de la misma forma creando conciencia en los clientes, para que ellos desde sus hogares sigan esta tendencia y puedan convertirse en otro proveedor, siendo ellos los más importantes y a los que se quiere llegar a obtener a largo plazo. Todos estos recursos son la base para la creación de los adornos a comercializar y para el éxito de la empresa.

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de *Detalles Verdes* comprende algunos pasos que se deben de ejecutar para alcanzar un producto de calidad, que satisfaga las necesidades de las mujeres guayaquileñas, logrando cumplir uno de los objetivos principales de la empresa: aprovechar todos los recursos sin desperdicio alguno y ofrecer un producto de excelente calidad. En el Anexo [12.5.](#) se encuentra el proceso productivo.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

A continuación se detalla la lista de gasto en infraestructura y equipos en que se incurrirá en la creación de la empresa:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 28: Detalle de Infraestructura y Equipos

Infraestructura y equipos	Cantidad
Acondicionador de aire	2
Mostradores	4
Caja registradora	1
Repisas	4
Cocineta 2 hornillas eléctrica 2 quemadores	1
Licuada Oster	1
Teléfono	1
Archivadores	2
Mueble	1
Escritorio	6
Sillas	19
Mesa de vidrio	1
Laptop	6
Impresora multifuncional	1
Cortador de vidrio	2
Bicicleta	2
Alquiler	1
Decoración	1

Elaborado por: La Autora

6.1.3. Mano de Obra

La mano de obra de la empresa está constituida por: Gerente General, Gerente Comercial, dos vendedores, Gerente de Producción, un diseñador y dos obreros, y Gerente de Marketing.

6.1.4. Capacidad Instalada

Detalles Verdes al iniciar sus operaciones contará con la mano de obra de dos obreros, un diseñador y el Gerente de Producción, por tal motivo su capacidad productiva es la siguiente:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 29: Capacidad Instalada

Categorías	% Capacidad	Diaria	Semanal	Mensual
Sala-Comedor	30%	18	90	360
Cocina	10%	6	30	120
Habitaciones	30%	18	90	360
Baño	25%	15	75	300
Jardín	5%	3	15	60
Total	100%	60	300	1200

Mano de Obra	4
Unidades diaria por empleados	15

Elaborado por: La Autora

Con respecto a la tienda donde se exhibirán los adornos para la comercialización de los productos, se colocará 4 mostradores por cada línea de producto que tienen capacidad aproximada entre 15 y 30 adornos.

6.1.5. Flujogramas de Procesos

En [Anexos 12.6](#) se encuentra el flujograma de procesos *Detalles Verdes*, el cual se encuentra dividido en la etapa de compra y de diseño y manualidades.

6.1.6. Presupuesto

A continuación se detalla el presupuesto en el que se va a incurrir por la infraestructura y los equipos de la empresa:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 30: Presupuesto de infraestructura y equipos

Infraestructura y equipos	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Acondicionador de aire	2	\$ 375,00	\$ 750,00
Mostradores	4	\$ 135,00	\$ 540,00
Caja registradora	1	\$ 196,00	\$ 196,00
Repisas	4	\$ 13,00	\$ 52,00
Cocineta 2 hornillas eléctrica 2 quemadores	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Licuada Oster	1	\$ 86,00	\$ 86,00
Teléfono	1	\$ 18,99	\$ 18,99
Archivadores	2	\$ 89,00	\$ 178,00
Mueble	1	\$ 185,00	\$ 185,00
Escritorio	6	\$ 80,00	\$ 480,00
Sillas	19	\$ 45,00	\$ 855,00
Mesa de vidrio	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Laptop	6	\$ 649,00	\$ 3.894,00
Impresora multifuncional	1	\$ 79,00	\$ 79,00
Cortador de vidrio	2	\$ 48,00	\$ 96,00
Bicicleta	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Alquiler	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Decoración	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Total		\$ 3.918,99	\$ 9.509,99

Elaborado por: La Autora

6.2. Gestión de Calidad

6.2.1. Procesos de planeación de calidad

Como se mencionó en el capítulo 2, el objetivo de *Detalles Verdes* es ofrecer productos con el mejor estándar de calidad a sus clientes y mejoramiento continuo, para poder cumplir y satisfacer las necesidades de los mismos es necesario seguir los siguientes procedimientos:

- Limpiar los materiales desechados con agua y alcohol, en el caso que sean vidrio, plástico y metal; una vez sean recibidos por parte del proveedor, dado que son materiales reciclados que no pudiesen haber tenido el mejor tratamiento. Pero para crear un nuevo producto hay que acondicionarlo a un alto estándar de limpieza.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Utilizar los materiales reciclados que puedan ser convertidos en un nuevo producto y en el caso que no fuese así, utilizar sólo la parte adecuada para no proveer a los clientes adornos con desperfectos.
- Desarrollar trimestralmente investigaciones de mercado para la innovación en los adornos y mejoramiento en el proceso productivo.
- Verificar el buen estado del producto final una vez este haya concluido su proceso de creación.

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Con la correcta predisposición a cumplir los procedimientos de la política de calidad se va conseguir reconocimiento, buena imagen, clima organizacional, relación de confianza y amistad con los clientes, demostrando que la compañía siempre busca satisfacer sus necesidades cumpliendo mejoramiento continuo en sus productos.

6.2.3. Políticas de calidad

Asegurar la máxima calidad desde la recepción, elaboración y entrega final de los adornos con investigación y desarrollo constante para lograr la satisfacción del cliente y la mejora continua de los procesos.

6.2.4. Benchmarking

Actualmente, la política de almacenes De Prati es ofrecer garantía incondicional en todos sus productos, logrando demostrar la importancia que le dan al servicio al cliente. Analizando esta propuesta se determina que la competencia se enfoca principalmente en garantizar calidad a todos sus productos dándoles seguridad a los compradores.

6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

Con el fin de demostrar a los clientes el aseguramiento de la calidad en los adornos comprados se realizará post-venta, es decir, una vez adquiridos el producto, se lo llamará para consultarle que le pareció el producto o si tiene alguna novedad en que se lo pueda ayudar. Otro factor que se piensa implementar es desarrollar capacitaciones al personal de atención al cliente para los vendedores y de manualidades a los obreros.

6.2.6. Estándares de la calidad

A continuación se detalla los lineamientos que se debe seguir para lograr un alto estándar de calidad en los adornos.

- Buena comunicación entre departamentos.
- Excelente gestión y comunicación con los clientes.
- Obtener datos de contacto de los clientes para realizar el proceso de post-venta.

6.2.7. Procesos de control de calidad

Todos los departamentos deben trabajar en conjunto para obtener calidad en los productos y en el servicio al cliente. Cada Gerente será responsable, además de sus funciones habituales, de generar cada mes un reporte a gerencia con los inconvenientes que se hayan podido suscitar con proveedores, clientes, trabajadores para juntos poder revertir esa situación.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

Dado que la empresa será nueva en el mercado, no se contará con licencias ni certificaciones, sin embargo se trabajará duramente para lograr la ISO 9000 a partir del 7 año.

Detalles Verdes, una vez logre la certificación ISO puede afiliarse para obtener la marca *MUCHO MEJOR ECUADOR*, dado que es uno de los requisitos para obtenerlo. Además de presentar copia del nombramiento del representante legal, RUC, registro de marca en el IEPI, ventas anuales (Corporación Mucho Mejor Ecuador, 2012). Esta marca es importante porque le da calidad y garantía al producto e indica que fue hecho en su totalidad por ecuatorianos. Actualmente, 7 de cada 10 compradores prefieren los productos que tengan la marca país (El universo, 2013).

Otro certificado que se puede gestionar es el de Conformidad de Sello de Calidad que otorga el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Por el momento no es posible obtenerlo dado que la nómina actual no dispone del certificado de aprobación test del INEN, siendo uno de los requisitos para lograrlo. Sin embargo, se puede considerar la opción de enviar uno de los trabajadores para aplicar a obtener este certificado que es de ayuda a la empresa en un largo plazo (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2012). El sello de calidad que se tendría es por la disposición de los desechos de plásticos post-consumo que utiliza *Detalles Verdes* para crear un nuevo producto, donde se involucra el proceso de recolección, almacenamiento, clasificación por tipo de plástico y el tratamiento que se le da al mismo, en el caso cuando los clientes venden sus desechos a la empresa. Notar que en este caso, para aplicar a este certificado, se debe de tener uno ambiental que otorga el MAE (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2012).

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Con la obtención de estos tres certificados a largo plazo se le proporcionará al cliente la garantía y seguridad que necesita para confiar en los productos, mientras tanto, internamente se realizarán los procedimientos para cumplir los procesos de calidad y ofrecer un excelente adorno para el hogar.

6.2.9. Presupuesto

Se invertirá \$240 anuales en la capacitación de los empleados.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Para toda empresa, desarrollar una planeación ambiental, necesita considerar los siguientes aspectos:

- Identificar los productos y desechos generados por cada actividad.
- Identificar, describir y caracterizar los recursos naturales requeridos para la actividad y el entorno donde se desarrollará el mismo.
- Establecer medidas de contingencia ante impactos no controlados por medios habituales.
- Determinar el alcance del trabajo de titulación y sus beneficios.

Detalles Verdes es una empresa creada y, cuyo objetivo, es aprovechar todos los recursos que genere cada actividad a realizarse con el fin de reducir la contaminación en el entorno.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Estas actividades son:

- Manejo de desechos.- todos los productos finales están hechos de materiales reciclados.
- Almacenamiento.- por clasificación de los desechos.
- Manejo de empaque.- hecho de papel reciclado.
- Transporte.- en caso de ser necesario, los adornos serán entregados a domicilio en bicicleta para no contaminar el medio ambiente.

Si la empresa, se dedicará a comercializar adornos para el hogar de manera tradicional, estos serían las graves causas que se generarían:

Tabla 31: Consecuencias de producir adornos de manera tradicional

Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental
Emisiones atmosféricas en producción	Contaminación del Aire
Empaques	Transportados a rellenos sanitarios
Combustibles fósiles	Cambio climático
Transporte por automóvil	Contaminación del Aire

Elaborado por: La Autora

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Los beneficios que obtiene la empresa por proteger al medio ambiente son los siguientes:

- Calidad en sus productos.
- Reconocimiento en la ciudad y en el país por ser la primera empresa comercializadora de adornos hechos de materiales reciclados.
- Certificado del Ministerio del Ambiente (Punto Verde).

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las políticas de protección ambiental es una declaración voluntaria por parte de la organización acerca de sus intenciones y principios en relación a su desempeño ambiental global, que provee una estructura para la acción y para establecer objetivos y metas cumpliendo la legislación vigente.

Las políticas de protección de *Detalles Verdes* son:

- Proveer a sus clientes adornos eco-amigables para su hogar con mejoramiento continuo.
- Reducir, reutilizar y reciclar todo tipo de desecho generado en cada actividad.
- Asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización, entorno sano y seguro para los trabajadores, prevención de riesgos de seguridad y salud ocupacional.
- Prevención de la contaminación ambiental

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Los clientes necesitan tranquilidad al momento de comprar un producto y el servicio de aseguramiento de la calidad es la garantía, que el producto comprado, cumple los requerimientos. El aseguramiento de calidad cubre todas las etapas del proceso desde la llegada de materia prima hasta el producto terminado, cubriendo actividades tales como:

- Control de materia prima en la recepción.
- Procedimiento de limpieza.
- Selección de los desechos.
- Clasificación de los materiales reciclados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Verificación del empaque.
- Verificación del producto terminado.
- Control de inventario de productos terminados.

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Los estándares de calidad ambiental son parámetros que se establecen como punto de referencia para medir, evaluar y controlar los diferentes tipos de contaminación. En el caso de *Detalles Verdes* sus adornos son hechos de materiales reciclados para salvaguardar la contaminación.

6.3.6. Procesos de control de calidad

El proceso de control de calidad empieza con la recepción de los desechos en buen estado para poder ser transformado en un nuevo producto. Si este no es el caso, se analiza la posibilidad del beneficio que puede generar o se lo retorna al proveedor. En el proceso de fabricación, se debe cumplir con el procedimiento de creación donde se mide y se controla el cumplimiento de cada paso del proceso. Una vez que es realizado el adorno final, se lo revisa antes de ser entregado al consumidor.

6.3.7. Trazabilidad

La trazabilidad es un conjunto de acciones, medidas y procedimientos técnicos que permite identificar y registrar cada impacto del producto desde su nacimiento hasta el final de la cadena de comercialización.

Recepción de desechos: los proveedores los transportan, paradójicamente, en camiones que generan la contaminación ambiental.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.3.8. Logística Verde

Otro de los beneficios que *Detalles Verdes* ofrece a sus clientes es que los productos tienen una coordinación en todas las actividades para satisfacer las necesidades del mercado a un coste mínimo no sólo económico, sino también los que afectan al medio ambiente y al equilibrio de los recursos. Las actividades logísticas de nuestra empresa incluyen el transporte, el almacenamiento, el manejo de materiales y todos los procedimientos relacionados con la transmisión de la información

Tabla 32: Logística Verde

ACTIVIDADES LOGISTICAS	EFFECTOS NEGATIVOS EN EL PASADO	EFFECTOS POSITIVOS AL AMBIENTE
Transporte	El uso de combustible que causa contaminación sonora.	Detalles Verdes utilizará bicicleta para realizar sus pedidos a domicilio.
Almacenamiento	Hay productos dañinos y peligrosos que van deteriorando y contaminando el ambiente	Toda la materia prima serán materiales desechados que serán reutilizados.
Empaque	Los productos utilizados tienen un difícil proceso de degradación, o en otros casos, el empaquetamiento se hace en varias etapas utilizando material excesivo.	Vamos a utilizar materias biodegradables que no afecten al ciclo biológico

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Además de cumplir con un transporte, distribución, almacenamiento, y un empaque ecológico, se va a establecer un control para evitar cualquier desperdicio, por ejemplo, de agua, de energía eléctrica, de papel, etc. y hacer los procesos más eficientes para ahorrar tiempo y espacio. Otro valor agregado es el reciclaje de desecho que se implementará para reutilizar toda la materia que podamos durante cada proceso.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

Por el momento no se estima tener certificaciones ni licencias, sin embargo en un futuro cuando la empresa sea reconocida se espera tener certificado ISO 14001 por las ventajas que le otorga a la organización:

- Se evitan sanciones, multas o demandas.
- Se reduce el mal uso de materias primas, el consumo energético, el consumo de agua y favorece el tratamiento de residuos.
- Los productos de la organización serán capaces de usar unas tecnologías más ecológicas.
- Hace ver a la empresa más fiable frente a clientes, accionistas, inversores, y aseguradores.
- Reduce gastos a nivel general de la empresa.

6.3.10. Presupuesto

No se incurrirá en gastos de la política ambiental, dado que no se utilizará certificaciones ni licencias al inicio de las operaciones de la empresa.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Los ámbitos en que *Detalles Verdes* desarrollará sus políticas de Responsabilidad Social son los siguientes:

Ilustración 41: Proceso de planeación del modelo de responsabilidad social



Elaborado por: La Autora

Clientes y proveedores

- Excelente prestación de servicios.
- Soporte de compra con la atención al cliente.
- Compromiso con la calidad y garantía del producto.
- Integridad en la relación.

Empleados

- Seguridad en el trabajo.
- Pago de beneficios sociales.
- Ahorro en alimentación.
- Legalización de contratos.

Medio Ambiente

- Ahorro de recursos.
- Aplicación de teoría de las 3R'S.
- Eco-amigables con el ambiente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Clientes y proveedores.-

- Disponibilidad para negociar.
- Publicidad boca a boca a sus familiares y amigos.
- Sentirse parte de la empresa.

Empleados

- Motivación de los empleados.
- Seguridad en el ambiente laboral.
- Trabajo en equipo.
- Disponibilidad a trabajar horas extras.

Medio Ambiente.

- Menos costos.
- Productos amigables con el ambiente.
- Mayores utilidades.

6.4.3. Políticas de protección social

Clientes y empleados.- Ofrecerles un buen servicio al cliente en constante monitoreo y guía.

Empleados.- Brindarles seguridad, apoyo y confianza en todas sus actividades.

Medio Ambiente.- Preservar cada recurso utilizado y no desperdiciarlo.

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Con el fin de poder cumplir los procedimientos anteriores, cada departamento es responsable de realizar las políticas según el caso al que se aplique.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

A continuación se detalla los lineamientos que se debe seguir para lograr estándar de responsabilidad social:

- Excelente comunicación con los clientes y proveedores, empleados y velar por proteger al medio ambiente.

6.4.6. Procesos de controles sociales

Para controlar el cumplimiento de la responsabilidad social cada jefe departamental deberá realizar un informe a gerencia indicando novedades y sugerencias que se hayan generado a lo largo del mes.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

La empresa no tiene contemplado obtener la certificación ISO 26000 al iniciar sus operaciones.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.4.8. Presupuesto

Este inciso no aplica, dado que no hay gastos que se puedan generar cumpliendo la responsabilidad social.

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Visión:

Ser líder en el mercado de adorno decorativos hechos de materiales reciclados para el hogar en la ciudad de Guayaquil y en todo el Ecuador por el éxito en diversidad, innovación y facilidad de pago.

Perspectiva Financiera:

- Incrementar las ventas en un 8% cada año.
- Aumentar la rentabilidad 12% al segundo año.
- Pagar el préstamo dentro de los primeros cinco años.

Perspectiva Cliente:

- Fidelizar 90% clientes a largo plazo.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Valor agregado a cada uno de los productos.

Perspectiva Interna:

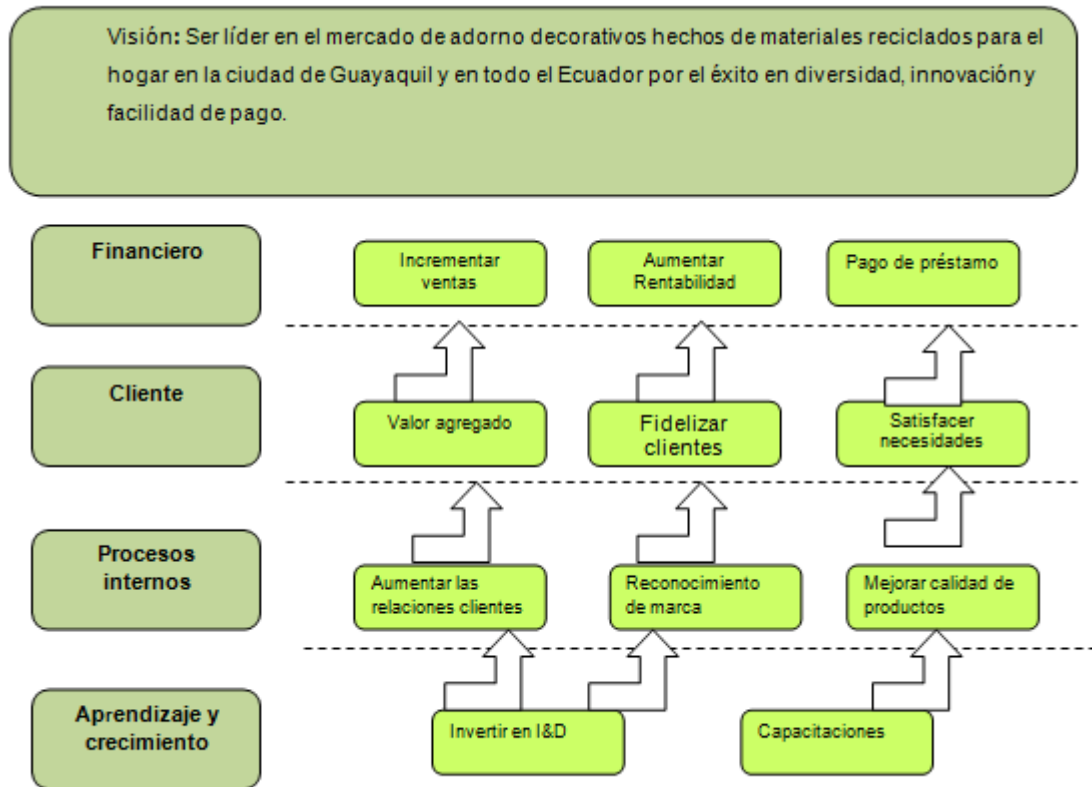
- Reconocimiento de marca.
- Mejorar calidad de los productos.
- Aumentar la relación con los clientes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento:

- Capacitar al personal.
- Invertir en investigación y desarrollo.

Tabla 33: Mapa Estratégico



Elaborado por: La Autora

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

No aplica, dado que toda la parte operativa del negocio ha sido indicada a lo largo de este capítulo.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

Para establecer el monto de la inversión requerida de *Detalles Verdes*, se procedió a detallar cuáles son los recursos esenciales para poder desarrollar el negocio. El monto de la inversión inicial asciende a \$22,980.48.

Tabla 34: Inversión Inicial

<i>Inversión Inicial Total</i>	
Descripción	Costo Total
Equipos de oficina	\$ 1.672,99
Muebles y enseres	\$ 1.808,00
Equipos de computación	\$ 3.973,00
Equipos de operación	\$ 456,00
Gastos pre-operacionales	\$ 6.888,22
Capital de trabajo	\$ 8.182,27
Total	\$ 22.980,48

Elaborado por: La Autora

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

Detalles Verdes ha dividido sus activos fijos en equipos de oficina, muebles y enseres, equipos de computación y operación. Generando una inversión total fija de \$7,909.99. Es importante notar que estos activos se deprecian anualmente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 35: Inversión Fija

<i>Inversión Fija</i>	
Descripción	Costo Total
Equipos de oficina	\$ 1.672,99
Muebles y enseres	\$ 1.808,00
Equipos de computación	\$ 3.973,00
Equipos de operación	\$ 456,00
Total	\$ 7.909,99

Elaborado por: La Autora

7.1.1.2. Diferida

En la siguiente tabla se detalla los activos diferidos de *Detalles Verdes*:

Tabla 36: Inversión Diferida

<i>Inversión Diferida</i>	
Descripción	Costo Total
Gastos de constitución	\$ 800,00
Permisos de funcionamientos (bomberos, etc)	\$ 400,00
Registro de Marca (IEPI)	\$ 116,00
Déposito de alquiler (2 meses)	\$ 1.600,00
Decoración local	\$ 800,00
Publicidad	\$ 2.963,00
Seguro	\$ 209,22
Total	\$ 6.888,22

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.1.3. Corriente

Detalles Verdes calculó su capital de trabajo de sueldos y salarios, servicios básicos por dos meses de operación. A continuación se detallan estos activos:

Tabla 37: Inversión Corriente

<i>Inversión Corriente</i>	
Descripción	Costo Total
<i>Capital de trabajo</i>	
Sueldos y Salarios	\$ 7.892,27
Costo de Venta unitario por producto	\$ -
Servicios Básicos	\$ 290,00

Elaborado por: La Autora

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La inversión de *Detalles Verdes* es de \$22,980.48 que será financiada de fuente interna y externa, como se lo detalla en la siguiente tabla

La fuente interna, se divide entre los dos accionistas de la empresa de la siguiente manera:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 38: Fuente de Financiamiento Interna



PROPIEDAD ACCIONARIA

Nombre de los Accionistas	Valor	%
Andrea González	\$ 4.825,90	70%
Alexandra González	\$ 2.068,24	30%
Total aportaciones	\$ 6.894,14	100,00%

Elaborado por: La Autora

Con respecto a la fuente externa, se realizará el préstamo bancario al BCE por \$16,086.34, cuya tasa de interés actualmente es de 11,20% (Banco Central del Ecuador, 2013).

7.1.2.2. Tabla de Amortización

El préstamo que se realizará al BCE será por el período de 5 años es decir por 60 meses de plazo a una tasa del 0,93% mensualmente (11,20% anualmente), como se detalla a continuación el pago de la amortización:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 39: Amortización del préstamo

Periodo	Saldo de Capital Inicial	Pago	Capital	Interés	Saldo de Capital Final
0	\$ 16.086,34	0	0	0	\$ 16.086,34
1	\$ 16.086,34	\$ 351,36	\$ 201,22	\$ 150,14	\$ 15.885,11
2	\$ 15.885,11	\$ 351,36	\$ 203,10	\$ 148,26	\$ 15.682,01
3	\$ 15.682,01	\$ 351,36	\$ 205,00	\$ 146,37	\$ 15.477,01
4	\$ 15.477,01	\$ 351,36	\$ 206,91	\$ 144,45	\$ 15.270,10
5	\$ 15.270,10	\$ 351,36	\$ 208,84	\$ 142,52	\$ 15.061,26
6	\$ 15.061,26	\$ 351,36	\$ 210,79	\$ 140,57	\$ 14.850,47
7	\$ 14.850,47	\$ 351,36	\$ 212,76	\$ 138,60	\$ 14.637,71
8	\$ 14.637,71	\$ 351,36	\$ 214,74	\$ 136,62	\$ 14.422,97
9	\$ 14.422,97	\$ 351,36	\$ 216,75	\$ 134,61	\$ 14.206,22
10	\$ 14.206,22	\$ 351,36	\$ 218,77	\$ 132,59	\$ 13.987,45
11	\$ 13.987,45	\$ 351,36	\$ 220,81	\$ 130,55	\$ 13.766,64
12	\$ 13.766,64	\$ 351,36	\$ 222,87	\$ 128,49	\$ 13.543,76
13	\$ 13.543,76	\$ 351,36	\$ 224,95	\$ 126,41	\$ 13.318,81
14	\$ 13.318,81	\$ 351,36	\$ 227,05	\$ 124,31	\$ 13.091,75
15	\$ 13.091,75	\$ 351,36	\$ 229,17	\$ 122,19	\$ 12.862,58
16	\$ 12.862,58	\$ 351,36	\$ 231,31	\$ 120,05	\$ 12.631,27
17	\$ 12.631,27	\$ 351,36	\$ 233,47	\$ 117,89	\$ 12.397,80
18	\$ 12.397,80	\$ 351,36	\$ 235,65	\$ 115,71	\$ 12.162,15
19	\$ 12.162,15	\$ 351,36	\$ 237,85	\$ 113,51	\$ 11.924,30
20	\$ 11.924,30	\$ 351,36	\$ 240,07	\$ 111,29	\$ 11.684,23
21	\$ 11.684,23	\$ 351,36	\$ 242,31	\$ 109,05	\$ 11.441,92
22	\$ 11.441,92	\$ 351,36	\$ 244,57	\$ 106,79	\$ 11.197,35
23	\$ 11.197,35	\$ 351,36	\$ 246,85	\$ 104,51	\$ 10.950,50
24	\$ 10.950,50	\$ 351,36	\$ 249,16	\$ 102,20	\$ 10.701,34
25	\$ 10.701,34	\$ 351,36	\$ 251,48	\$ 99,88	\$ 10.449,86
26	\$ 10.449,86	\$ 351,36	\$ 253,83	\$ 97,53	\$ 10.196,02
27	\$ 10.196,02	\$ 351,36	\$ 256,20	\$ 95,16	\$ 9.939,83
28	\$ 9.939,83	\$ 351,36	\$ 258,59	\$ 92,77	\$ 9.681,23
29	\$ 9.681,23	\$ 351,36	\$ 261,00	\$ 90,36	\$ 9.420,23
30	\$ 9.420,23	\$ 351,36	\$ 263,44	\$ 87,92	\$ 9.156,79
31	\$ 9.156,79	\$ 351,36	\$ 265,90	\$ 85,46	\$ 8.890,89
32	\$ 8.890,89	\$ 351,36	\$ 268,38	\$ 82,98	\$ 8.622,51
33	\$ 8.622,51	\$ 351,36	\$ 270,89	\$ 80,48	\$ 8.351,62
34	\$ 8.351,62	\$ 351,36	\$ 273,41	\$ 77,95	\$ 8.078,21
35	\$ 8.078,21	\$ 351,36	\$ 275,97	\$ 75,40	\$ 7.802,24
36	\$ 7.802,24	\$ 351,36	\$ 278,54	\$ 72,82	\$ 7.523,70
37	\$ 7.523,70	\$ 351,36	\$ 281,14	\$ 70,22	\$ 7.242,56
38	\$ 7.242,56	\$ 351,36	\$ 283,77	\$ 67,60	\$ 6.958,80
39	\$ 6.958,80	\$ 351,36	\$ 286,41	\$ 64,95	\$ 6.672,38
40	\$ 6.672,38	\$ 351,36	\$ 289,09	\$ 62,28	\$ 6.383,29
41	\$ 6.383,29	\$ 351,36	\$ 291,79	\$ 59,58	\$ 6.091,51
42	\$ 6.091,51	\$ 351,36	\$ 294,51	\$ 56,85	\$ 5.797,00
43	\$ 5.797,00	\$ 351,36	\$ 297,26	\$ 54,11	\$ 5.499,74
44	\$ 5.499,74	\$ 351,36	\$ 300,03	\$ 51,33	\$ 5.199,71
45	\$ 5.199,71	\$ 351,36	\$ 302,83	\$ 48,53	\$ 4.896,88
46	\$ 4.896,88	\$ 351,36	\$ 305,66	\$ 45,70	\$ 4.591,22
47	\$ 4.591,22	\$ 351,36	\$ 308,51	\$ 42,85	\$ 4.282,71
48	\$ 4.282,71	\$ 351,36	\$ 311,39	\$ 39,97	\$ 3.971,32
49	\$ 3.971,32	\$ 351,36	\$ 314,30	\$ 37,07	\$ 3.657,02
50	\$ 3.657,02	\$ 351,36	\$ 317,23	\$ 34,13	\$ 3.339,79
51	\$ 3.339,79	\$ 351,36	\$ 320,19	\$ 31,17	\$ 3.019,60
52	\$ 3.019,60	\$ 351,36	\$ 323,18	\$ 28,18	\$ 2.696,42
53	\$ 2.696,42	\$ 351,36	\$ 326,20	\$ 25,17	\$ 2.370,23
54	\$ 2.370,23	\$ 351,36	\$ 329,24	\$ 22,12	\$ 2.040,99
55	\$ 2.040,99	\$ 351,36	\$ 332,31	\$ 19,05	\$ 1.708,67
56	\$ 1.708,67	\$ 351,36	\$ 335,41	\$ 15,95	\$ 1.373,26
57	\$ 1.373,26	\$ 351,36	\$ 338,55	\$ 12,82	\$ 1.034,71
58	\$ 1.034,71	\$ 351,36	\$ 341,71	\$ 9,66	\$ 693,01
59	\$ 693,01	\$ 351,36	\$ 344,89	\$ 6,47	\$ 348,11
60	\$ 348,11	\$ 351,36	\$ 348,11	\$ 3,25	\$ 0,00
Total			\$ 16.086,34	\$ 4.995,42	

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.1.3. Cronograma de Inversiones

En el siguiente cronograma se detalla las actividades pre-operacionales que se desarrollaran en los meses de octubre, noviembre y diciembre 2013 para posteriormente comenzar las operaciones de *Detalles Verdes*,

Tabla 40: Cronograma de Inversiones



CRONOGRAMA I.I.

Actividades	Tiempo			Total Inversión
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	
Constitución, permisos de funcionamiento y de bomberos	\$ 1.200,00			\$ 1.200,00
IEPI: Registro de marca	\$ 116,00			\$ 116,00
Déposito de Alquiler (2 meses)		\$ 1.600,00		\$ 1.600,00
Compra de muebles y enseres		\$ 1.808,00		\$ 1.808,00
Compra de equipos de oficina		\$ 1.672,99		\$ 1.672,99
Compra de Equipos de computación		\$ 3.973,00		\$ 3.973,00
Compra de equipos de operación		\$ 456,00		\$ 456,00
Pago del seguro		\$ 209,22		
Decoración de oficina y tienda		\$ 800,00		\$ 800,00
Organización de Lanzamiento			\$ 2.963,00	\$ 2.963,00
Depósito de capital de trabajo			\$ 8.182,27	\$ 8.182,27
Total	\$ 1.316,00	\$ 10.519,21	\$ 11.145,27	\$ 22.980,48

Elaborador por: La Autora

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos.

En la siguiente tabla se muestra los costos fijos en los cuales *Detalles Verdes* incurra:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 41: Gastos Fijos

Gastos fijos	\$	64.319,97	\$	72.930,51	\$	79.585,73	\$	86.874,58	\$	94.858,83
Gastos fijos por categoría										
Sala-Comedor	\$	19.295,99	\$	21.879,15	\$	23.875,72	\$	26.062,37	\$	28.457,65
Cocina	\$	6.432,00	\$	7.293,05	\$	7.958,57	\$	8.687,46	\$	9.485,88
Habitaciones	\$	19.295,99	\$	21.879,15	\$	23.875,72	\$	26.062,37	\$	28.457,65
Baño	\$	16.079,99	\$	18.232,63	\$	19.896,43	\$	21.718,64	\$	23.714,71
Jardín	\$	3.216,00	\$	3.646,53	\$	3.979,29	\$	4.343,73	\$	4.742,94

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2.2. Costos Variables

Tabla 42: Gastos Variables

Gastos Variable	\$	3.105,00	\$	3.260,25	\$	3.423,26	\$	3.594,43	\$	3.774,15
Suministros de Oficina	\$	240,00	\$	252,00	\$	264,60	\$	277,83	\$	291,72
Capacitaciones	\$	240,00	\$	252,00	\$	264,60	\$	277,83	\$	291,72
Marketing	\$	2.175,00	\$	2.283,75	\$	2.397,94	\$	2.517,83	\$	2.643,73
Investigación & Desarrollo	\$	450,00	\$	472,50	\$	496,13	\$	520,93	\$	546,98

Elaborado por: La Autora

7.2.2.1. Costos de Producción

A continuación se detalla los costos de producir adornos para el hogar:

Tabla 43: Costos de Producción

Categoría	Descripción	Costo Unitario
Sala- Comedor		
1	Mix Natural	\$ 1,97
2	Luz oculta	\$ 2,06
3	Florero alegría	\$ 2,81
4	Bombillas decorativas	\$ 2,07
5	Tubica	\$ 4,51
6	Set de corchos	\$ 11,23
Cocina		
7	Frutero	\$ 3,74
8	Alcancia de fundas	\$ 2,71
9	Panadero	\$ 2,23
10	Capas de Alegría	\$ 2,82
11	Llenitos	\$ 1,69
12	Locuras de Cd's	\$ 5,04
Habitaciones		
13	Lamplastik	\$ 8,25
14	Kjita Disket	\$ 1,42
15	Cubreluz	\$ 2,27
16	Portable	\$ 11,16
17	Portaretrato	\$ 1,86
Baño		
18	Florpeta de rosas	\$ 4,73
19	Cesto de lazos	\$ 5,54
20	Set Patch	\$ 2,60
21	Cajón de papel	\$ 4,97
22	Decoraño	\$ 1,94
Jardín		
23	Florero de bombillas	\$ 1,52
24	Florlatas	\$ 2,23
25	Mesetero	\$ 8,46
Servicio a domicilio		
26	Servicio a domicilio	\$ 0,80

Elaborado por: La autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

El costo promedio unitario por cada línea de producto de la empresa es el siguiente.

Tabla 44: Costo Promedio Unitario por Categoría

Sala-Comedor	\$	4,11
Cocina	\$	3,04
Habitaciones	\$	4,99
Baño	\$	3,96
Jardín	\$	4,07
Servicio a domicilio	\$	0,80

Elaborador por: La autora

7.3.2. Costos Administrativos

Los costos administrativos en los que incurra la empresa son en alquiler, sueldos y salarios, servicios básicos, suministros de oficina, alimentación, y seguros. En la siguiente tabla se demuestra los gastos y el porcentaje de crecimiento anual por cada uno de ellos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 45: Costos Administrativos



DETALLE DE GASTOS

GASTOS	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 63.990,81	\$ 72.584,89	\$ 79.222,83	\$ 86.493,53	\$ 94.458,73
Alquiler	\$ 9.600,00	\$ 10.080,00	\$ 10.584,00	\$ 11.113,20	\$ 11.668,86
Sueldos y Salarios	\$ 52.170,81	\$ 60.173,89	\$ 66.191,28	\$ 72.810,41	\$ 80.091,45
Servicios Básicos	\$ 1.740,00	\$ 1.827,00	\$ 1.918,35	\$ 2.014,27	\$ 2.114,98
Suministros de Oficina	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72
Capacitaciones	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72

Elaborado por: La Autora

7.3.3. Costos de Ventas

A continuación se detallan los costos de venta que son marketing e investigación & desarrollo:

Tabla 46: Gastos de Venta



DETALLE DE GASTOS

	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS DE VENTA	\$ 2.625,00	\$ 2.756,25	\$ 2.894,06	\$ 3.038,77	\$ 3.190,70
Marketing	\$ 2.175,00	\$ 2.283,75	\$ 2.397,94	\$ 2.517,83	\$ 2.643,73
Investigación & Desarrollo	\$ 450,00	\$ 472,50	\$ 496,13	\$ 520,93	\$ 546,98

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.3.4. Costos Financieros

En la siguiente tabla se indica el interés anual que se pagará al Banco Central del Ecuador por el préstamo bancario de \$16,237.99

Tabla 47: Costos Financieros



DETALLE DE GASTOS

	2014	2015	2016	2017	2018
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.673,78	\$ 1.373,93	\$ 1.038,71	\$ 663,97	\$ 245,03
Intereses	\$ 1.673,78	\$ 1.373,93	\$ 1.038,71	\$ 663,97	\$ 245,03

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Detalles Verdes comercializará sus adornos en la tienda del negocio o a través de la página web con servicio a domicilio para los sectores de Urdesa, Miraflores y Carlos Julio Arosemena. A continuación se mostrará el análisis que se realizó para determinar el precio de cada adorno y también se encuentra el promedio por cada categoría y por productos:

Tabla 48: Determinación del Precio

Categoría	Descripción	Costo Unitario	Contribución Marginal	P.V.P
Sala-Comedor			250%	
1	Mix Natural	\$ 1,97	\$ 4,92	\$ 6,88
2	Luz oculta	\$ 2,06	\$ 10,12	\$ 12,18
3	Flojero alegría	\$ 2,81	\$ 7,04	\$ 9,85
4	Bombillas decorativas	\$ 2,07	\$ 5,19	\$ 7,26
5	Tubica	\$ 4,51	\$ 23,39	\$ 27,90
6	Set de corchos	\$ 11,23	\$ 28,09	\$ 39,32
Cocina			250%	
7	Frutero	\$ 3,74	\$ 9,36	\$ 13,10
8	Alcancia de fundas	\$ 2,71	\$ 6,78	\$ 9,49
9	Panadero	\$ 2,23	\$ 5,58	\$ 7,81
10	Capas de Alegría	\$ 2,82	\$ 7,04	\$ 9,86
11	Llenitos	\$ 1,69	\$ 4,23	\$ 5,93
12	Locuras de Cd's	\$ 5,04	\$ 12,60	\$ 17,64
Habitaciones			250%	
13	Lamplastik	\$ 8,25	\$ 20,63	\$ 28,88
14	Kjita Disket	\$ 1,42	\$ 3,55	\$ 4,97
15	Cubreluz	\$ 2,27	\$ 5,68	\$ 7,95
16	Portable	\$ 11,16	\$ 27,91	\$ 39,07
17	Portaretrato	\$ 1,86	\$ 4,65	\$ 6,51
Baño			250%	
18	Floripeta de rosas	\$ 4,73	\$ 11,83	\$ 16,56
19	Cesto de lazos	\$ 5,54	\$ 13,86	\$ 19,40
20	Set Patch	\$ 2,60	\$ 6,51	\$ 9,11
21	Cajón de papel	\$ 4,97	\$ 12,42	\$ 17,38
22	Decoraño	\$ 1,94	\$ 4,84	\$ 6,78
Jardín			200%	
23	Flojero de bombillas	\$ 1,52	\$ 3,05	\$ 4,57
24	Florlatas	\$ 2,23	\$ 4,47	\$ 6,70
25	Mesetero	\$ 8,46	\$ 16,93	\$ 25,39
Servicio a domicilio			150%	
26	Servicio a domicilio	\$ 0,80	\$ 1,19	\$ 1,99

Sala-Comedor	
Promedio costo	\$ 4,11
Promedio P.V.P	\$ 17,23
Mark up	3,19
Margen	0,76

Cocina	
Promedio costo	\$ 3,04
Promedio P.V.P	\$ 10,64
Mark up	2,50
Margen	0,71

Habitaciones	
Promedio costo	\$ 4,99
Promedio P.V.P	\$ 17,48
Mark up	11,48
Margen	0,71

Baño	
Promedio costo	\$ 3,96
Promedio P.V.P	\$ 13,85
Mark up	4,68
Margen	13,56

Jardín	
Promedio costo	\$ 4,07
Promedio P.V.P	\$ 12,22
Mark up	7,15
Margen	0,67

Servicio a domicilio	
Costo	\$ 0,80
P.V.P	\$ 1,99
Mark up	0,19
Margen	0,60

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

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

A continuación se detalla la proyección de costos de materia prima que se estima alcanzar en los 5 años del negocio con una tasa de crecimiento del 5%.

Con respecto a los ingresos estos varían mensualmente por las épocas del año, los días emocionales, los descuentos entre otras variables. Los meses en donde más se comercializa adornos son en los últimos tres meses del año. La tasa de crecimiento de la industria es de 9,3%.

Tabla 49: Proyección de Ventas Anuales



PROYECCIÓN DE VENTAS

Categoría	2014	2015	2016	2017	2018
Sala-Comedor	\$ 44.354,43	\$ 48.479,39	\$ 52.987,98	\$ 57.915,86	\$ 63.302,04
Cocina	\$ 6.865,44	\$ 7.503,93	\$ 8.201,79	\$ 8.964,56	\$ 9.798,26
Habitaciones	\$ 40.263,94	\$ 44.008,48	\$ 48.101,27	\$ 52.574,69	\$ 57.464,14
Baño	\$ 19.940,98	\$ 21.795,49	\$ 23.822,47	\$ 26.037,96	\$ 28.459,49
Jardín	\$ 3.279,73	\$ 3.584,75	\$ 3.918,13	\$ 4.282,52	\$ 4.680,79
Servicio a Domicilio	\$ 2.424,75	\$ 2.650,25	\$ 2.896,73	\$ 3.166,12	\$ 3.460,57
Total Ventas	\$ 117.129,27	\$ 128.022,29	\$ 139.928,36	\$ 152.941,70	\$ 167.165,28

Elaborado por: La Autora

Tabla 50: Proyección de Costo de Ventas



PROYECCIÓN COSTO DE VENTA

Categoría	2014	2015	2016	2017	2018
Sala-Comedor	\$ 10.578,47	\$ 11.107,39	\$ 11.662,76	\$ 12.245,90	\$ 12.858,19
Cocina	\$ 1.987,60	\$ 2.086,98	\$ 2.191,33	\$ 2.300,90	\$ 2.415,95
Habitaciones	\$ 11.503,98	\$ 12.079,18	\$ 12.683,14	\$ 13.317,30	\$ 13.983,16
Baño	\$ 5.697,42	\$ 5.982,29	\$ 6.281,41	\$ 6.595,48	\$ 6.925,25
Jardín	\$ 1.109,54	\$ 1.165,01	\$ 1.223,26	\$ 1.284,43	\$ 1.348,65
Servicio a Domicilio	\$ 1.160,70	\$ 1.218,74	\$ 1.279,67	\$ 1.343,66	\$ 1.410,84
Total Costo de Venta	\$ 32.037,71	\$ 33.639,60	\$ 35.321,58	\$ 37.087,66	\$ 38.942,04

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

Detalles Verdes tiene la capacidad de producir la siguiente cantidad de adornos para alcanzar su producción óptima,

Tabla 51: Capacidad Máxima

Categorías	%Capacidad	Diaria	Semanal	Mensual
Sala-Comedor	30%	18	90	360
Cocina	10%	6	30	120
Habitaciones	30%	18	90	360
Baño	25%	15	75	300
Jardín	5%	3	15	60
Total	100%	60	300	1200

Elaborado por: La autora

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

A continuación se indica el punto de equilibrio en cantidades y unidades que se necesita para no perder ni ganar.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 52: Análisis de Punto de Equilibrio



PUNTO DE EQUILIBRIO

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2014
Sala Comedor													
Precio Unitario	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23	\$ 17,23
Costo Variable Unitario	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11	\$ 4,11
Costo Fijo	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 2.126,15	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 2.294,15
Punto de equilibrio volumen	113	113	162	113	113	113	113	113	113	113	113	113	175
Punto de equilibrio dólares	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 2.792,04	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 1.953,47	\$ 3.012,66
Cocina													
Precio Unitario	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64	\$ 10,64
Costo Variable Unitario	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04	\$ 3,04
Costo Fijo	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 708,72	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 495,86	\$ 764,72
Punto de equilibrio volumen	65	65	93	65	65	65	65	65	65	65	65	65	101
Punto de equilibrio dólares	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 992,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 694,20	\$ 1.070,60
Habitaciones													
Precio Unitario	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48	\$ 17,48
Costo Variable Unitario	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99	\$ 4,99
Costo Fijo	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 2.126,15	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 1.487,57	\$ 2.294,15
Punto de equilibrio volumen	119	119	170	119	119	119	119	119	119	119	119	119	184
Punto de equilibrio dólares	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.976,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 2.082,60	\$ 3.211,80
Baño													
Precio Unitario	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85	\$ 13,85
Costo Variable Unitario	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96	\$ 3,96
Costo Fijo	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.771,79	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.239,64	\$ 1.911,79
Punto de equilibrio volumen	125	125	179	125	125	125	125	125	125	125	125	125	193
Punto de equilibrio dólares	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 2.480,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 1.735,50	\$ 2.676,50
Jardín													
Precio Unitario	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22	\$ 12,22
Costo Variable Unitario	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07	\$ 4,07
Costo Fijo	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 354,36	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 247,93	\$ 382,36
Punto de equilibrio volumen	30	30	43	30	30	30	30	30	30	30	30	30	47
Punto de equilibrio dólares	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 531,54	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 371,89	\$ 573,54
Volumen total	454	454	648	454	454	454	454	454	454	454	454	454	699
Dólares en total	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 9.772,89	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 6.837,66	\$ 10.545,11

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

El análisis de punto de cierre se refiere a que cuando el precio es por debajo del costo variable, no se puede pagar diversos costos fijos por lo que esta situación obliga a la empresa a cerrar sus puertas. En el caso de *Detalles Verdes* se ha considerado 200% de margen de contribución para poder en su mayoría los gastos.

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa se registrará bajo las normativas de los reglamentos y disposiciones del Servicio de Rentas Internas y de la Superintendencia de Compañías.

7.5.1. Planificación Tributaria

Las normativas del SRI indican que las declaraciones del IVA 12% deben realizarse mensualmente sin excepción alguna, al menos que sean bienes que graves tarifa cero que se las declara semestralmente. De acuerdo a la Ley Orgánica de Régimen Tributario el impuesto a la renta debe ser cancelado por anticipado entre Julio y Septiembre de cada año (Ley de Régimen Tributario Interno, 2006).

7.5.1.1. Generalidades

La Superintendencia de Compañías es el ente regulador de las personas jurídicas, al cual se le debe entregar en el primer cuatrimestre de cada año la información financiera de la empresa de acuerdo a la Ley de Codificación (Superintendencia de Compañías, 2012). Por otro lado el SRI es una entidad que se encarga de recaudar los tributos internos establecidos por la ley.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Detalles Verdes minimizará la carga fiscal con las amortizaciones y depreciaciones de los activos fijos y diferidos durante los 5 años del negocio.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

Actualmente el impuesto a la renta para las sociedades es del 22%, como se detalla a continuación en el estado de resultados a 5 años.

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Detalles Verdes por la naturaleza del negocio cobrará el 12%.

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Este impuesto no aplica en el negocio.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Las tasas y contribuciones municipales para poder operar en la ciudad de Guayaquil son los siguientes:

- Tasa de habilitación (no se la realiza por primera vez)
- Certificado del uso del suelo (no aplica)
- Registro de Patente municipal (no aplica)
- Tasa por servicio contra incendio que se encuentra incluida en el permiso a los bomberos.
- Impuesto predial (no aplica)

(Cámara de Comercio de Guayaquil, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

Este inciso no aplica, dado que los adornos no serán exportados por lo que no se necesita elegir la partida arancelaria para conocer los impuestos a cancelar.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este inciso no aplica a la empresa.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este inciso no aplica, dado que los proveedores son locales y no hay ningún pago que le deba realizar al extranjero. En caso de haberlo el impuesto a la salida de Divisa es del 5% por pago al exterior.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

Este inciso no aplica dado que la empresa no tendrá vehículos

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

El impuesto a las tierras rurales no aplica al presente trabajo de titulación dado que la superficie del negocio no es superior a 25 hectáreas. Además que *Detalles Verdes* alquila local.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

El balance general inicial muestra la situación en que se encuentra la empresa a comenzar sus operaciones. En la siguiente tabla se demuestra el Balance General Inicial de la empresa.

Tabla 53: Balance General



BALANCE GENERAL

Activos	Balance Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Activos Corrientes</u>						
Caja/Bancos	\$ 8.182,27	\$ 17.286,13	\$ 26.637,25	\$ 38.133,48	\$ 51.568,12	\$ 67.649,63
Total Activos Corrientes	\$ 8.182,27	\$ 17.286,13	\$ 26.637,25	\$ 38.133,48	\$ 51.568,12	\$ 67.649,63
<u>Activos Fijos</u>						
Equipos de Oficina	\$ 1.672,99	\$ 1.672,99	\$ 1.672,99	\$ 1.672,99	\$ 1.672,99	\$ 1.672,99
Muebles y Enseres	\$ 1.808,00	\$ 1.808,00	\$ 1.808,00	\$ 1.808,00	\$ 1.808,00	\$ 1.808,00
Equipos de Computación	\$ 3.973,00	\$ 3.973,00	\$ 3.973,00	\$ 3.973,00	\$ 3.973,00	\$ 3.973,00
Equipos de Operación	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00	\$ 456,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -	\$ 1.717,90	\$ 3.435,80	\$ 5.153,70	\$ 5.547,40	\$ 5.941,10
Total Activos Fijos	\$ 7.909,99	\$ 6.192,09	\$ 4.474,19	\$ 2.756,29	\$ 2.362,59	\$ 1.968,89
<u>Activos Intangibles</u>						
Gastos de Pre-Operacion	\$ 6.888,22	\$ 6.888,22	\$ 6.888,22	\$ 6.888,22	\$ 6.888,22	\$ 6.888,22
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -	\$ 1.377,64	\$ 2.755,29	\$ 4.132,93	\$ 5.510,57	\$ 6.888,22
Total Activos Diferidos	\$ 6.888,22	\$ 5.510,57	\$ 4.132,93	\$ 2.755,29	\$ 1.377,64	\$ -
Total Activos	\$ 22.980,48	\$ 28.988,80	\$ 35.244,37	\$ 43.645,06	\$ 55.308,35	\$ 69.618,53
Pasivos						
<u>Pasivos a Largo Plazo</u>						
Prestamo Bancario	\$ 16.086,34	\$ 13.543,76	\$ 10.701,34	\$ 7.523,70	\$ 3.971,32	\$ 0,00
Total Pasivos	\$ 16.086,34	\$ 13.543,76	\$ 10.701,34	\$ 7.523,70	\$ 3.971,32	\$ 0,00
<u>Patrimonio</u>						
Capital Social	\$ 6.894,14	\$ 6.894,14	\$ 6.894,14	\$ 6.894,14	\$ 6.894,14	\$ 6.894,14
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 8.550,89	\$ 9.098,00	\$ 11.578,33	\$ 15.215,67	\$ 18.281,49
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 8.550,89	\$ 17.648,89	\$ 29.227,21	\$ 44.442,89
Total Patrimonio	\$ 6.894,14	\$ 15.445,03	\$ 24.543,03	\$ 36.121,36	\$ 51.337,03	\$ 69.618,53
Total Pasivo+Patrimonio	\$ 22.980,48	\$ 28.988,80	\$ 35.244,37	\$ 43.645,06	\$ 55.308,35	\$ 69.618,53

Elaborado por: la Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

En el Estado de Pérdidas y Ganancias se puede observar los resultados finales de la operación de la empresa, a continuación se lo detalla proyectado a cinco años.

Tabla 54: Pérdidas y Ganancias



ESTADO DE RESULTADOS

	2014	2015	2016	2017	2018
<u>Ingresos</u>					
Servicios a Domicilio	\$ 2.424,75	\$ 2.650,25	\$ 2.896,73	\$ 3.166,12	\$ 3.460,57
Total Ingresos	\$ 117.129,27	\$ 128.022,29	\$ 139.928,36	\$ 152.941,70	\$ 167.165,28
<u>(-) Costo de Venta</u>					
Total Costo de Venta	\$ 32.037,71	\$ 33.639,60	\$ 35.321,58	\$ 37.087,66	\$ 38.942,04
Utilidad Bruta	\$ 85.091,56	\$ 94.382,69	\$ 104.606,79	\$ 115.854,05	\$ 128.223,24
<u>(-)Gastos Operacionales</u>					
Gastos Administrativos	\$ 63.990,81	\$ 72.584,89	\$ 79.222,83	\$ 86.493,53	\$ 94.458,73
Gastos de Ventas	\$ 2.625,00	\$ 2.756,25	\$ 2.894,06	\$ 3.038,77	\$ 3.190,70
Otros Gastos	\$ 809,16	\$ 849,62	\$ 892,10	\$ 936,70	\$ 983,54
Amortización	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64
Depreciación	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 393,70	\$ 393,70
Total Gastos de Operacion	\$ 70.520,51	\$ 79.286,30	\$ 86.104,53	\$ 92.240,34	\$ 100.404,32
Utilidad/Perdida Operacional	\$ 14.571,05	\$ 15.096,39	\$ 18.502,26	\$ 23.613,70	\$ 27.818,93
<u>Gastos Financieros</u>					
Intereses Pagados	\$ 1.673,78	\$ 1.373,93	\$ 1.038,71	\$ 663,97	\$ 245,03
Utilidad Antes de Participacion	\$ 12.897,27	\$ 13.722,47	\$ 17.463,54	\$ 22.949,73	\$ 27.573,90
Participacion Utilidades	\$ 1.934,59	\$ 2.058,37	\$ 2.619,53	\$ 3.442,46	\$ 4.136,08
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 10.962,68	\$ 11.664,10	\$ 14.844,01	\$ 19.507,27	\$ 23.437,81
Impuesto a la Renta 22%	\$ 2.411,79	\$ 2.566,10	\$ 3.265,68	\$ 4.291,60	\$ 5.156,32
Utilidad/Perdida Neta	\$ 8.550,89	\$ 9.098,00	\$ 11.578,33	\$ 15.215,67	\$ 18.281,49
(+) Depreciación	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 1.717,90	\$ 393,70	\$ 393,70
(+) Amortización	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64	\$ 1.377,64
(-) Pago Capital	\$ 2.542,57	\$ 2.842,42	\$ 3.177,64	\$ 3.552,38	\$ 3.971,32
Recuperación de activos					1968,495
Capital de trabajo					\$ 8.182,27
Flujo	\$ 9.103,86	\$ 9.351,12	\$ 11.496,24	\$ 13.434,63	\$ 26.232,28

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

A continuación se detalla el flujo de caja de *Detalles Verdes* proyectado a 5 años,

Tabla 55: Flujo de Caja Proyectado



FLUJO DE CAJA

	0	1 2014	2 2015	3 2016	4 2017	5 2018
Flujo de Efectivo		9.103,86	9.351,12	11.496,24	13.434,63	16.081,52
Inversión Inicial	22.980,48					
Flujo Neto	22.980,48	9.103,86	9.351,12	11.496,24	13.434,63	16.081,52
Flujo de Caja Descontado	22.980,48	8.312,04	7.795,21	8.749,89	9.335,88	10.203,25
Flujo de Caja Acumulado	22.980,48	14.668,43	6.873,22	1.876,67	11.212,55	21.415,79

Elaborado por: La Autora

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

La tasa mínima aceptable requerida del negocio es de 9,53% que se la obtuvo del promedio de la inflación mensual y tasa pasiva de los tres últimos años.

7.6.2.1.1.2. VAN

El Valor actual neto es de \$21,415.79.

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno es la que muestra la rentabilidad de un negocio, la TIR de *Detalles Verdes* es de 38%.

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

Detalles Verdes recupera la inversión inicial en 2 años con 9 meses.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad evalúa como factores eventuales pueden afectar la factibilidad del negocio. *Detalles Verdes* realizará su análisis de sensibilidad enfocado en el costo de la materia prima, en el incremento de gastos administrativos y de ventas utilizando los indicadores financieros de VAN, TIR, y Payback.

7.7.1. Productividad

A continuación se muestra la variación entre -10%+10% si se incrementara o si se disminuyera el costo de la materia y como está afecta a la VAN, TIR y Payback.

Tabla 56: Análisis de Sensibilidad Ventas



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CRECIMIENTO DE VENTAS

Resumen de escenario		Valores actuales:	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas cambiantes:	Variación	0%	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas de resultado:							
	Crecimiento de Ventas	\$ 117.129,27	\$ 105.416,34	\$ 111.272,81	\$ 117.129,27	\$ 122.985,73	\$ 128.842,20
	TIR	38%	34%	36%	38%	39%	41%
	VAN	\$ 21.415,79	\$ 19.274,22	\$ 20.345,00	\$ 21.415,79	\$ 22.486,58	\$ 23.557,37
	PAYBACK	2,79	2,51	2,65	2,79	2,92	3,06

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: La Autora

7.7.2. Precio Mercado Local

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.3. Precio Mercado Externo

No se realizará este análisis dado que no se exportarán los adornos.

7.7.4. Costo de Materia Prima

A continuación se muestra la variación entre -10%-10% si se incrementara o si se disminuyera el costo de la materia y como está afecta a la VAN, TIR y Payback.

Tabla 57: Análisis de sensibilidad costo de materia prima



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD COSTO DE VENTA

Resumen de escenario						
	Valores actuales:	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas cambiantes:						
Variación	0%	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas de resultado:						
Costo de Venta	\$ 32.037,71	\$ 28.833,94	\$ 30.435,83	\$ 32.037,71	\$ 33.639,60	\$ 35.241,48
TIR	38%	34%	36%	38%	39%	41%
VAN	\$ 21.415,79	\$ 19.274,22	\$ 20.345,00	\$ 21.415,79	\$ 22.486,58	\$ 23.557,37
PAYBACK	2,79	2,51	2,65	2,79	2,92	3,06

Elaborado por: La Autora

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.9. Gastos Administrativos

A continuación se muestra la variación entre -10%-10% si se incrementara o si se disminuyera los costos administrativos y como estos afectan a la VAN, TIR y Payback.

Tabla 58: Análisis de Sensibilidad Gastos Administrativos



ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD COSTO DE VENTA

Resumen de escenario	Valores actuales:	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas cambiantes:						
Variación	0%	-10%	-5%	0%	5%	10%
Celdas de resultado:						
Gastos Administrativos	\$ 63.990,81	\$ 57.591,73	\$ 60.791,27	\$ 63.990,81	\$ 67.190,35	\$ 70.389,89
TIR	38%	34%	36%	38%	39%	41%
VAN	\$ 21.415,79	\$ 19.274,22	\$ 20.345,00	\$ 21.415,79	\$ 22.486,58	\$ 23.557,37
PAYBACK	2,79	2,51	2,65	2,79	2,92	3,06

Elaborado por: La Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.7.10. Gastos de Ventas

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

No se realizará este análisis dado que no afectará a la empresa como los otros seleccionados.

7.8. Balance General

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

Tabla 59: Índice de liquidez

ÍNDICE DE LÍQUIDEZ						
		2014	2015	2016	2017	2018
<u>Liquidez Corriente</u>	Activo Corriente	\$ 1,28	\$ 2,49	\$ 5,07	\$ 12,99	\$ -
	Pasivo Corriente					

Elaborado por: La Autora

7.8.1.2 Gestión

Los índices de gestión permiten identificar si la empresa es eficiente para pagar sus deudas a corto plazo con sus proveedores y la fecha de pago de los mismos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 60: Índices de Gestión

ÍNDICE DE GESTIÓN						
		2014	2015	2016	2017	2018
<u><i>Índice de rotación de activos totales</i></u>	Ventas Netas	\$ 4,04	\$ 3,63	\$ 3,21	\$ 2,77	\$ 2,40
	Activos Totales					

Elaborada por: La Autora

7.8.1.3 Endeudamiento

Este índice se refiere a que si la empresa es capaz de cumplir sus obligaciones a largo plazo con el préstamo bancario.

Tabla 61: Ratios de Endeudamiento

ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO						
		2014	2015	2016	2017	2018
<u><i>Nivel de Endeudamiento</i></u>	Pasivo Total	\$ 0,47	\$ 0,30	\$ 0,17	\$ 0,07	\$ 0,00
	Activo Total					
<u><i>Apalancamiento</i></u>	Pasivos Totales	\$ 0,88	\$ 0,44	\$ 0,21	\$ 0,08	\$ 0,00
	Patrimonio Total					

Elaborado por: La Autora

7.8.1.4 Rentabilidad

Como su nombre lo menciona este índice evalúa la rentabilidad del negocio, a continuación se la detalla:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 62: Ratios de Rentabilidad

		ÍNDICE DE RENTABILIDAD				
		2014	2015	2016	2017	2018
<u>Margen de Utilidad sobre las ventas</u>	<u>Utilidad Neta</u>	7,30%	7,11%	8,27%	9,95%	10,94%
	Ventas Netas					
<u>Margen Bruto de Utilidad</u>	<u>Ventas - Costo Ventas</u>	71,43%	72,55%	73,63%	74,67%	75,67%
	Ventas					
<u>Rendimientos sobre activos</u>	<u>Utilidad Neta</u>	29,50%	25,81%	26,53%	27,51%	26,26%
	Activos Totales					

Elaborado por: La Autora

7.9. Conclusión Financiera

Finalmente, podemos concluir que implementar en la ciudad de Guayaquil una empresa para la comercialización de adornos para el hogar hechos de materiales reciclados es factible con una Tasa de Inversión de Retorno del 38%.

La inversión inicial para la ejecución del negocio es de \$22,980.48 donde se realizará un préstamo bancario de \$16,086.34 a 60 meses plazo con un tasa mensual de 0.93% (BCE).

Tres meses antes del lanzamiento de los productos se comenzará a gestionar los permisos de funcionamiento, permiso de bomberos, registro de marca y creación de página web y redes sociales. La empresa anualmente deberá vender 5.883 unidades para quedar en punto de equilibrio y no tener pérdidas.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

Detalles Verdes realizará el siguiente plan de contingencia, en caso de que alguna adversidad interna o externa no le permita desarrollarse de la manera prevista. Este plan servirá para identificar los posibles riesgos a los que se pueda ver enfrentada la empresa.

El siguiente plan está basado en supuestos para ayudar a la empresa a salir adelante frente algunos imprevistos que puedan ocurrir.

8.1.1. Principales riesgos

De acuerdo a la naturaleza del negocio alguno de los principales riesgos que se pueden generar son los siguientes:

Ilustración 42: Principales Riesgos



Elaborado por: La Autora

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Con el fin de poder tomar las mejores decisiones frente a los posibles riesgos que se puedan desarrollar, se ejecutarán reuniones trimestralmente para analizar y verificar si han existido inconvenientes que han afectado el rendimiento de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Para estas reuniones se ha creado la siguiente tabla de impacto que se puedan generar en caso de ocurrir alguno de los riesgos mencionados anteriormente:

Tabla 63: Lista de riesgos y sus impactos

Nivel	Clase de impacto	Descripción del impacto	Calificación de impacto
5	Catastrófico	Reducción de las ventas en 85% Pésima imagen al cliente Devolución por inconformidad de adornos Pérdida de credibilidad y confianza	100 %
4	Alto	Reducción de las ventas en 50% Mala imagen Mala publicidad No reconocimiento	80%
3	Moderado	Reducción de las ventas un 20% Pérdida de clientes Mala imagen	50%
2	Bajo	Reducción de ventas en 10% Deterioro de relación con clientes No satisfacción a sus necesidades	30%
1	Insignificante	No hay mayor consecuencia de desagrado con lo ofrecido.	10%

Elaborado por: La Autora

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Antes de las reuniones gerenciales, cada gerente departamental se encuentra encargado de realizar verificación en cada uno de sus procesos para evaluar si se están cumpliendo los índices de calidad y de servicio interno – externo, caso contrario, se debe reportar para tomar decisiones a tiempo y evitar los riesgos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

A continuación se detalla el monitoreo y control de riesgo que mantendrá *Detalles Verdes* para el plan de contingencia:

Tabla 64: Plan de control de riesgo

Riesgo	Nivel de Riesgo	Instrumento de supervisión	Periodo	Responsable	Indicadores
Durabilidad de productos	Medio	Entrevistas y reuniones personales con los clientes	Trimestral	Vendedores	Demanda Satisfacción de los clientes.
Pocas Ventas	Bajo	Visitas realizadas semanalmente a la tienda y cuáles de estas han resultado en compras	Semanal	Gerente de Comercialización	Análisis del mercado Gustos y preferencias clientes
Disminución en el PIB	Bajo	Noticias e informes del BCE	Mensual	Gerente General	Incrementos o disminución del PIB.
Competencia Extranjera	Media	Verificación de empresas que se dediquen a producir productos similares	Trimestral	Gerente de Producción	Números de competidores nuevos en el mercado.
Permisos Ambientales	Bajo	Normativas e informes del Ministerio del Ambiente	Mensual	Gerente de Producción	Reportes Ministerio del Ambiente

Elaborado por: La Autora

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Cada trabajador de *Detalles Verdes* tiene una responsabilidad de control de los riesgos en periodos determinados en el literal 8.2.1. Sin embargo, trimestralmente, en caso de ser necesario, se implementará una reunión con anticipación para mitigar con urgencia los daños causados a la empresa.

8.2.3. Reporte del riesgo

En caso que se ocasione algunos de los riesgos mencionados, cada responsable deberá realizar un reporte al Gerente General, donde se mencione los posibles problemas que pueda generar a la empresa y las soluciones respectivas.

8.2.4. Estrategias de Salida

Algunas estrategias de salidas a eventos que puedan afectar la rentabilidad de la empresa son las siguientes:

- Liquidación de los activos de la empresa.
- Mantener el negocio en familia
- Vender la empresa a los empleados
- Vender a otra empresa.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

El plan de contingencia que plantea *Detalles Verdes* es realizar alianzas estratégicas con los supermercados, tiendas, y puntos comerciales importantes del país para aumentar el reconocimiento de la marca, enfocados siempre en el buen servicio al cliente y cubriendo las necesidades de las mujeres para la decoración del hogar. También se estima ampliar las líneas a otros productos ecológicos.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9. CONCLUSIONES

Crear una empresa para producir y comercializar adornos para el hogar hechos a partir de materiales reciclados, en la ciudad de Guayaquil, es factible, así lo demuestra la investigación realizada a una muestra de 384 mujeres entre 18 y 55 años de edad de clase socioeconómica media-alta, donde se logró determinar una demanda potencial de 118,144 y una demanda real de 107,956 teniendo como resultado una demanda insatisfecha de 10,188 mujeres.

La investigación de mercado proporcionó información justa y necesaria para conocer el estilo de vida y necesidades del mercado meta logrando desarrollar estrategias de marketing, como por ejemplo la necesidad de implementar la creación de una página web que ofrezca servicio a domicilio como valor agregado aunque un poco limitante por la restricción de sectores (medio de transporte bicicleta). Inclusive utilizar redes sociales que actualmente sirven como un buen ejemplo para mantener comunicado de novedades a los clientes. Los aspectos a resaltar son los siguientes:

- el poder adquisitivo de las mujeres en comprar cada quince días adornos con ingresos promedio entre \$518 y \$719
- decorar, renovar y tener una casa exclusiva para ellas y sus invitados las motiva a complementar la belleza innata de sus hogares con adornos
- viernes, sábados y domingos son los días selectos para realizar compras acompañadas en su mayoría por sus parejas o madre
- diseño, calidad y promociones es un valor agregado que muchas veces incide en la compra.
- Los lugares donde actualmente se compra adornos para el hogar son Pycca y De Prati cuyo rango de precios en general es \$10-\$41.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Lo mencionado anteriormente, muestra que los objetivos de la investigación fueron logrados e inclusive se pudo cumplir que la inversión inicial no sea superior a \$30,000 obteniendo una rentabilidad de 7,3% en el primer año.

Detalles Verdes, puede llegar a aumentar sus ventas anualmente en 9,30% que es el porcentaje que mueva la industria de productos para el hogar, cumpliendo así uno de sus objetivos crecer aproximadamente 8%. Sin embargo en los estados financieros, podemos observar que no es posible lograr en el segundo año un margen neto superior al 12%, sino un valor menor que es 7,11%, por lo que se debería analizar reducir gastos administrativos innecesarios. A pesar, que este objetivo no pueda ser alcanzado, el negocio resulta ser rentable al tener una TIR del 38% con una recuperación de la inversión inicial en 2 años 9 meses.

Utilizando todas estas herramientas investigadas a lo largo del trabajo de titulación permitirá que *Detalles Verdes* sea reconocido y pueda lograr posicionarse en la ciudad de Guayaquil por la venta de adornos únicos, innovadores, fabricados de una manera distinta que proteja al medio ambiente.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

10.RECOMENDACIONES

Detalles Verdes debe aprovechar este momento en el cual no existen competidores que ofrezcan los adornos hechos en material reciclado para empezar sus operaciones y ser pionero en esta nueva forma de negocio que existe en otros países, pero en Ecuador y en Guayaquil no es conocido. Este proyecto sería un boom que cambiaría la perspectiva y el estilo de vida de muchos ciudadanos, aunque se corre el riesgo que ocurra todo lo contrario dado que las personas no estén dispuestas a modificar su cultura actual.

Detalles Verdes como su nombre lo indica es amigable con el medio ambiente por tal motivo, basándose en esta forma que lo caracteriza debe buscar nuevas oportunidades que existan en el mercado. Por ejemplo considerar que el Ministerio del Ambiente y este gobierno esté empezando apoyar negocios similares que busquen cuidar el ambiente podría buscar establecer relaciones estratégicas o de alianza con estos ministerios para obtener mayor reconocimiento en su marca dentro de la ciudad, e inclusive dentro del país, pudiendo lograr con esto poder expandirse en otras ciudades.

Reducir, reutilizar y reciclar se utiliza no sólo en adornos para el hogar, por lo que se podría desarrollar nuevas marcas de otros productos como ropa, cartera, zapatos e inclusive muebles, dado que todos estos pueden ser creados a partir del reciclaje.

Con respecto al servicio al cliente a domicilio que se brinda a sectores cercanos, se podría aumentar el recorrido a otros sectores de la ciudad, pero para esto se debería incurrir en gastos de personal y en compra de activos fijos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Finalmente, para el éxito del negocio se debe tomar decisiones basados en la expectativa y necesidades de los clientes no solo de los dueños, ya que son los potenciales clientes los que le otorgan el suceso o el fracaso a la empresa. Para evitar que suceda esto los empleados de *Detalles Verdes deben trabajar en equipo*, manteniendo una buena relación laboral y comunicación entre todos sus departamentos con el fin de ofrecer un buen servicio y calidad en todos los productos.

CAPÍTULO 11

FUENTES

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

11. FUENTES

- Entrepreneur Magazine. (2012). *Green Business*. New York: Entrepreneur Media, Inc.
- Ackerman, F. (1997). *Why do we recycle?* Washington: Island Press.
- Arqpress. (22 de Abril de 2009). *La machine à habiter*. Recuperado el 9 de Marzo de 2013, de <http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/137>
- Banco Central de Ecuador. (Septiembre de 2011). *Análisis de las Cuentas Nacionales Trimestrales*. Recuperado el 20 de Febrero de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt63/come76.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Buen Desempeño Económico de Ecuador le permite crecer en 4%*. Recuperado el 9 de Mayo de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/ComunicacionMedios/Actividades/Comunicacion0109052013.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2013). *Ecuador: Reporte Mensual de Inflación*. Recuperado el 9 de Mayo de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201303.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Tasas de Interés Abril 2013*. Recuperado el 28 de Abril de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFian/TasasInteres/Indice.htm>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Barletta, M. (2003). *Marketing to Women: How to understand, reach, and increase your share of the world’s largest market segment*. Chicago: Dearborn Trade Publishing.
- Barra, P. (2011). *Una posible solución al problema global del plástico*. Recuperado el 26 de Enero de 2013, de Mundo Acuícola Pesquero: <http://www.mundoacuicola.cl/comun/?modulo=3&cat=1&view=1&idnews=141>
- Beaser, D. R., & V.C. Hill, J. (1996). *Manual Joslin para la Diabetes: Un programa para el manejo de su tratamiento*. Boston: Simon&Schuster.
- Bolsa de Valores de Quito. (24 de Enero de 2006). *Ley de Mercado de Valores*. Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de Normativas: http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/110128030015-8e07b1fda10c4caa96ea3c6fc39fc35e_mervalores.pdf
- Bravo, M. (2012). *Reciclar, un mecanismo que crece desde 1970 en Ecuador*. Recuperado el 20 de Enero de 2013, de Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio: <http://www.amchamecuador.org/publicaciones.php?titulo=3355>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2013). *Muy Ilustre Municipio de Guayaquil*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de Trámite que usted puede realizar: http://www.lacamara.org/website/index.php?option=com_content&view=article&id=116:muy-ilustre-municipio-de-guayaquil&catid=69:organismos-publicos&Itemid=100

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Carreto, J. (2008). *Estrategia de producto*. Recuperado el 25 de Febrero de 2013, de Plan de mercadotécnica: <http://mktplanjc.blogspot.com/2009/03/estrategia-de-producto.html>
- Chan, D. M. (2007). *Un porvenir más seguro*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud.
- Cielsa, W. M. (1996). *Cambio climático, bosques y ordenación forestal*. Roma: FAO.
- Constitución del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Asamblea Constituyente*. Recuperado el 23 de Enero de 2013, de <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>
- Corporación Mucho Mejor Ecuador. (2012). *Requisitos de afiliación* . Recuperado el 18 de Abril de 2013, de <http://www.muchohomejorecuador.org.ec/requisitos>
- Coulter, R. (2005). *Administración* (8tava edición ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Cumbre Internacional del Medio Ambiente. (7 de Junio de 2011). *Tips de reciclaje*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, de Reciclaje: <http://cimaecuador.com/2011/reciclaje>
- Decreto Ejecutivo 987. (30 de Diciembre de 2011). *Reglamento a la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de Ingresos del Estado*. Recuperado el 9 de Marzo de 2013, de http://www.industrias.ec/archivos/file/AMBIENTE/REGLAMENTO_LEY_FOMENTO_AMBIENTAL.pdf

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Deen, T. (Marzo de 2011). *Inter Press Service*. Recuperado el 25 de Enero de 2013, de Escasez afectará a la mitad del planeta: <http://ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=91509>
- Diario ABC, S.L. (14 de Febrero de 2012). *Noticias*. Recuperado el 16 de Enero de 2013, de Dos estudios confirman los efectos de la contaminación sobre la salud: <http://www.abc.es/salud/noticias/estudios-confirman-efectos-contaminacion-sobre-11287.html>
- Diario El Comercio. (21 de Octubre de 2012). El consumo nacional camina a niveles récords este año. *El Comercio*, pág. 8.
- Diario El Telégrafo. (27 de Octubre de 2012). Ecuador marca récord Guinness por reciclaje de botellas de plástico. pág. 5.
- Diario Formosa. (11 de Agosto de 2012). *Compras online: un hábito que sigue en aumento entre las mujeres profesionales*. Recuperado el 27 de Enero de 2013, de <http://www.diarioformosa.net/notas/16177/compras-online-unhabito-que-sigue-en-aumento-entre-las-mujeres-profesionales>
- Diario Hoy. (28 de Agosto de 2011). Carros, los que más contaminan. pág. 3.
- Diario Hoy. (16 de Abril de 2013). *El sector privado emplea a los ecuatorianos*. Recuperado el 5 de Mayo de 2013, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-sector-privado-emplea-a-los-ecuatorianos-578883.html>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Domínguez, H. M., & Saenz Vaca, F. (Junio de 2006). *Centro de Domótica Integral*. Recuperado el 9 de Marzo de 2013, de Domótica: Un enfoque socioeconómico: http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/intl/libro_domotica.pdf
- Eco Products Inc. (1993-2013). *Our Story*. Recuperado el 2 de Febrero de 2013, de http://www.ecoproducts.com/our_story.html
- El Universo. (16 de Octubre de 2011). 85% de la basura del país contamina ríos y áreas baldías. pág. 10.
- El universo. (1 de Abril de 2013). Al sector de los servicios apunta sello de consumo. *Economía* , pág. 5.
- Enríquez, C. (18 de Septiembre de 2012). Apenas el 4% las patentes que se solicitan al IEPI es de ecuatorianos. *El Comercio* , pág. 8.
- Expoplaza. (2011). *Feria de muebles*. Recuperado el 18 de Febrero de 2013, de Estadísticas: <http://www.expoplaza.ec/ferias/mueble/descripcion/estadisticas>
- Fundación Avina. (2010). *Hacia la inclusión social y económica de los recicladores del Ecuador*. Cuenca: Advance Consultora.
- Gil Juárez, A., Borrás, V., Juanola, E., & Samuel Lajeunesse, J. F. (2004). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
- GreenGift. (2012). *Conócenos*. Recuperado el 3 de Febrero de 2013, de Nosotros: <http://www.greengift.com.ar/conoce-green-gift/>
- GreenPeace Argentina. (14 de Diciembre de 2010). *Ley Basura Cero*. Recuperado el 25 de Enero de 2013, de Principales aspectos de la Ley

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Basura Cero en Buenos Aires:

<http://www.greenpeace.org/argentina/es/campanas/contaminacion/basura-cero/Ley-Basura-Cero/>

- Hartung, A. (20 de Marzo de 2013). *Comprar online: la tendencia en crecimiento donde mandan las mujeres*. Recuperado el 31 de Marzo de 2013, de La Tercera: <http://www.biut.cl/home/2013/03/comprar-online-la-tendencia-en-crecimiento-donde-mandan-las-mujeres/>
- Hodge, O. (Dirección). (2007). *Documental Guerrero de la Basura* [Película].
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2012). *Noma Técnica Ecuatoriana*. Recuperado el 18 de Abril de 2013, de Disposición de Desechos plásticos post-consumo: <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2634.2012.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2013). *Signos distintivos*. Recuperado el 17 de Febrero de 2013, de <http://www.iepi.gob.ec/index.php/propiedad-intelectual/propiedad-industrial/signos-distintivos>
- Instituto Nacional de Compras Públicas. (2008-2013). *Sistema Oficial de Compras Públicas*. Recuperado el 16 de Febrero de 2013, de <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/FO/paso1.cpe>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011). *Reporte Anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicación*. Recuperado el 18 de Febrero de 2013, de Equipamento del hogar: https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:0BvMtzDfDh0J:www.elcomercio.com/negocios/Reporte-estadisticas-comunicaciones-INEC-PDF_ECMFIL20120220_0001.pdf+estadisticas+de+compra+de+mujeres&hl=es-

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Ley de Régimen Tributario Interno. (2006). *Normas Generales*. Recuperado el 28 de Abril de 2013, de http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-relacionada/ley-organica-de-regimen-tributario-interno/110624144309-68f1224b0f494f83878d9433ffe60469_leytribinterno.pdf
- Leyva, M. N. (Agosto de 2011). *El reciclaje de PET está en su mejor momento*. Recuperado el 26 de Enero de 2013, de Plástico: http://www.plastico.com/tp/secciones/TP/ES/MAIN/IN/ARTICULOS/doc_84014_14_HTML.html?idDocumento=84014
- Livia, W. P. (2007). *Estrategias Ambientales de las 3R a las 10 R*. Bogotá: ECOE.
- Ludevid, M., & Ollé, M. (1994). *Como crear su propia empresa* (2da Edición ed.). Barcelona: Marcombo Boixareu Editores.
- Meadows D., R., & Meadows, D. (2004). *Limits to Growth: The 30 year update*. Kindle Edition.
- Miller, T. (2012). *Ciencia Ambiental: Preservemos la Tierra* (5ta Edición ed.). España: Cengage Learning.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (10 de Enero de 2013). *Sector manufacturero industrial aporta al crecimiento económico del país*. Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de <http://www.industrias.gob.ec/sector-manufacturero-industrial-aporta-al-crecimiento-economico-del-pais/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Ministerio del Ambiente. (1ero de Julio de 2012). *Punto Verde*. Recuperado el 19 de Febrero de 2013, de <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>
- Morral, F. P. (2004). *Hacia un currículum para una ciudadanía global*. Barcelona: Intermón Oxfam.
- Muller, A., & Mitchell, J. E. (2011). *Compulsive Buying*. New York: Taylor and Francis Group.
- Nielsen. (6 de Julio de 2011). *Las mujeres viven con más igualdad pero más estrés por sus obligaciones*. Recuperado el 9 de Marzo de 2013, de Noticias: <http://es.nielsen.com/news/20110706.shtml>
- Ochoa, G. M., Herrero Olaizola, J., Cantera Espinosa, L., & Montenegro
- Martínez, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria*. Barcelona: UOC.
- Procuraduría General del Estado. (Julio de 2011). *Código del Trabajo*. Recuperado el 24 de Febrero de 2013, de Descargas: www.pge.gob.ec/es/documentos/doc.../225-codigo-del-trabajo.html
- Quinlan, M. L. (2003). *Just Ask a Woman: Cracking the Code of What Women Want and How they Buy*. New Jersey: Jhon Wiley& Sons, Inc.
- Radio Sucre. (28 de Agosto de 2012). *Primera planta de reciclaje de desechos electrónicos en Ecuador*. Recuperado el 19 de Febrero de 2013, de http://www.radiosucra.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=26840:primera-planta-de-reciclaje-de-desechos-electronicos-en-ecuador&catid=3:sucesos&Itemid=77

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Revista Hola. (Diciembre de 2009). *¿Es genética la pasión de las mujeres por las compras?* Recuperado el 27 de Enero de 2013, de Un estudio revela las diferencias en la forma de ir de compras entre hombres y mujeres: <http://www.hola.com/actualidad/2009121011770/compras/diferencias/estudio/>
- Revista Soy Entrepreneur. (Septiembre de 2010). *Claves del marketing para mujeres.* Recuperado el 27 de Enero de 2013, de Las mujeres son las que toman la decisión de compra en los hogares. Haz una estrategia de marketing y véndele a los mejores consumidores.: <http://www.soyentrepreneur.com/claves-del-marketing-para-mujeres.html>
- Revista Vistazo. (2011). El negocio de la basura. *Vistazo* , 12.
- Sampieri, D. R., Hernández Sampieri, D. R., & Baptista Lucio, D. M. (2010). *Metodología de la investigación.* México D.F.: McGraw-Hill.
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2006). *La investigación ambiental para la toma de decisiones.* México D.F.: INE-SEMARNAT.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (31 de Octubre de 2012). *Ecuador persigue mayor eficiencia en sus políticas ambientales.* Recuperado el 19 de Febrero de 2013, de <http://www.planificacion.gob.ec/ecuador-persigue-mayor-eficiencia-en-sus-politicas-ambientales/>
- Servicio de Rentas Internas. (2010). *Grandes Contribuyentes y Otros.* Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de Listado de Grandes Contribuyentes identificados por el Servicio de Rentas Internas, el sector al

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

que pertenecen y su ranking desde el año 2005:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/34@public>

- Servicio Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009-2013). *Plan del Buen Vivir*. Recuperado el 23 de Enero de 2013, de Objetivos para el Buen Vivir: <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-4;jsessionid=F897EDE2ADDE2655FA0BDF40DA528646.nodeaplan>
- Sistema de Administración Forestal. (2012). *Acerca del SAF*. Recuperado el 27 de Enero de 2013, de Ministerio del Medio Ambiente: <http://saf.ambiente.gob.ec/index.php/acerca-del-saf>
- Soriano, D. C. (1990). *Instrumentos de Análisis del Marketing Estratégico*. Madrid: MAPCAL S.A.
- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2012). *Resolución No. JB-2012-2225*. Recuperado el 20 de Febrero de 2013, de http://www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/2012/resol_JB-2012-2225.pdf
- Superintendencia de Compañías. (2012). *Referencias y Manuales*. Recuperado el 29 de Abril de 2013, de <http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=5e9d17e41f784ae361ada1d0817186f6&ubc=Principal/%20Requisitos>
- Taylor, R. B. (2011). *Medical Writing: A Guide for Clinicians, Educators, and Researchers*. Oregon: Springer.
- Tetra Laval Group. (2011). *PET: La Nueva Tendencia*. Recuperado el 20 de Febrero de 2013, de <http://www.sidel.mx/inline-magazine/pet-la-nueva-tendencia>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Universidad Católica Santiago de Guayaquil y Sistema de Investigación y Desarrollo. (2011). *Determinación del grado de pertinencia de los proyectos de investigación-Convocatoria 2011*. Recuperado el 23 de Enero de 2013, de <http://www2.ucsg.edu.ec/dmdocuments/sinde-Gua%20Grado%20de%20Pertinencia.pdf>
- Vaquero, M., Alonso, S., García- Catalán, S., Garcí Hernández, A., Gómez de Soler, B., Rettig, D., y otros. (2012). *Journal of Archeological Science* (Vol. 39). Tarragona, España: Elsevier.
- Vásconez, L. (8 de Junio de 2011). En Guayaquil se quedan alrededor de 700 toneladas de basura sin recoger. *Hoy* , pág. 5.
- Visita Ecuador. (2011). *Guayaquil*. Recuperado el 20 de Enero de 2013, de Datos Generales: <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=361&informacion=3>
- Welch, M. (2012). *En Tendencia: Accesorios para el hogar que definen una habitación*. Recuperado el 26 de Enero de 2013, de EHOW : http://www.ehowenespanol.com/tendencia-accesorios-hogar-definen-habitacion-funcion_205612/

CAPÍTULO 12

ANEXOS

12. ANEXOS

12.1. Contrato de Prestación de Servicios

Comparecen a la celebración del presente contrato, por un lado la compañía *Detalles Verdes*, cuyo representante legal es la Srta. Andrea González, a quien en adelante y para propósito del presente contrato se la denominará como EL CONTRATANTE; y, por otra parte la Compañía *RECUPAC S.A.*, cuyo Gerente General es el Sr. Isidro Pereda, a quien en adelante se le denominará simplemente como EL PROVEEDOR; los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Guayaquil, hábiles para contratar, como en efecto lo hacen al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- ANTECEDENTES: EL CONTRATANTE es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a producir, comercializar, vender y distribuir adornos hechos de materiales reciclados en la ciudad de Guayaquil. EL PROVEEDOR es una empresa legalmente constituida en el Ecuador, que se dedica a la compra y venta de materiales reciclados como el plástico, papel, cartón, revistas, periódicos y chatarras. Debido a que EL CONTRATANTE necesita un alto volumen mensual de materiales reciclados y EL PROVEEDOR tiene suficiente inventario, ambas partes deciden celebrar el contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA.- OBJETO: Mediante el presente documento, EL CONTRATANTE contrata los servicios lícitos y personales de EL PROVEEDOR con el fin de que se desempeñe como encargada/o de suministrar materiales reciclados de todo tipo de papel y cartón al CONTRATANTE.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CLÁUSULA TERCERA.-PROCEDIMIENTO: En tal sentido, las funciones lícitas que EL PROVEEDOR y EL CONTRATANTE deberán cumplir serán las siguientes:

- EL PROVEEDOR entregará máximo el 10 de cada mes los suministros.
- EL PROVEEDOR notificará con máximo 2 semanas de anticipación, en caso de no tener suministros suficientes.
- La entrega de los suministros es en la oficina del CONTRATANTE, ubicada en la ciudadela Miraflores.
- EL CONTRATANTE se compromete a pagar a tiempo todas las compras realizadas al PROVEEDOR.

CLÁUSULA CUARTA.-PLAZO.-La vigencia del contrato es por 1 año, contados a partir de la suscripción del presente contrato.

CLÁUSULA QUINTA.- PRECIO.- Las partes acuerdan pagar un precio justo por los suministros reciclados brindados.

CLÁUSULA SEXTA.- CONFIDENCIALIDAD.- En vista de que EL PROVEEDOR tendrá acceso a información Confidencial, tanto proveniente de los clientes de EL CONTRATANTE, como del volumen de ventas; se compromete y obliga a guardar absoluta reserva respecto a toda la información a la que tenga acceso. La información confidencial a la que EL PROVEEDOR tenga acceso no podrá ser divulgada a ningún tercero, y por ningún motivo. Esta prohibición estará vigente hasta cinco años después de la finalización del presente contrato. En caso de comprobarse negligencia, dolo o culpa leve por parte de EL PROVEEDOR en la divulgación de información confidencial, EL

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CONTRATANTE podrá terminar unilateralmente el presente contrato sin perjuicio de las acciones legales que pueda iniciar.

CLÁUSULA SEPTIMA.- ARBITRAJE: Las Partes se comprometen a ejecutar de buena fe las obligaciones recíprocas que contraen mediante este Contrato y a realizar todos los esfuerzos requeridos para superar, de mutuo acuerdo, cualquier controversia. Toda controversia o diferencia derivada de la aplicación, validez, interpretación, nulidad o cumplimiento del presente Contrato será resuelta con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Para constancia de todo lo acordado en el presente contrato y ratificándose en todas y cada una de las cláusulas, las partes lo suscriben en original y una copia en la ciudad de Guayaquil a los días.....del mes de.....del año 2013.

EL CONTRATANTE

Representante Legal

Detalles Verdes

EL PROVEEDOR

Gerente General

RECUPAC S.A.

12.2. Código de Ética Detalles Verdes

Objetivo: Mejorar continuamente las relaciones laborales entre todos los trabajadores, proveedores e inclusive con los clientes de Detalles Verdes. Basados principalmente en la ética profesional de los mismos.

Alcance: El presente documento aplica para todos los colaboradores de *Detalles Verdes*.

Responsabilidades: Cada uno de los trabajadores es responsable del cumplimiento del presente código de ética.

Política de Conducta:

- Actuar con integridad, lealtad y honestidad en todas las actividades realizadas.
- Cumplir con el compromiso de proteger el medio ambiente.
- Respeto con los compañeros de trabajo.
- Trabajo en equipo para solucionar inconvenientes.
- Uso adecuado y protección de los bienes de la empresa.

Aplicación del código de ética en:

- Responsabilidad social empresarial de todo el impacto que genera las operaciones de la empresa.
- Responsabilidad por las personas e igualdad de oportunidades, no existen ningún tipo de discriminación todos los trabajadores, son tratados de la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

misma manera y tienen las mismas oportunidades de desarrollarse en la empresa.

- Información Confidencial del proceso productivo y demás de la empresa.
- Corrupción y soborno, no es permitido bajo ninguna circunstancia.

12.3. Guía de preguntas grupo focal

- ¿Qué opina acerca de la contaminación?
- ¿Cuáles ustedes piensan son las principales causas que genera la contaminación?
- ¿Qué tipo de materiales ustedes desechan a la basura?
- ¿Saben que se hace con la basura una vez es recolectada?

Presentación de videos animados de las consecuencias de la contaminación y sobre la teoría de las 3R's.

- ¿Han escuchado sobre reciclaje? ¿Qué han escuchado?

A continuación se muestran imágenes de cuatro adornos:

- ¿Saben de qué están hechos estos adornos para la decoración de su hogar?
- ¿Los utilizarían para la decoración de su hogar, por qué?
- ¿Para qué lugares del hogar le agradaría comprar estos adornos y con cuánta frecuencia?
- ¿Considera que podría haber una diferencia entre adornos hechos de materiales reciclados versus los tradicionales?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

12.4. Formato Encuesta

Código

<u>Edad (1)</u>	<u>Ingresos (2)</u>	<u>Sector (3)</u>
	De \$318-\$518.....1	Norte.....1
De 18 a 25 años.....1	De \$519-\$719.....2	Centro.....2
De 26 a 35 años.....2	De \$720- \$920.....3	Sur.....3
De 36 a 45 años3	De \$921-\$1,121.....4	Otros.....4
De 46 a 55 años.....4	De \$1,121 a más.....5	

FECHA: _____ **ENCUESTA POR:** _____

1. ¿Compra adornos para su hogar? (4)

1.- Sí → ¿Por qué? **RM (5-7)** _____ CONTINUAR

2.- No → TERMINAR

2. ¿Estaría dispuesto a comprar adornos para el hogar hechos de materiales reciclados? (8)

1.- Sí → CONTINUAR

2.- No → TERMINAR

3. ¿Qué tipos de adornos generalmente suele comprar para los diferentes lugares del hogar?

Sala-Comedor **RM (9-11)** _____

Cocina **RM (12-14)** _____

Habitaciones **RM (15-17)** _____

Baños **RM (18-20)** _____

Jardín **RM (21-23)** _____

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4. ¿Quién lo acompaña a comprar adornos en su hogar? **RU(24)**

Pareja	1
Mamá	2
Papá	3
Hijo	4
Hija	5
Abuela	6
Otros (especificar) _____	

5. ¿Qué día en la semana usted compra adornos? **RU(25)**

Lunes	1
Martes	2
Miércoles	3
Jueves	4
Viernes	5
Fines de Semana	6

6. ¿Con qué frecuencia compra adornos para el hogar? **RU(26)**

1	Cada semana
2	Cada quince días
3	Cada mes
4	Cada 2 meses
	Otras especificar

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7. ¿En cuáles de los siguientes almacenes o lugares habitualmente compra los adornos? **RM**
8. ¿En cuál de los siguientes almacenes o lugares ha tenido una mala experiencia y no volvería a comprar? **RU**

<u>Lugares o Almacenes</u>	(27-31) 7	(32) 8
Centro de la ciudad	1	1
Bahía	2	2
Pycca	3	2
De Prati Hogar	4	4
Casa Tosi	5	5

9. De acuerdo al lugar donde usted compra adornos para el hogar, ¿cuánto es el rango que paga aproximadamente por los mismos en las siguientes categorías? **RU (33-36)**

<u>Categorías</u>	\$10-\$25	\$26-\$40	\$41-\$56	Más de \$57
Sala-Comedor (33)	1	2	3	4
Cocina (34)	1	2	3	4
Habitaciones (35)	1	2	3	4
Baños (36)	1	2	3	4
Jardín (37)	1	2	3	4

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

10. ¿Cuáles son las características esenciales del adorno que la motiva a comprar? **RM**

(38-42)

Calidad	1
Diseño	2
Crédito	3
Precio	4
Promociones	5

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los adornos hechos de materiales reciclados en las diferentes categorías?

RU (43-47)

<u>Categorías</u>	\$10-\$25	\$26-\$40	\$41-\$56	Más de \$57
Sala-Comedor (43)	1	2	3	4
Cocina (44)	1	2	3	4
Habitaciones (45)	1	2	3	4
Baños (46)	1	2	3	4
Jardín (47)	1	2	3	4

12.5. Proceso Productivo

Etapa de Compras

1. Elaboración de pedidos a proveedor.- Todos los quince de cada mes se realizará un análisis de la cantidad requerida de materia prima, de acuerdo a la demanda de clientes para el inventario.

2. Recepción de materia prima (desechos y material decorativo).- Se receipta los suministros del proveedor máximo el primer día hábil de cada mes en la oficina-tienda de la empresa, ciudadela Miraflores, calle 5ta, en la avenida principal. En caso de que los desechos sean vendidos por los clientes, se los receiptará los días sábados de 09h00 a 17h00 en la misma dirección. Los materiales decorativos como pintura, telas y velas serán almacenados una vez sean recibidos.

3. Clasificación de desechos.- De acuerdo a los desechos solicitados previamente y una vez recibidos los mismos, se los clasifica de acuerdo al tipo de materia prima que pertenece, es decir en papel, cartón, plástico, vidrio, lata, entre otros. Lo mismo aplica en caso de ser desechos vendidos por los clientes.

4. Limpieza de los desechos según su estado.- En caso que los suministros no estén en buen estado, se procede a limpiarlos con agua para darle un mejor aspecto en el caso del vidrio y el plástico. De esta manera, se ahorra tiempo al momento de seleccionarlo para producir el producto final.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5. Almacenamiento en bodega.- Se procede a organizar estos desechos en la bodega de la empresa por el tipo de materia prima al que pertenecen.

Etapa de Diseño y Manualidades

1. Bosquejo del diseño de adorno.- Con el fin de aprovechar todo el inventario de material desechado se hace un bosquejo del diseño de adorno para el hogar.

2. Selección de materiales.- los materiales que se pueden utilizar para obtener un producto final innovador y único.

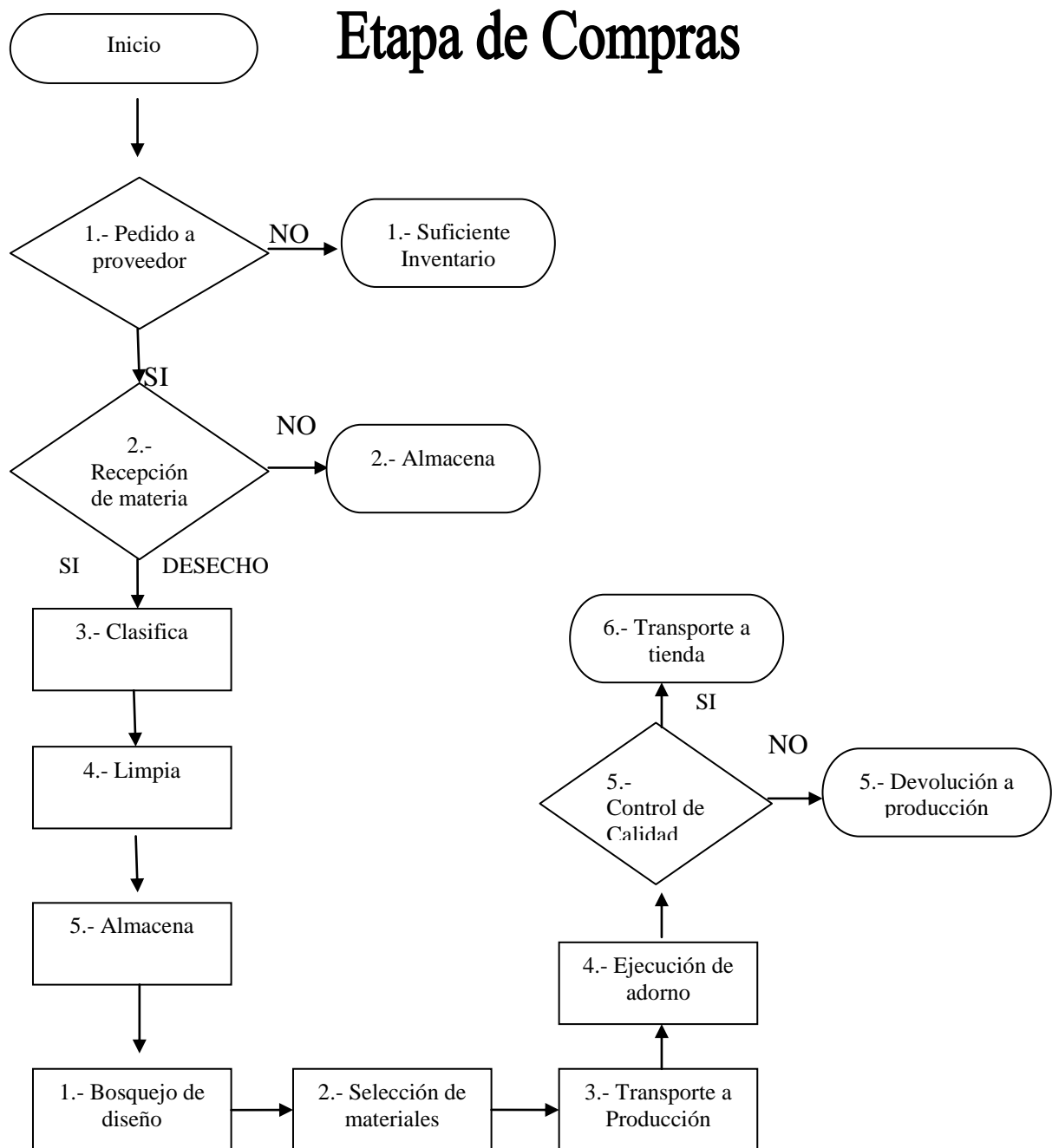
3. Transportación de bodega al área de producción.- Una vez seleccionado el diseño y materiales requeridos para la creación del producto final, son transportados al área de producción para la elaboración del adorno.

4. Ejecución del adorno.- Con el desarrollo de los pasos anteriores se procede a la realización del producto final.

5. Verificación del control de calidad.- Cuando el adorno haya sido concluido el Gerente de Producción se encargará de revisar el buen estado del producto final para garantizar la entrega de un producto de calidad.

6. Transportación del área de producción a la tienda comercial.- Finalizado el adorno es transportado a la tienda para la exhibición del mismo al cliente final.

12.6. Flujograma



Etapa de Diseño y Manualidades

CAPÍTULO 13

MATERIAL

COMPLEMENTARIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ADORNOS HECHOS DE MATERIALES RECICLADOS, R3, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

