



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

Análisis de viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial

Línea de investigación:

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad Gerencia, Planificación, Dirección y/o Control de Empresas

Autor:

JOSÉ LUIS BALSECA RIERA

Directora:

MS. EC. JOYCE MORA

AMBATO-ECUADOR

Diciembre 2018

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO

Hoja De Aprobación

Tema:

Análisis de viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua

Línea de investigación:

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad Gerencia, Planificación, Dirección y/o Control de Empresas

Autor:

José Luis Balseca Riera



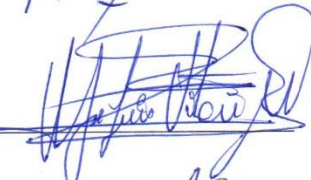
Joyce Beatriz Mora Rivera, Mg.

CALIFICADORA

f. 


José Luis Viteri Medina, Mg.

CALIFICADOR

f. 


Marco Jacobo Cisneros Martínez, Mg.

CALIFICADOR

f. 

Fredy Leonardo Ibarra Sandoval, Mg.

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

f. 

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.

SECRETARIO GENERAL PUCESA

f. 
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
SECRETARÍA GENERAL
PROCURADURÍA

AMBATO-ECUADOR

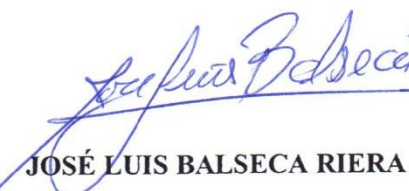

Diciembre 2018

Declaración de Autenticidad y Responsabilidad

Yo: **JOSÉ LUIS BALSECA RIERA**, con **CC. 1803904653**, autor del trabajo de graduación intitulado: “Análisis de viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua”, previa a la obtención del título profesional de **INGENIERO COMERCIAL**, en la escuela de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad

Ambato, diciembre 2018



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador
BIBLIOTECA

JOSÉ LUIS BALSECA RIERA

CC. 180390465-3

Dedicatoria

A mi padre José Leónidas Balseca Llerena que fue mi primer maestro en el campo de los negocios, es y será mi eterna guía, y el ejemplo más grande de que la perseverancia, la inteligencia y los valores retribuyen para aquellos que persisten. Por ti papá

A mi madre Lidia Jenny Riera Balladares por educarme, formarme y apoyarme durante toda mi vida. Ella ha sido mi motor, mi fuerza e inspiración para concluir esta etapa tan importante de mi vida. Para ti mamá.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, a sus docentes por todo el conocimiento compartido.

Un especial agradecimiento a la Mg. Joyce Mora por haber contribuido con sus conocimientos y criterios para la guía y desarrollo de esta investigación.

Resumen

El presente trabajo de investigación está encaminado a analizar la viabilidad para la implementación de una fábrica de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua, busca identificar las necesidades que tienen los productores y comerciantes concentrados en el Mercado Mayorista y que agrupan a propios y extraños en diferentes actividades, los cuales son necesarios para el embalaje y protección de sus productos; es menester señalar que existe la Asociación de Comerciantes de Costales conformada por 17 miembros cuya actividad específica es la compra y venta de estos bienes. Ellos brindaron la información necesaria para identificar la problemática en la producción y comercialización de estos artículos y proponer posibles alternativas de solución. Es por esto que el estudio fue realizado un análisis documental-bibliográfico, complementado a través de información proveniente de una investigación de campo, la metodología utilizada fue exploratoria y descriptiva, al tomar como instrumento, la encuesta aplicada a los comerciantes de costales del Mercado Mayorista de Ambato. Con este proceso se verificó que la creación de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato no es viable, debido al nivel competitivo que impide el desarrollo económico del proyecto, lo que ocasiona un impedimento para posicionarse en el mercado nacional e internacional, al tener como principal competidor a Colombia.

Palabras clave: sacos, lonas, plástico, viabilidad, producto.

Abstract

This study aims to analyze feasibility for the implementation of a plastic sack/canvas factory in the province of Tungurahua. It seeks to identify the needs of producers and traders at the wholesale market who involve both locals and foreigners in different activities, and who require the sacks to package and protect their products. It is important to indicate that a Sack Trading Association exists with 17 members whose specific activity is the buying and selling of these goods. They provided the necessary information to identify the problem in production and selling of these items, as well as possible solution alternatives. This is why the study was carried out with a documentary-bibliographical analysis and supported with information from a field study. The applied methodology was exploratory and descriptive using a survey with the sack traders at the wholesale market in Ambato as the instrument. With this process it was verified that the creation of plastic sack/canvas factory in the city of Ambato is not feasible due to the competitive level which inhibits the economic development of this project, resulting in an obstacle of achieving positioning in the national and international market with Colombia as main competitor.

Keywords: sacks, canvas, plastic, feasibility, product.

Tabla de contenidos

PRELIMINARES	
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Tabla de contenidos.....	vii
Índice de gráficos	x
CAPÍTULO I.....	
Problema de Investigación	1
1.1 Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.2.1 Contextualización macro.....	1
1.2.3 Contextualización meso	2
1.2.4 Contextualización micro	3
1.3 Análisis crítico	4
1.4 Prognosis	4
1.5 Formulación del problema	5
1.6 Interrogantes.....	6
1.7 Delimitación.....	6
1.8 Justificación.....	7
1.9 Objetivos	7
1.9.1 Objetivo General	7
1.9.2 Objetivos Específicos.....	8

CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.2. Fundamentación legal	12
2.3. Fundamentación teórica	15
2.3.1 Tema.....	15
2.3.1.1 Variable dependiente.....	15
2.3.1.2 Variable Independiente	16
2.3.2 Tema dos	17
2.3.2.1 Variable dependiente.....	17
2.3.2.2 Variable independiente.....	18
2.3.3 Conceptos	18
CAPÍTULO III	26
METODOLOGÍA	26
3.1. Enfoque de la investigación	26
3.2. Método de investigación	26
3.2.1. Investigación Documental-Bibliográfica	26
3.2.2. Investigación de Campo	26
3.3 Tipo de investigación	26
3.3.1. Investigación Exploratoria	26
3.3.2. Investigación Descriptiva.....	26
3.4.1. Fuentes Primarias	27
3.5.1 Encuesta	27
3.5.2 Población y muestra	27
CAPÍTULO IV	28

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	28
Interpretación de resultados	28
CAPÍTULO V	36
PROPUESTA.....	36
5.1. Datos Informativos.....	36
5.2. Antecedentes	36
5.2.2 Beneficiarios.....	37
5.2.3 Ubicación	37
5.2.4. Tiempo Estimado de Ejecución.....	37
5.3. Justificación.....	37
5.4 Objetivos	37
5.5.1 Estudio de mercado	38
5.6 Estudio Técnico.....	71
5.7. Estudio Financiero	75
CAPÍTULO VI.....	96
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
6.1. Conclusiones	96
6.2. Recomendaciones.....	97
Bibliografía	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Árbol de problemas.....	5
Gráfico 2.1 Código orgánico de la producción.....	15
Gráfico 2.2 Pasos para la viabilidad.....	20
Gráfico 3.1 Logotipo de la empresa.....	38
Gráfico 5.1 Demanda.....	42
Gráfico 5.2 Proyección de la demanda.....	46
Gráfico 5.3 Oferta.....	47
Gráfico 5.4 Proyección de la oferta.....	48
Gráfico 5.5 Demanda potencial insatisfecha.....	49
Gráfico 5.6 Organigrama estructural de la empresa PLASTICECUADOR S.A.....	59
Gráfico 5.7 Organigrama posicional de la empresa PLASTICECUADOR S.A.....	60
Gráfico 5.8 Macro localización.....	72
Gráfico 5.9 Instalaciones.....	72
Gráfico 5.10 Plano de la infraestructura del proyecto.....	74
Gráfico 5.11 Punto de Equilibrio.....	90

TABLAS

Tabla 4.1 Procesamiento de datos Pregunta 1.....	28
Tabla 4.2 Procesamiento de datos Pregunta 2.....	29
Tabla 4.3 Procesamiento de datos Pregunta 3.....	29
Tabla 4.4 Procesamiento de datos Pregunta 4.....	30
Tabla 4.5 Procesamiento de datos Pregunta 5.....	31

Tabla 4.6 Procesamiento de datos Pregunta 6.....	31
Tabla 4.7 Procesamiento de datos Pregunta 7.....	32
Tabla 4.8 Procesamiento de datos Pregunta 8.....	33
Tabla 4.9 Procesamiento de datos Pregunta 9.....	33
Tabla 4.10 Procesamiento de datos Pregunta 10.....	34
Tabla 4.11 Procesamiento de datos Pregunta 11.....	34
Tabla 5.1 Tasa de Crecimiento.....	39
Tabla 5.2 Explicación de la demanda	41
Tabla 5.3 Demanda en productos.....	45
Tabla 5.4 Demanda histórica.....	45
Tabla 5.5 Proyección.....	46
Tabla 5.6 17 Datos hsitoricos.....	47
Tabla 5.7 Proyección oferta	48
Tabla 5.8 Proyección Demanda Insatisfecha	49
Tabla 5.9 Acabados del producto.....	50
Tabla 5.10 Instalaciones de PLASTICECUADOR	74
Tabla 5.11 Plan de inversión.....	76
Tabla 5.12 Activos fijos	77
Tabla 5.13 Activos diferidos.....	77
Tabla 5.14 Capital de trabajo	78
Tabla 5.15 Capital de trabajo administrativo	78
Tabla 5.16 Financiamiento.....	79
Tabla 5.17 Tabla de amortizacion.....	80
Tabla 5.18 Costos de Mano de obra.....	82
Tabla 5.19 Costos directos	83

Tabla 5.20 Costos indirectos	83
Tabla 5.21 Costo total	84
Tabla 5.22 Proyección de costos directos	84
Tabla 5.23 Proyección de costos indirectos	84
Tabla 5.24 Gastos administrativos	85
Tabla 5.25 Presupuestos de ingresos.....	85
Tabla 5.26 Flujo de caja.....	87
Tabla 5.27 Punto de equilibrio.....	89
Tabla 5.28 Estado de resultados.....	91
Tabla 5.29 TMAR.....	92
Tabla 5.30 Costo beneficio	95
IMAGENES	
Imagen 2.1 Viabilidad.....	19
Imagen 2.2 Comercialización.....	21
Imagen 2.3 Ejemplo de productos.....	22

CAPÍTULO I

Problema de Investigación

1.1 Tema

Análisis de la viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.

1.2. Planteamiento del problema

Cuando se quiere producir y comercializar un producto siempre se debe hacer un análisis previo ante el problema o la causa del suceso actual que se viva de acuerdo al mismo, tomando en cuenta los diversos factores que alteran su no funcionamiento como también los recursos que permitirán conseguir un mejoramiento o innovación dentro del mercado. Es así que, en la provincia de Tungurahua se ve la necesidad de un análisis de viabilidad para poner a prueba un proyecto de mejoramiento, emprendimiento o aplicación dentro de un sector como lo es el sector productivo.

1.2.1 Contextualización macro

El país de Colombia, en la actualidad se ha convertido en un referente a nivel sudamericano en niveles de producción industrial, dentro de los cuales, las áreas más especializadas según señala el Banco de la República son: industria textil, metalurgia, cemento, química y derivados del petróleo. Esta última área ha generado un gran impacto desde en el sector de protección y/o embalaje de otros productos, ya que el plástico es uno de los materiales petroquímicos con mayor facilidad de sintetizar y a la vez uno de los más económicos.

Uno de los segmentos más importantes en el mercado es el envasado de otros bienes, que se lo realiza mediante resinas plásticas o películas transparentes u opacas, incluso la elaboración de empaques llamados costales, lonas o saquillos para el transporte y protección de productos al por mayor.

En Colombia las resinas plásticas son procesadas en su mayoría por la empresa PROPILCO, la cual se encarga de transformar el polipropileno en rollos de fibra de la más alta calidad, el cual es el material base para la elaboración de sacos/lonas de plástico, que distribuye en su mayoría a las distintas empresas dedicadas a la elaboración de sacos/lonas de plástico ubicadas en las ciudades de Antioquia y Cundinamarca, los cuales elaboran los siguientes tipos de sacos: laminados, anti slip, leno, inglés, de fibra natural y gaza de vuelta. Existe más de una variedad de sacos/lonas de plástico para cumplir los diferentes usos y expectativas del consumidor que los adquiere.

1.2.3 Contextualización meso

El Ecuador al ser un país con mucha biodiversidad de plantas, frutas, animales y cultura se enfrenta a partir de 2011 a un verdadero cambio de transformación de la matriz productiva como una revolución de conocimiento y del talento humano, orientado a aprovechar eficientemente estos recursos en post de fortalecer la balanza comercial y la calidad de vida de sus habitantes; es así, como la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES-2012) recoge el pensamiento de este cambio e identifica catorce sectores estratégicos productivos y cinco industriales, entre los cuales se encuentra la “Industria Petroquímica” dedicada a la producción de: “urea, pesticidas, herbicidas, fertilizantes, foliares plásticos, fibras sintéticas, resinas.”; de entre las cuales las fibras sintéticas, sirven de insumo fundamental para la producción de sacos/lonas/saquillos, principal objetivo de este proyecto de investigación.

En este contexto, en el Ecuador se encuentran registradas según la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) solamente dos empresas dedicadas a la producción de sacos de polipropileno en la ciudad de Guayaquil denominadas: Interamericana de Tejidos C.A. INTERAMA y Sacos Durán Reysac S.A, para cubrir una demanda nacional de:

zunchos, piolas, materiales para empaques, rollos de lona, mallas, entre otros; que resulta insuficiente para satisfacer las múltiples necesidades de los diferentes agricultores y comerciantes deseosos de contar con un producto fuerte, resistente que garantice el embalaje de sus productos.

En contraste con lo expuesto esta situación se convierte en una oportunidad de emprendimiento para realizar un análisis y poder medir la viabilidad para producir y comercializar lonas/sacos de plástico en la provincia de Tungurahua, para ofrecer una línea de productos acorde a los requerimientos y necesidades del sector.

1.2.4 Contextualización micro

La provincia de Tungurahua situada geográficamente en el centro del país, cuenta con 504.583 habitantes según datos registrados por el INEN; es el punto de encuentro entre la costa, la sierra y el oriente, convirtiéndose en uno de los sectores financieros, comerciales, administrativos y productivos con mayor relación comercial. La principal actividad de sus habitantes es la agricultura, ganadería y el comercio que muchos de ellos, se concentran en plazas, mercados, plazoletas, ferias libres y principalmente en el mercado mayorista, lugar de acopio para negociar al por mayor y menor: frutas, hortalizas, legumbres, granos secos, tubérculos, entre otros.

El presente proyecto de investigación busca identificar las necesidades que tienen los productores y comerciantes concentrados en el mercado mayorista y que agrupan a propios y extraños en diferentes actividades, los cuales necesitan para el embalaje y protección de sus productos sacos/lonas/saquillos; es menester señalar que existe la asociación de comerciantes de costales conformada por 17 miembros cuya actividad específica es la compra y venta de estos productos, quienes brindarán la información necesaria para identificar la problemática en la producción y comercialización de estos bienes y proponer posibles alternativas de solución.

1.3 Análisis crítico

Existen varios factores que inciden en la ausencia de empresas dedicadas al sector petroquímico, entre las más representativas figuran: falta de maquinaria, personal calificado, desconocimiento técnico - tecnológico bajo normas de calidad y control, la baja fabricación en diferentes actividades productivas entre las que se encuentra la producción de lonas/sacos/saquillos de plástico, con sello de calidad capaz de satisfacer la demanda para empacar y proteger los productos a comercializarse en el mercado ambateño; es por ello que se busca realizar un estudio de factibilidad para analizar de mercado financiero, técnico y poder determinar su viabilidad para ejecutarlo.

1.4 Prognosis

De no realizarse un análisis que mida la viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico en la provincia de Tungurahua, se perdería una oportunidad de impulsar el emprendimiento e incremento de la rentabilidad en varios sectores productivos.

1.5 Formulación del problema

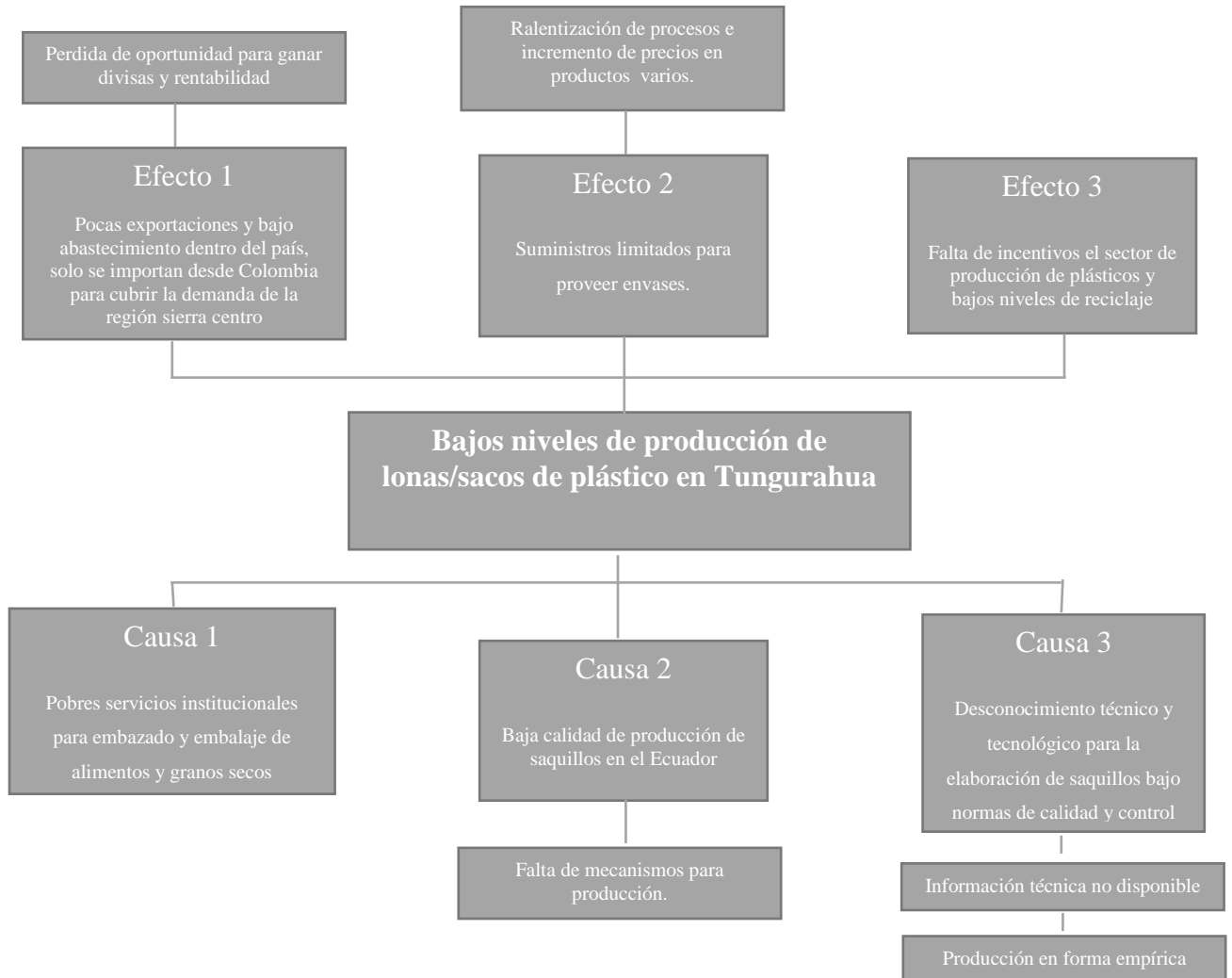


Gráfico 1.1 árbol de problemas

Los bajos niveles de producción de lonas/sacos de plástico en Tungurahua se deben principalmente a la baja producción de estos bienes en el Ecuador, ya que en la provincia existe desconocimiento técnico y tecnológico bajo normas de calidad óptimas y desencadenan en conjunto efectos como: el aumento proporcional en importaciones y contrabando de estos productos, lo que provoca regularizaciones en el ingreso y a su vez dejan un número de suministros limitados para proveer envases a los productos que se comercializan al por mayor.

1.6 Interrogantes

- ¿Cómo aparece el problema que se pretende solucionar?

Demanda insatisfecha de lonas/saquillos de plástico por variabilidad en los precios

- **¿Qué lo origina?**

Carencia de empresas dedicadas a la producción de lonas/saquillos en Tungurahua

- **¿Cuándo se origina?**

Importaciones o contrabando no satisface la demanda

- **¿Dónde se origina?**

Provincia de Tungurahua

- **¿Dónde se detecta?**

Mercado mayorista de Ambato

1.7 Delimitación

Campo: Administración

Área: Producción

Especialidad: Ventas

Temporal: Cuatro meses

Espacial: Mercado mayorista de Ambato

1.8 Justificación

Ambato, es un referente de comercio en la zona centro del país, gracias a sus diversos mercados establecidos, como parte del estudio se enfocará en el mercado mayorista dentro del segmento objetivo, ya que el mismo es el único que cuenta con distribución de granos secos al por mayor y diferentes productos vegetales, además de ferias exclusivas en la ciudad y la provincia. También es un exponente referencial porque es el único mercado que cuenta con una nave de diecisiete locales diferentes, dedicado específicamente al comercio de lonas/saquillos, productos que son importados desde Colombia y Perú, dada la cercanía por vía terrestre. Es entonces como se detecta una carencia en la producción a nivel provincial de lonas/saquillos, con lo cual se observa un mercado desatendido, el mismo que puede cubrirse con la creación de una fábrica dedicada a la elaboración de este producto.

Este proyecto busca analizar la viabilidad y la competencia en el mercado de la producción de lonas/saquillos de plástico con la finalidad de contribuir y contrarrestar gradualmente los efectos por los que atraviesa el comercio e intervenir de manera positiva en los encadenamientos productivos, para facilitar a sus distribuidores y consumidores la posibilidad de acceder a un producto para envasar la cantidad necesaria, a un precio justo e impulsar la industria ecuatoriana.

1.9 Objetivos

1.9.1 Objetivo General

Analizar la viabilidad para la implementación de una fábrica de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.

1.9.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar el estado del arte que apoye al estudio de viabilidad para implementar una fábrica de sacos/lonas de plástico.
- Fundamentar metodológicamente la propuesta de investigación para la comercialización de sacos/lonas de plástico relacionadas al estudio.
- Determinar la oferta y la demanda del mercado, para conocer el nivel de demanda insatisfecha del producto en la provincia de Tungurahua.
- Realizar el estudio de viabilidad del producto para la implementación de una fábrica de sacos/lonas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación, es necesario recabar información relacionada con el tema objeto de estudio de autores, investigadores en artículos científicos, revistas especializadas, libros, entre otros cuyo conocimiento, vivencia y experiencia se constituyen en el pilar fundamental para el desarrollo de alternativas de solución; entre las más representativas están:

En la década de los 50, la empresa Plásticos Industriales C.A. era considerada en su tiempo como empresa importadora e impulsadora de productos domésticos para el hogar, como: contenedores, botellas recipientes resistentes y económicos para almacenar los diferentes productos que el ama de casa necesitaba en su día a día y de esta manera organizar y proteger los alimentos. Esta experiencia motiva a la alta dirección, orientar su toma de decisiones en actividades productivas propias que generen rentabilidad y contribuyan con el desarrollo socio económico de la localidad; es así como en octubre de 1961 nace la empresa productora “Plásticos Industriales C.A” ubicada en la ciudad de Guayaquil vía Daule, dedicada exclusivamente a la producción en la línea de calzado y botas PVC, para luego ampliar su portafolio de productos de recipientes y cobertores de plástico (Baque, 2006).

Según Castillo (1999), denomina la función del emprendedor como “reformular o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.” De esta manera se centra en parámetros bases para la creación de un proyecto y cómo influirá en la factibilidad apegada a la realidad Ambateña.

De acuerdo a lo mencionado por Hernández (2005), “una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la prestación de servicios, con empleo de una cierta metodología y con miras a obtener determinados resultados.” Los planteamientos que se puedan analizar en el estudio, son factores económicos, sociales o de comercio que pueden influir en la viabilidad del proyecto y su incidencia en la producción de lonas de plástico.

Así es como se vincula la idea entre emprendimiento y proyecto de inversión porque según Flores (2012) la “idea de negocio que tiene un emprendedor, se determina su viabilidad a través de la evaluación de sus aspectos comerciales, técnicos, de gestión, legal, económicos, financieros y ambientales”, plantea su existencia debido a la oportunidad de negocio, por necesidades no satisfechas de un número significativo de usuarios que buscan cumplir un propósito mediante esta idea.

El análisis central de la presente problemática, se enfoca en el mercado que según Kotler (1996) lo determina como la conformación “por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.” De esta manera el estudio busca determinar la viabilidad para la producción nacional de lonas/saquillos de plástico, porque como menciona Reina (2014) “las industrias de empaques plásticos en el país, buscan optimizar sus procesos para mejorarlos con programas de disminución de costos y racionalización del gasto, es decir buscar la cuenta que tiene el mayor valor en su sistema contable.”

Hace tres años aproximadamente, apegado a la realidad ecuatoriana y parte de la crisis financiera que atravesaba el país, se produjeron medidas protectoras. Del Piano (2014), afirma que “estas medidas deben imponerse al producto importado con independencia de la fuente de procedencia, no está claro si el requisito de paralelismo puede servir como un fundamento en sí mismo para excluir otros Estados miembros de la OMC de la medida de salvaguardia”. Al delimitar el acceso de una gran mayoría de productos: entre ellos los sacos/lonas de plástico, en nuestra realidad dichos productos no se fabrican actualmente en el país, lo que provoca un incremento en los precios para productos de envase y permiten el transporte de

bienes orgánicos en su mayoría. Esta situación propone plantear la necesidad de crear una fábrica nacional, capaz de abastecer un mercado provincial, ya que, al ser un sector de la producción de plásticos, se busca optimizar los procesos de fabricación.

Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.” (Santos T. S., 2008)

Es así como al presentarse un proyecto y que éste sea factible, Santos (2012), sintetiza que “La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla.” (Santos T. , 2008) En el mercado ambateño existe una nula producción de sacos de plástico, lo que permite una excelente de oportunidad para cubrir una demanda insatisfecha con producto nacional y de calidad, para transporte de alimentos mayormente.

Según López (2001) “El estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado, consecuencia de la transformación de recursos en productos finales.” La utilidad de un producto elaborado como una lona de plástico es albergar un contenido por un tiempo específico, con la finalidad de que sea más fácil su transporte, y crear una capa de protección para el producto.

La siguiente consideración es la posibilidad de ingreso hacia el mercado, para lo cual Moreno (2003), menciona que “un plan de entrada potencial que una empresa podría utilizar en la estructuración de su decisión de entrar”. El acceso a un mercado productor de lonas de plástico se encuentra libre, ya que no existen restricciones para fabricantes, sino de acoplarse a los pedidos.

Según Galeano (2007) “El proceso de ubicación del lugar adecuado para instalar una planta industrial requiere el análisis de diversos factores, desde los puntos de vista económico, social, tecnológico y del mercado entre otros”. De esta manera le permite a la empresa mediante su ubicación satisfacer requerimientos propios, así como mantenerse en contacto con sus clientes o subdistribuidores, lo que permitiría facilidades para un cómodo comercio mediante un proceso de producción nacional, a fin de sustituir empaques importados.

2.2. Fundamentación legal

Para validar el presente proyecto y desarrollo de la investigación se tomó en cuenta los siguientes fundamentos legales como:

2.1.1 La constituyente del Ecuador

Señala en el artículo 66, numeral 15, que las personas están garantizadas en “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.” (Constitucion de la República del Ecuador, 2008) Indica que cualquier persona o empresa que cumpla sus actividades en el Ecuador, está regulada directamente por el Código Tributario del Ecuador, donde se le exige cancelar obligaciones e impuestos como son: impuesto al valor agregado (IVA), impuesto a la renta, consumos especiales, entre otros tributos de carácter social.

Para la creación de una empresa en el Ecuador, bajo calidad de compañía inicia por el proceso simplificado según la aprobación de la Asamblea Nacional del 13 de Mayo del 2014 y aprobado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, destaca los siguientes pasos:

- Seleccionar el modelo de minuta adecuado para la constitución en el sitio web de la Superintendencia.
- Presentar la minuta ante un Notario Público, entendiéndose que no es necesaria la firma de un abogado para su vigencia.

- Se establecerá el nombramiento de gerentes y presidentes bajo escritura de constitución en conjunto con la minuta.
- Se procederá a la inscripción en el Registro Mercantil del cantón al que pertenezca.
- Para el procedimiento de operación es necesario obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) otorgado por el SRI.
- El proceso ha sido extraído de la “Resolución de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros No. 8, publicada el 30 de Junio del 2014.
- El Código Orgánico de la Producción respalda el proceso empresarial o industrial bajo el artículo 366 en donde expresa que: El Estado debe impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, promoviendo la reducción de las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad, asegurando de esta manera la transparencia y eficiencia en los mercados, mediante el fomento de la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades. (Constitucion de la República del Ecuador, 2008)

Por otro lado la Ley de Gestión Ambiental, es un cuerpo legal que busca garantizar la protección del ambiente como país, así como también coordinar con otros organismos relacionados al cumplimiento de normas que protejan los recursos esenciales para la vida, como son: aire, agua, suelo. De esta manera en el artículo 40 indica que:

Toda persona natural o jurídica que, en el curso de sus actividades empresariales o industriales estableciere que las mismas pueden producir o están produciendo daños ambientales a los ecosistemas, está obligada a informar sobre ello al Ministerio del ramo o a las instituciones del régimen seccional autónomo. La información se presentará a la brevedad posible y las autoridades competentes deberán adoptar las medidas necesarias para solucionar los problemas detectados. En caso de incumplimiento de la presente disposición, el infractor será sancionado con una multa de veinte a doscientos salarios mínimos vitales generales. (Ley de Gestión Ambiental, 2012)

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador (2012) permite el esclarecimiento de los derechos básicos a los que tiene acceso el cliente al momento de realizar una compra, por lo que la industria o empresa está obligada a “brindar información básica: peso, medidas y precio, incluyendo cargos adicionales (impuestos) de manera que se indique el precio final del producto; la información deberá expresarse en idioma castellano y el precio deberá indicarse en la moneda de curso legal.”

2.1.2 Según el Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones WIPO

Dentro de este código se establecen diversos artículos a los cuales las personas a realizar una actividad lucrativa deberán regirse, entendiendo que cada normativa es como la aplicación hacia un proceso productivo o la factibilidad del mismo siendo así que la actividad productiva o el proceso por el cual la actividad humana transforma insumos o servicio lícitos y otras se encuentra estipulada en los siguientes artículos:

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

2.1.3 Según el Código de Producción

La aplicación de éste código se basa netamente en el desarrollo de las normativas y los procesos que implica para las mismas tomando en cuenta los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio

comercial, el consumo, y el aprovechamiento de recursos empresariales internos y externos. (Asamblea Nacional, 2010)

Gráfico 2.1 Código orgánico de la producción



Fuente: El telégrafo, recuperado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo>, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca

2.3. Fundamentación teórica

2.3.1 Tema

Producción de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.

2.3.1.1 Variable dependiente

Precio de venta

El proceso de venta inicia con un segmento de productos similares para establecer el propio, tomando como referencia adicional políticas de la empresa, términos de marca, estrategias de penetración, cuota del mercado, pero Tanner (2007) expresa que “es todo aquello que es entregado a cambio de adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos.” Se toma a consideración esta cita ya que plantea la siguiente definición para el precio como la expresión o valor particular de un producto o servicio que el consumidor puede estar o no dispuesto a intercambiar para recibir el conjunto de beneficios que significa adquirirlo.

2.3.1.2 Variable Independiente

Costo de producción

Según Brito (2011) define a costo como: “Desembolso, egreso o erogación que reportara un beneficio presente o futuro, por tanto es capitalizable, es decir, se registra como un activo; cuando se produce dicho beneficio, el costo se convierte en gasto.” Denominando de esta manera a una cifra representativa de un producto o servicio en base a la inversión que se realiza en materiales y tiempo requeridos, siendo el punto referencial en cualquier transacción económica por la cual se pretende recibir a cambio un abono superior al representativo.

Es así que una vez referenciado al costo como base de toda operación comercial Lawrence define al costo de producción como:

El proceso ordenado que usa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia pueda usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos de distribución, ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados, y los costos de otras funciones diversas de la negociación, con el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva. (Freitez, 2014)

El costo de un producto puede estar conformado generalmente por los precios de la materia prima, el precio de la mano obra directa que fue usada durante la producción, así como también el precio de la mano de obra indirecta adicional para el funcionamiento como empresa. Se considera otras variables como depreciación de maquinaria y edificios. En síntesis se representa al costo como el esfuerzo económico de la empresa para lograr un objetivo financiero y operativo, ya que de no cumplirlo, se presenta este costo como pérdidas financieras.

2.3.2 Tema dos

Comercialización de lonas/sacos para la provincia de Tungurahua.

2.3.2.1 Variable dependiente

Precio

Se define al precio como “cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios a tener o usar el producto o servicio.” (Kotler, 2003, p.316).

Reiterando que el elemento base para una transacción comercial es el dinero, como instrumento satisfactorio para un comercio justo. Se establece también que el dinero es la herramienta que permite una situación competitiva para comparar y equiparar el precio según los beneficios recibidos por el consumidor.

El precio permite funciones en el comercio como:

- Ser el instrumento de la mercadotecnia que permite actuar con mayor rapidez en comparación a la competencia.
- Genera el impacto psicológico requerido en el consumidor para influenciar su compra, ya que brinda información básica del producto y su calidad.
- Permite influenciar sobre la participación del mercado.

Las empresas o negocios generalmente establecen estrategias basadas en: objetivos, posicionamiento, fuerza de la demanda, regulaciones oficiales o políticas, ciclo de

vida del producto, mercado objetivo, entre otras más que puedan influenciar el aumento o la disminución del precio en el mercado. (Santesmases, 2014).

2.3.2.2 Variable independiente

Demanda

La demanda es una de las dos fuerzas necesarias en un mercado, Andrade (2006) la define como “la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir por un precio dado y en un lugar establecido, para que pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares.”

Esta misma fuerza se encuentra generalmente ligada al precio, o a otras variables mercadológicas, ya que la demanda de un mercado es persuadida por estas herramientas, para ser en proporción a las requeridas por los consumidores. Esta fuerza se conforma generalmente por los siguientes componentes:

- Cantidad de bienes o servicios: Número de unidades que pueden ser accedidas.
- Necesidades y deseos: Necesidades básicas del ser humano (alimento, seguridad, vestimenta) que pueden ser expresadas en formas específicas sea por marca, precio, sabor u otras más.
- Capacidad de pago: Medios necesarios para mercar.
- Precio: Valor expresado por artículo o servicio.
- Lugar: Espacio físico o virtual donde se exhiben los distintos productos.

2.3.3 Conceptos

2.3.3.1 Viabilidad

La viabilidad no es más que el estudio previo ante el éxito o fracaso de un proyecto en marcha. En este se toma en cuenta el ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad, flujo de cajas y demás factores de medición que nos permiten ver si algo se puede realizar o no. (Amorrós, 2010)

Imagen 2.1 Viabilidad



Fuente: Ciro consulting, recuperado de: <http://www.ciroconsulting.es>, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca Riera

- **Estudio de la viabilidad**

Se puede definir por dos partes: a la viabilidad y el análisis de viabilidad, en donde:

Viabilidad: es la medida del beneficio obtenido de una organización gracias al sistema de desarrollo de información.

Análisis de viabilidad: es el proceso por el cual se mide la viabilidad.

Es importante partir de conceptos básicos para poder conocer a fondo la viabilidad que se realizará en dentro de una empresa o compañía. Cuando se habla de viabilidad se habla también de un estudio de prueba tanto interno como externo de cada facultad, en cuanto a su personal como a su reglamento corporativo.

- **Fases**

En un estudio determinado se realiza una estimación de necesidades tanto del usuario como de la empresa, las mismas que se pueden satisfacer mediante otros factores que aún se carece pero que son aplicables, de entre las más importantes tenemos:

1. Análisis de sistemas

- a. Fase de inspección
- b. Fase de estudio
- c. Fase de definición

2. Diseño de sistema

- a. Fase de selección
- b. Fase de aprovisionamiento
- c. Fase de diseño

• Pasos a seguir en un estudio de viabilidad

Dentro de estos pasos es importante tomar en cuenta factores como: términos de referencia (estos deberán ser lo más preciso y completo) para poder llevar una evaluación continua del mejoramiento o avance del cual se está realizando el estudio. No se debe descuidar de las necesidades que presenta el usuario como también la sociedad en sí, permitiendo gestionar planes de desarrollo general.

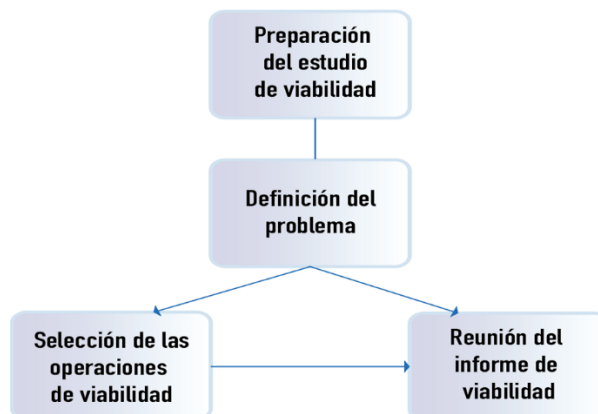


Gráfico 2.2 Pasos para la viabilidad

Fuente: Mercadeo global, recuperado de: <https://mercadeoglobal.com/blog/como-elaborar>, noviembre de 2017. **Elaborado por:** José Luis Balseca

- **Beneficios tangibles**
 - a. Menos errores en los procesos
 - b. Mayor productividad
 - c. Menos tiempo de respuesta
 - d. Eliminación de tareas

2.3.3.2 Comercialización

El objetivo de un vistazo en cuanto a la comercialización de un producto es indispensable para conocer a donde la mercadería que se posee, como también la disponibilidad y escasez del mismo.

Si bien conocemos, la comercialización permite conocer las características de venta de un producto aumentando el comercio como también la demanda.

Imagen 2.2 Comercialización



Fuente: Lo canto, recuperado de: http://cancun.locanto.com.mx/ID_778876790/-o-departamento.html, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca

2.3.3.3 Sacos o lonas de plástico

En la vida cotidiana los materiales como éstos se conocen más comúnmente como “lona” sin embargo en otros lugares se lo puede encontrar como sacos, toldos y cobertores de polietileno.

Imagen 2.3 Ejemplo de productos



Fuente: Offshore, recuperado de: <http://www.offshore-technology.com/contractors/corrosión>, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca

- **Tamaños y medidas de un toldo o una lona:**

En este punto es necesario destacar que la superficie útil de la lona, en algunos modelos de toldos, puede ser livianamente inferior a la medida descrita por el toldo, puesto que la medida total incluye también el refuerzo doblado y, por tanto, nos dejamos por el camino algunos centímetros de menos. (Planas S.A., 2012)

Las medidas a usarse pueden variar de acuerdo a las necesidades que se presenten pero generalmente se pueden explicar de la siguiente forma:

Medidas o tamaños habituales:

- 2m x 3m (6 metros cuadrados).
- 3m x 4m (12 metros cuadrados).
- 3m x 5m (15 metros cuadrados).
- 4m x 5m (20 metros cuadrados).
- 4m x 6m (24 metros cuadrados).
- 5m x 8m (40 metros cuadrados).
- 6m x 8m (48 metros cuadrados).
- 5m x 12m (60 metros cuadrados).
- 6m x 10m (60 metros cuadrados).
- 8m x 10m (80 metros cuadrados).
- 6m x 14m (84 metros cuadrados).
- 8m x 12m (96 metros cuadrados).
- 10m x 15m (150 metros cuadrados). (Planas S.A., 2012)

Imagen 2.4 Producción de lonas



Fuente: Ingeniería Plástica, recuperado de: <http://www.ingenieriaplastica.com/Entrevistas/entre.html>, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca

Una de las partes más fundamentales a las que nos enfrentamos al momento de producir un producto son los materiales, ya que se deben elegir de acuerdo a las características que este posee, en donde, cada uno tiene diversos componentes químicos que permiten hacerlo resistente o duradero por un largo período de vida útil.

Uno de los materiales más comunes para la producción de lona o más conocido como planta rafia siendo aquel material sintético en forma de hilos que se obtienen del tratado del polipropileno; utilizado como materia primo incluso para el sector textil. Dichos hilos que se obtienen se van entrelazando entre si permitiendo incluso formar ángulos rectos de 90 grados y una vez cruzados poder obtener un material tejido más resistente con distintos gramajes.

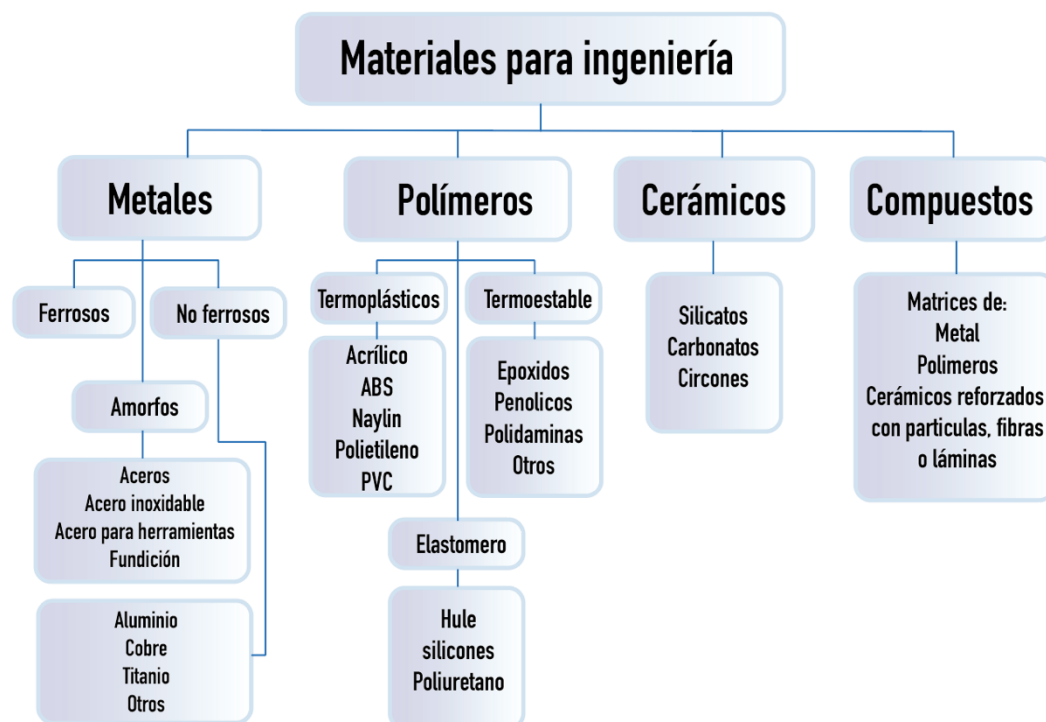


Gráfico 2.3 Materiales de ingeniería

Fuente: Pack abc, recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/Libros/2013/cmI/2-cincia-materiales.pdf>, noviembre de 2017.

Elaborado por: José Luis Balseca

- **Polipropileno**

Características técnicas

- Permeabilidad de los sacos
- Biodegradabilidad
- Aspecto natural
- Fibra polvorienta
- Incompatible con una automatización del llenado
- Solidez
- Ligereza
- Impermeabilidad(según utilización) (Planas S.A., 2012)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la investigación

Es un proceso sistemático directamente relacionado con los métodos de investigación. En esta investigación se aplicará un método mixto, es decir: un enfoque cualitativo-cuantitativo; que permita la recolección, ordenamiento e interpretación de los datos procesados como información, para sustentar la viabilidad del proyecto de inversión, en base a la medición numérica y experiencia de los encuestados.

3.2. Método de investigación

3.2.1. Investigación Documental-Bibliográfica

Permite la elaboración del marco conceptual del proyecto de investigación, en base a información proporcionada por textos, tesis de grado, documentos científicos, entre otros; los cuales proporcionan una estructura de investigación con fuentes de información actualizada para apoyar al tema de estudio.

3.2.2. Investigación de Campo

Recopila información de fuentes fiables y con experiencia en el comercio de sacos/lonas de plástico en la provincia de Tungurahua, mediante datos, vivencias y conocimiento para su interpretación y análisis en la propuesta del proyecto.

3.3 Tipo de investigación

3.3.1. Investigación Exploratoria

Facilita la recolección de datos de los intermediarios o consumidores potenciales dentro del mercado mayorista, mediante encuestas para precisar gustos, preferencias y necesidades de los posibles compradores.

3.3.2. Investigación Descriptiva

Explica los hábitos de comercio de los potenciales compradores sobre complicaciones, desabastecimientos y precios requeridos para una transacción justa al nivel de un producto de calidad, el cual será determinado a través de encuestas y

fichas técnicas del mismo producto en otros países para medir la factibilidad del proyecto.

3.4 Fuentes de información

3.4.1. Fuentes Primarias

Se utiliza como fuente primaria de información la encuesta aplicada a los diecisiete miembros de la asociación de comerciantes de costales del mercado mayorista de la ciudad de Ambato, para obtener información directa y actualizada sobre datos prioritarios que sustenten el proyecto de investigación.

3.4.2. Fuentes Secundarias

Se encuentra conformado por la información bibliográfica de diversos autores que aportan con su conocimiento al tema de investigación, además de investigaciones anteriores mediante tesis realizadas en el país de Colombia, publicaciones digitales, documentos electrónicos y páginas web.

3.5. Técnicas e instrumentos.

3.5.1 Encuesta

Esta técnica permitirá la recolección de datos necesarios a la población delimitada en el mercado mayorista de Ambato. El cuestionario se encuentra conformado por preguntas para investigar sobre gustos, preferencias, necesidades y precio requeridos por los clientes potenciales.

3.5.2 Población y muestra

La población escogida para el objeto de investigación se centra en la asociación de comerciantes de costales del mercado mayorista de Ambato, el cual se encuentra conformado por diecisiete miembros entre hombres y mujeres con un rango 30 y 50 años de edad.

Debido al tamaño de la población reducida como objeto de estudio, no es necesario aplicar la muestra.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo muestra los resultados de las encuestas realizadas a los miembros de la asociación de comerciantes de costales del mercado mayorista de la ciudad de Ambato, sector Celiano Monge.

La encuesta está dirigida a personas de género masculino y femenino entre 30 a 50 años de edad; consta de 11 preguntas: 2 abiertas y 9 cerradas; con una duración aproximada de 2 minutos.

4.1 Resultados obtenidos

1. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica usted al comercio de lonas/sacos de plástico?

Tabla 4.1 Procesamiento de datos Pregunta 1

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	0	0%
De uno a cinco años	2	12%
De cinco a diez años	6	35%
Más de diez años	9	53%
Total	17	100%

Elaborado por: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 12% de la población es relativamente nueva en este negocio, el 35% de los encuestados tienen una experiencia en la actividad por más de cinco años y el 53% restante de la población tiene una trayectoria en la actividad de comerciante por más de diez años, esto indica que la mayoría de miembros lleva una amplia experiencia en la compraventa de este producto.

2. ¿Normalmente, las lonas/sacos de plástico que usted adquiere, de qué procedencia son?

Tabla 4.2 Procesamiento de datos Pregunta 2

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	12	71%
Colombia	4	24%
Perú	1	6%
China	0	0%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 71% de los encuestados se abastecen con lonas/sacos de plástico producidos en el Ecuador, mientras que un 24% considera la compra de este producto en Colombia, y tan solo un 6% prefiere las lonas/sacos de plástico de Perú.

3. ¿Cuál es la característica más importante por la que usted adquiere los sacos/lonas de plástico de la procedencia indicada en la pregunta dos?

Tabla 4.3 Procesamiento de datos Pregunta 3

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	3	18%
Precio	7	41%
Disponibilidad inmediata	1	6%
Facilidades de pago	5	29%
Durabilidad	0	0%
Variedad	1	6%
Atención personalizada	0	0%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 41% de los encuestados considera que la característica más importante al momento de la compra del producto es el precio, por otro lado el 29% prefiere las facilidades de pago al momento de llevarse la mercadería. El 18% optan por la calidad del producto, mientras que el 6% de esa población se inclina por la disponibilidad inmediata y el otro 6% escoge a su proveedor por la variedad de productos que puede ofrecer. La pregunta permite analizar que la prioridad de la población es el precio y su forma de pago, es decir que la mayoría de los comerciantes buscan mayor rentabilidad o por lo menos acceder a créditos empresariales.

4. ¿Cuáles son los problemas más comunes que usted enfrenta al momento de adquirir el producto?

Tabla 4.4 Procesamiento de datos Pregunta 4

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mala Calidad	0	0%
Aduana	4	23%
Sobrepuestos	2	12%
Distancia de importación	11	65%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El mayor problema al momento de la adquisición del producto es la distancia, tanto en territorio nacional como extranjero según el 65% de los encuestados, mientras que un 23% enfrenta inconvenientes con aduana al momento de importarlos desde los países vecinos. Por último el 12% piensa que existen sobrepuestos en los productos por lo que reducen su utilidad por unidad.

5. Elija la presentación que usted prefiere al momento de adquirir los sacos de plástico.

Tabla 4.5 Procesamiento de datos Pregunta 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Al por menor	0	0%
Al detalle	0	0%
Al por mayor	2	12%
Al peso	0	0%
Empacados por cientos	15	88%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 88% de los encuestados prefieren adquirir los sacos/lonas de plástico empacados por cientos, y solo el 12% optan al por mayor, es decir empacados por miles de unidades.

6. La compra del producto (sacos/lonas de plástico) para su negocio, lo realiza de manera.

Tabla 4.6 Procesamiento de datos Pregunta 6

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0%
Mensual	14	82%
Trimestral	3	18%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 82% de los encuestados prefieren abastecer su negocio de manera mensual, y tan solo un 18% lo realiza de manera trimestral, con lo cual se aprecia la necesidad de una disponibilidad inmediata del producto por parte del fabricante, ya que las ventas son realizadas de manera cíclica.

7. ¿Cuánto paga usted por cada unidad de saco/lona de plástico?

Tabla 4.7 Procesamiento de datos Pregunta 7

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$0.18 ctvs. Y \$0.19 ctvs.	3	18%
\$0.20 ctvs. Y \$0.21 ctvs.	8	47%
\$0.22 ctvs. Y \$0.23 ctvs.	6	35%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

Solo el 18% de los encuestados accede a un precio de compra entre 18 y 19 centavos, mientras que para el 47% de los comerciantes es normal abastecerse a un precio por unidad entre 20 y 21 centavos. Por otro lado el 35% de los encuestados adquieren el producto entre 22 y 23 centavos, esto indica que solo los mayoristas de este negocio obtienen precios especiales.

8. Si su compra es mensual, determine su volumen de compra.

Tabla 4.8 Procesamiento de datos Pregunta 8

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5.000 lonas	1	6%
5.000 a 10.000 lonas	3	18%
10.001 a 20.000 lonas	10	58%
20.000 a 30.000 lonas	1	6%
30.001 a 40.000 lonas	2	12%
Más de 40.001 lonas	0	0%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 6% de la población compra mensualmente menos de 5000 lonas, mientras que un 18% de los encuestados adquieren entre 5.000 a 10.000 lonas, por otro lado la gran mayoría con un 58% tiene un promedio de compra entre 10.001 a 20.000 lonas mensualmente. Por su parte un 6% se agencia un promedio de lonas entre 30.001 a 40.000, y tan solo un 12% maneja un comercio de más de 30.001 lonas al mes. Por lo tanto, se evidencia que solo tres comerciantes se convierten en mayoristas de este negocio.

9. ¿Si se ofrecerían los sacos cerca del Mercado Mayorista usted los compraría?

Tabla 4.9 Procesamiento de datos Pregunta 9

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	71%
No	5	29%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 71% de los encuestados asegura que la apertura de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato facilitará ampliamente su comercio; por otro lado, el 29% cree que la apertura de la misma, no aportará a su actividad ya que consideran que el precio no será tan conveniente como en otras ciudades.

10. ¿Qué facilidades de pago usted prefiere? Escoja una o varias.**Tabla 4.10 Procesamiento de datos Pregunta 10**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Descuento por pronto pago	3	18%
Crédito	14	82%
Beneficios adicionales	0	0%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 18% de los comerciantes prefiere acceder a descuentos por pronto pago al momento de comprar su mercancía, mientras que el 82% de compradores desean que se les conceda créditos empresariales con la finalidad de incrementar su inventario y mejorar sus réditos.

11. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre la presentación que debe tener el producto?**Tabla 4.11 Procesamiento de datos Pregunta 11**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar la calidad del producto	2	12%
Brindar un precio de compra más accesible	4	24%
No responde	11	64%
Total	17	100%

Elaborado: José Luis Balseca

Análisis e Interpretación:

El 12% de los encuestados sugiere mejorar la calidad de los sacos/lonas de plástico, debido a las quejas de sus compradores; mientras que un 24% pide que se ofrezca el producto a un precio más económico, con el fin de ampliar su margen de ganancia por unidad.

Análisis global:

La comercialización de sacos/lonas de plástico realizada por la asociación se encuentra respaldada en su mayoría por una experiencia mínima de diez años en el mercado. Este producto es adquirido en otra región por la mayoría de comerciantes, sin embargo; los mayoristas de este negocio prefieren importarlo desde Colombia o Perú, ya que pueden adquirirlo a un menor coste (0.18 centavos) debido a la mayor cantidad de productos demandados frente a sus competidores (al menos 20.000 mensuales).

El 71% de los encuestados considera que una fábrica de sacos/lonas de plástico ubicada en la provincia de Tungurahua facilitaría la adquisición de estos bienes, e incluso estarían dispuestos a adquirirlos, siempre que se permitan facilidades como créditos o descuentos y se los distribuya empacados por cientos.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Datos Informativos

Empresa Ejecutora: PLASTICECUADOR

RUC: 1803904653001

Representante Legal: José Luis Balseca

Ubicación:

Provincia: Tungurahua

Ciudad: Ambato

Dirección: Avenida Julio Jaramillo y Bolivariana

5.2. Antecedentes

El proyecto busca analizar la viabilidad para la creación de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato, con el objetivo de dinamizar el comercio de empaques plásticos a un precio competente, además de contribuir a la reducción de importaciones y contrabando con un producto a la altura de las preferencias de los comerciantes y consumidores en Tungurahua.

Por otro lado, se busca minimizar el riesgo del proyecto de inversión, demostrar que la idea generará o no rendimientos para el inversionista, así como disminuir la incertidumbre sobre su éxito o fracaso en el emprendimiento.

5.2.1 Título

Análisis de la viabilidad para la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.

5.2.2 Beneficiarios

Los beneficiarios directos serán los consumidores de sacos/lonas de plástico en el centro del país, para obtener un rédito económico, tanto para los distribuidores, como para pequeños comerciantes, con el objetivo de generar mayores ingresos a los actuales.

5.2.3 Ubicación

Provincia Tungurahua, cantón Ambato

5.2.4. Tiempo Estimado de Ejecución

6 meses

5.3. Justificación

La fabricación y comercialización de sacos/lonas de plástico presenta grandes oportunidades comerciales ya que además de ser un producto versátil, posee la característica de material reciclable.

Ambato al ser la cuna de actividad agrícola y centro de comercio forma parte de un mercado potencial para el almacenamiento y transporte de estos productos al por mayor hacia otras provincias del Ecuador mediante empaques duraderos y gran capacidad.

La propuesta que se presenta busca la instalación de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato, la cual busca abastecer la provincia de Tungurahua.

5.4 Objetivos

5.4.1 Objetivo General

Analizar e identificar todos los factores que inciden en los procesos encaminados a la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.

5.4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del mercado relacionado con la producción y comercialización de sacos/lonas de plástico para la provincia de Tungurahua.
- Calcular la proyección de la demanda y la demanda insatisfecha para la determinación financiera de los recursos a necesitarse.
- Determinar los recursos materiales y económicos necesarios para la puesta en marcha del negocio
- Calcular los niveles de resultados (utilidad/pérdida) en base a los rubros que pueden considerarse
- Verificar a través de indicadores como el VAN, TIR la viabilidad del emprendimiento

5.5 Desarrollo de objetivos

5.5.1 Estudio de mercado

5.5.1.1 Logotipo

Gráfico 5.1 Logotipo de la empresa



Elaborado: José Luis Balseca

a) Slogan

“Protegemos tu trabajo, te ayudamos a transportarlo.”

b) Segmentación de mercado

Los consumidores de perfiles de sacos/lonas del plástico se pueden segmentar de la siguiente manera:

- Distribuidores
- Pequeños comerciantes
- Consumidor Final.

El 80% de personas que venden artículos o productos, varios expiden o entregan sus productos en este tipo de sacos o lonas de plástico. El 70% pertenece a comerciantes mayoristas que consignan sus productos en cantidades de 100 libras equivalentes a un quintal (qq). Un 7% corresponde a distribuidores industriales quienes entregan sus productos específicamente en sacos/lonas de plástico.

Tabla 5.1 Tasa de Crecimiento

AÑO	MERCADO META	Tasa de crecimiento poblacional (T.C.P)
2018	17	
2019	17,2	1,5
2020	17,7	1,5
2021	18,0	1,5
2022	18,5	1,5

Elaborado por: Balseca, José (2018)

1. Geográfica

País: Ecuador

Región: Costa, Sierra y Oriente

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Celiano Monge

Sector: Mercado mayorista

2. Demográfica

Cliente externo

Las personas naturales o jurídicas que se dediquen al comercio mayorista en la provincia de Tungurahua.

3. Socio económico

Los sacos/lonas de plástico al ser un producto indispensable en el comercio de productos mayoristas, puede ser negociados por personas de nivel económico de los segmentos: medio, medio bajo y bajo.

c) Fuentes de información

Los datos tomados de la investigación fueron recogidos de fuentes primarias, es decir las personas objeto de estudio, a quienes se realizó la encuesta. Se ha podido obtener información de la Provincia de Tungurahua, lo cual permite conocer: la frecuencia con la que se adquiere el bien, el de mayor rotación, la cantidad de compra de sacos/lonas de plástico y factores que influyen en su decisión.

SENPLADES. – El gobierno por medio de la SENPLADES ha organizado 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas dedicadas al cambio de la matriz productiva del Ecuador, las cuales están segmentadas en diferentes zonas del país.

El enfoque de la presente investigación se centra en la zona 3 conformadas por: provincias de Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza y Tungurahua (SENPLADES, 2012)

INEC. - Permite la obtención de datos estadísticos del sector constructor.

d) Población y muestra

Cliente externo

Se tomó en consideración a personas naturales y jurídicas dedicadas al comercio de productos mayoristas, las cuales realizan sus actividades en la zona 3 del Ecuador, donde se centra la problemática. El tamaño de la población fue cuantificado en base a la observación directa, en la cual se determinó a diecisiete miembros que conforman la asociación de comerciantes de sacos plásticos del mercado mayorista de Ambato.

Al ser una población reducida, se la cataloga como población finita ya que es menor a los 100.000 elementos.

Demanda de mercado

Se la define como la cantidad de bienes, productos o servicios adquiridos por un grupo demográfico establecido, mismo que puede ser dividido por características específicas como edad, género, nivel socioeconómico, entre otras.

A continuación, se evidencia una tabla que refleja el mercado meta que se dedica al comercio mayorista en la provincia de Tungurahua.

Tabla 5.2 Explicación de la demanda

AÑO	MERCADO META	% DE ACEPTACIÓN	DEMANDA
2018	17	71%	12

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Este porcentaje se obtiene de los datos resultantes de la pregunta número 9, en la cual 12 personas que representan el 71 % respondieron positivamente a la siguiente interrogante:

9. ¿Si se ofrecerían los sacos cerca del Mercado Mayorista usted los compraría?

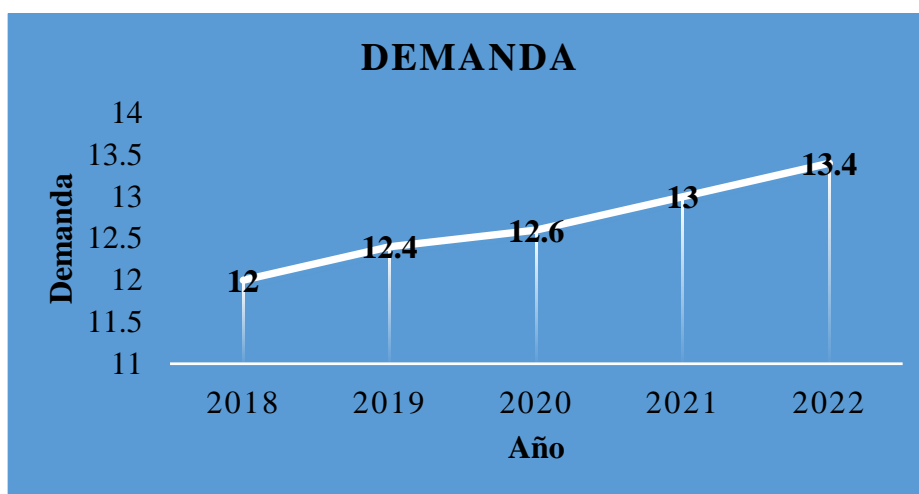


Gráfico 5.2 Demanda

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Una vez realizado los cálculos correspondientes entre el porcentaje de aceptación del producto y el mercado meta del año 2017, se puede decir que 12 personas de una población total de 17 están dispuestas a adquirir las sacos o lonas para el 2017, proyección que a través de la tasa de crecimiento poblacional alcanza para el año 2021 a 13 personas.

5.6. Desarrollo del Estudio de Factibilidad

5.6.1. Desarrollo del Estudio de Mercado

El estudio de mercado, se realiza a través de encuesta, la cual permitió medir los gustos y preferencias del consumidor, que se dedica al comercio de productos mayoristas, además de identificar preferencias al momento de adquirir el objeto.

Análisis de la demanda

El comercio de productos expedidos al por mayor se lo realiza mediante dos grandes grupos de empaques; los sintéticos y los naturales, los que a su vez se componen de polipropileno y yute respectivamente. Debido a la versatilidad, precio y resistencia los sacos elaborados a base de fibras plásticas presentan una mayor demanda, ya que son aptos para el embalaje de frutas, hortalizas, tubérculos y granos secos. Adicionalmente presenta la ventaja de permite observar el estado del producto, aspecto importante ya que gran parte del comercio se centra en productos perecederos.

Oferta de mercado

Poder determinar la cantidad de sacos/lona de plástico que está dispuestos a adquirir los comerciantes mayoristas de Tungurahua.

Análisis de la oferta

Para analizar la oferta de mercado, se debe tomar en consideración la competencia directa e indirecta, de la siguiente manera:

Competencia directa:

La competencia directa ofrece un producto igual o similar al que comercializa PLASTICECUADOR en el mismo mercado. En la ciudad de Ambato existen empresas representativas, tales como:

POLIPLAST ECUADOR

Competencia indirecta:

Son empresas que comercializan productos de forma parcial para el mercado, con la producción de bienes sustitutos que ofrecen el mismo uso; como, por ejemplo:

- DISPLAST
- DEMACO

Determinación de la demanda del Mercado Objetivo

El sector del comercio en el mercado mayorista en los últimos años se ha vuelto más competitivo debido a su continuo crecimiento. La introducción de productos de plástico como sacos/lona de plástico ha obligado a realizar un estudio de factibilidad de sacos/lona de plástico, con el objetivo de estudiar la viabilidad de la producción y comercialización de este bien en la provincia de Tungurahua.

Construcción de la Demanda**Demanda Actual**

Se utilizaron datos de la tabulación de encuesta realizadas a personas dedicadas a la comercialización del producto, lo que permite identificar de una manera óptima las percepciones, así como las preferencias del consumidor.

Estudio de la demanda en productos

Se basa en la pregunta número 6 de la encuesta realiza en la que se menciona

La compra del producto (sacos/lonas de plástico) para su negocio, lo realiza de manera.

Tabla 5.3 Demanda en productos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Promedio	Demanda de productos
Mensual	14	82%	180000	2520.000
Trimestral	3	18%	45000	135.000
Total	17	100%		2.655.000

Gráfico 1 Demanda en productos

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Luego de haber efectuado la investigación de campo mediante la aplicación de las encuestas se procedió a establecer el estudio de mercado mediante la aplicación del método de regresión lineal de la siguiente manera:

Tabla 5.4 DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	Yi	Xi	Xi Yi	Xi ²
2008	876.121	-4	-3.504.484	16
2009	895.986	-3	-2.687.958	9
2010	915.860	-2	-1.831.720	4
2011	935.518	-1	-935.518	1
2018	955.000	0	-	0
2019	974.482	1	974.482	1
2020	994.361	2	1.988.723	4
2021	1.014.646	3	3.043.939	9
2022	1.035.345	4	4.141.381	16
□	8.597.320	0	1.188.845	60

Elaborado por: Balseca, José (2018)

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

$$n = 5$$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$a = 1719464,01$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2}$$

$$b = 19814,08$$

$$Y = a + b.x$$

Tabla 5.5 Proyección

Y 2019 =	1.818.534
Y 2018 =	1.838.348
Y 2019 =	1.858.163
Y 2020 =	1.877.977
Y 2021 =	1.897.791

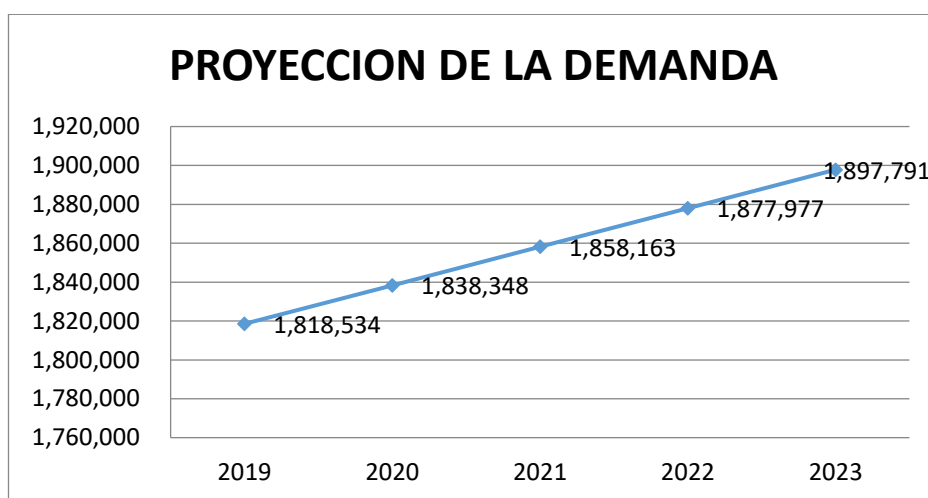


Gráfico 5.3 Proyección de la demanda

El análisis de la demanda indica que existe un requerimiento por parte del mercado para este tipo de productos.

Construcción de la Oferta

De la misma manera en la investigación de campo se estableció la siguiente pregunta:

Oferta

Este porcentaje se obtiene de información tabulada en la encuesta específicamente en la pregunta número 9 en la que 5 personas es decir el 29% encuestado dieron una respuesta positiva a la siguiente interrogante:

9. ¿Si se ofrecerían los sacos cerca del Mercado Mayorista usted los compraría?

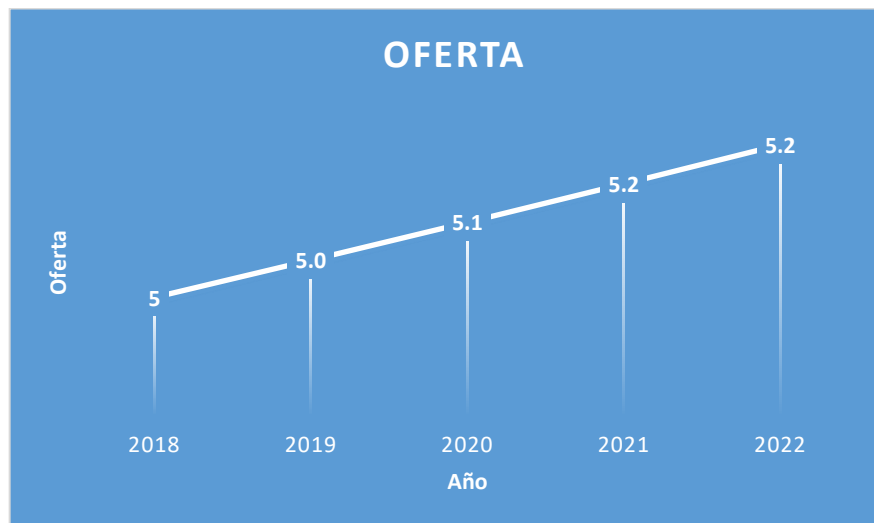


Gráfico 5.4 Oferta

Elaborado por: Balseca, José (2018)

La oferta está determinada por los productos que los productores posicionan en el mercado para la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Efectuada la encuesta se procedió establecer la oferta mediante el método de regresión lineal de la siguiente manera:

Tabla 5.6 DATOS HSITORICOS

AÑOS	Yi	Xi	Xi Yi	Xi ²
2008	1.632.903	-4	-6.531.612	16
2009	1.669.427	-3	-5.008.281	9
2010	1.705.685	-2	-3.411.370	4
2011	1.742.672	-1	-1.742.672	1
2012	1.778.963	0	-	0
2013	1.816.321	1	1.816.321	1
2014	1.854.464	2	3.708.928	4
2015	1.893.408	3	5.680.223	9
2016	1.933.169	4	7.732.677	16
∑	16.027.012	0	2.244.214	60

$n = 5$

$$a = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$b = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum X_i^2}$$

$$a = 3205402,44$$

$$b = 37403,57$$

$$Y = a + b.x$$

Tabla 5.7 Proyección oferta

Y₂₀₁₇ =	3.392.420
Y₂₀₁₈ =	3.429.824
Y₂₀₁₉ =	3.467.227
Y₂₀₂₀ =	3.504.631
Y₂₀₂₁ =	3.542.035

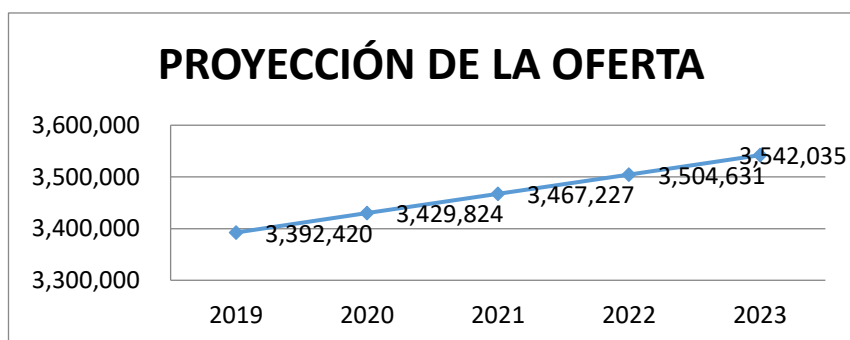


Gráfico 5.5 Proyección de la oferta
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es tomada de los datos obtenidos del cálculo de la construcción de la oferta y demanda actual, para identificar mercados aun no abastecidos.

La demanda potencial insatisfecha se calcula mediante la resta de la demanda de productos con la oferta en productos. $DPI = \text{Demanda de productos} - \text{Oferta de Producto}$

Tabla 5.8 Proyección Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2019	1.818.534	3.392.420	-1.573.886
2020	1.838.348	3.429.824	-1.591.475
2021	1.858.163	3.467.227	-1.609.065
2022	1.877.977	3.504.631	-1.626.654
2023	1.897.791	3.542.035	-1.644.244

Elaborado por: Balseca, José (2018)

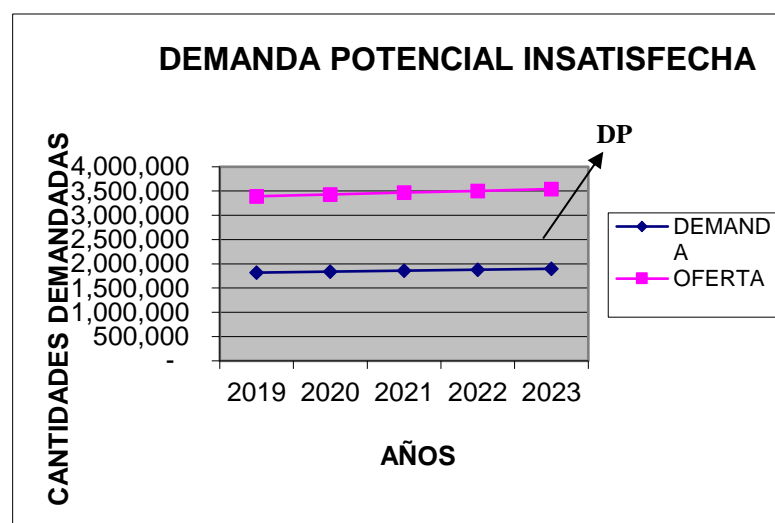


Gráfico 5.6 Demanda potencial insatisfecha

Se determina que no existe una potencial demanda insatisfecha debido a que si existe sobre oferta en el mercado, pero según la capacidad de la empresa se atenderá a un 25%.

5.6.1.1. Análisis de marketing mix

El análisis de marketing mix, para la empresa PLASTICECUADOR, que está compuesto por diferentes estrategias enfocadas a las cuatro P.

- Producto

- Precio
- Plaza
- Promoción

La regulación de la industria y el rápido cambio en la tecnología utilizada, junto con una fuerte lealtad a la marca para los consumidores son las grandes barreras de entrada a la industria. Los nuevos productores deben determinar su fuente de producción, tener un plan de gestión y determinar si es viable antes invertir en equipos y tecnología necesaria para la producción. La inversión inicial en el equipo y la tecnología son altos, lo que impide que el nuevo productor ingrese con precios muy bajos para capturar una cuota de mercado. Los consumidores a menudo se quedan con una marca específica de lona o sustitutos, porque prefieren el empaque, lo que dificulta que un nuevo productor convenza a las personas a probar su producto.

Producto

Se denomina al conjunto de características y atributos como:

Tabla 5.9 Acabados del producto

MODELO	BENEFICIOS	OPCIONES	USOS COMUNES
<p>Saco de Malla</p> <p>Saco/Lona tipo red que permite que el producto se vea y se oxigene.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alta vida útil • Ventilación del producto • Reciclables • Resistentes a la humedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Tradicional 	<ul style="list-style-type: none"> • Frutas • Verduras • Granos secos

	<ul style="list-style-type: none"> • Larga duración • Resistente al peso y tensión 		
--	--	--	--

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Precio

Se determina por diversos factores, como:

- Competencia
- Costos
- Demanda

La política del precio promedio es de 0,21 centavos de dólar.

Estrategias para el precio

- Incluir un nuevo producto con un precio bajo, para lograr un acceso más rápido en el mercado.
- Un producto de menor costo, abarcará una mayor cuota de mercado.

Plaza

Es un lugar con características físicas dentro de un área geográfica, donde se vende y distribuye un producto específico. Las estrategias que se proponen para la distribución del producto son las siguientes:

- Distribución Intensiva.
- Ampliar la cadena de distribución a través de intermediarios, para acceder a una mejor cuota de mercado.

Promoción

Estrategias de introducción

- Asociación de producto en reuniones del comité.
- Promocionar el producto por medio de redes sociales.
- Realizar avisos por medios clásicos.

Análisis FODA

- **Factores Externos**
 - **Fortalezas**
 - Conocimiento del mercado y sus principales distribuidores.
 - Infraestructura física propia.
 - Se contará con el personal idóneo para la fabricación y comercialización del producto.
 - **Oportunidades**
 - Incremento en la producción debido a la creciente demanda
 - Fácil acceso a diversos mercados
 - El producto a fabricar es de consumo masivo
 - Fácil contratación de mano de obra
 - Posibilidad de expansión a nuevos mercados de la región.
- **Factores Internos Claves**
 - **Amenazas**
 - Importación de insumos
 - Imposición de nuevos impuestos

- Incremento de desperdicios dentro del proceso de fabricación.
- **Debilidades**
 - Ausencia de control de calidad
 - Producción por temporada
 - Capacidad instalada limitada
 - Escasa capacidad relativa de inversión

5.6.2. Estudio administrativo – legal

La empresa vidriería PLASTICECUADOR no se encuentra constituida, es decir se maneja como persona natural. La creación de una figura jurídica, es de vital importancia para un mejor manejo, tanto administrativo y legal.

Requisitos para constitución de empresa Sociedad Anónima

La Superintendencia de Compañías del Ecuador menciona que para constituir una empresa se requiere una escritura pública que, previo mandato de este organismo, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;

- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores (Trujillo, 2015).

Requisitos para creación del RUC

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)
- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador.

El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de

inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito (Negrete, 2014).

Requisitos para el registro patronal IESS

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

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

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado (Negrete, 2014).

Requisitos para el permiso de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo (Negrete, 2014).

Requisitos para Patentes municipales

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.

3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año (Negrete, 2014).

Requisitos para permiso del Cuerpo de Bomberos

Los establecimientos están en la obligación de obtener el permiso, para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual sin olvidar requisitos como alarmas, señalética, entre otros. El tamaño y número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local (Negrete, 2014).

5.6.2.1. Marco administrativo

La presente investigación ayuda a identificar los elementos administrativos como organigrama estructural, posicional y funcional, los cuales permiten entender la

estructura de la misma, así como las funciones que se deben desarrollar en cada puesto basándose en la planeación.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PLASTICECUADOR S.A.

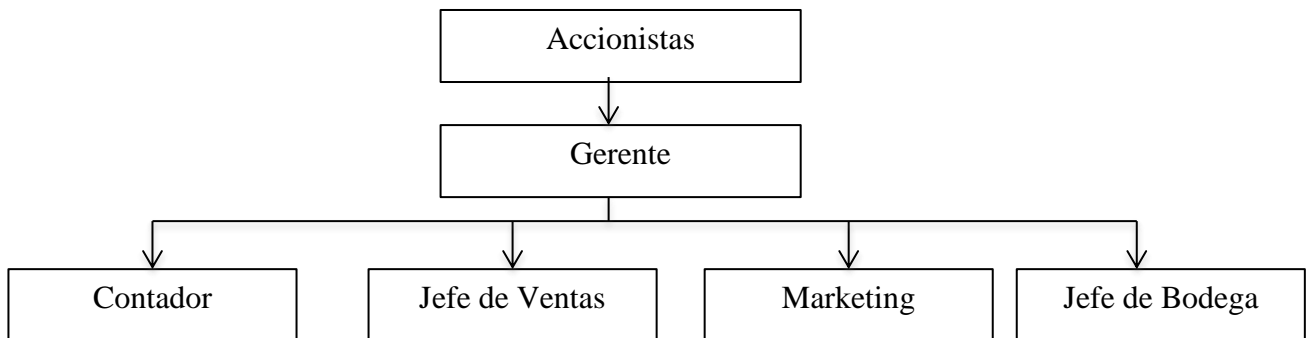


Gráfico 5.7 Organigrama estructural de la empresa PLASTICECUADOR S.A.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA PLASTICECUADOR S.A.

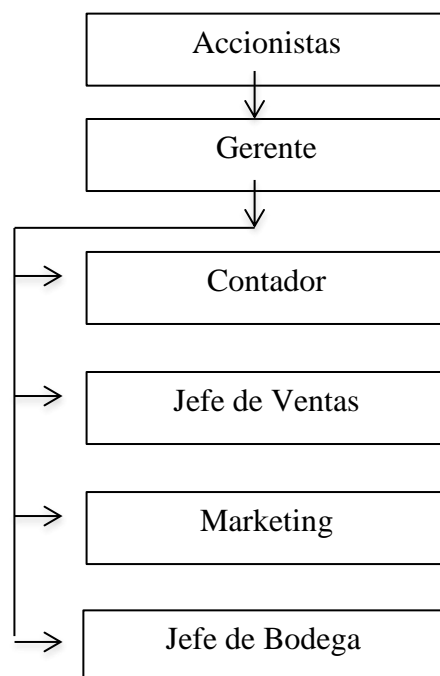


Gráfico 5.9 Organigrama posicional de la empresa PLASTICECUADOR S.A.**Gerente General**

- Planifica, dirige y controla las actividades rutinarias en la organización.
- Lidera actividades de los diferentes departamentos de la empresa.
- Coordinar la comunicación entre departamentos.
- Esta encargado del marketing de la empresa.
- Desarrolla estrategias
- Representa legalmente ante situaciones internas y externas (Ramirez, 2017)

Contador

- Organiza y realiza libros de contabilidad y cuentas de la empresa
- Gestionar los bienes monetarios y materiales de la empresa, los cuales son asignados para las diferentes actividades.
- Lleva el control de las transacciones de la empresa.
- Controla los diferentes movimientos de los departamentos de la empresa.
- Revisa diariamente los registros contables y realiza los ajustes de acuerdo a los principios de la contabilidad.
- Presenta los estados financieros. (Ramirez, 2017)

Director de Marketing y Ventas

- Se encarga de las relaciones con los clientes y de mantenerlos en contacto.
- Solventa dudas de los clientes sobre el producto.
- Crea e implementa estrategias venta, promoción y publicidad, de acuerdo al producto.

- Hace un seguimiento de las cuentas por cobrar y se encarga de la elaboración de informes
- Esta encargado de la entrega de productos. (Ramirez, 2017)

Jefe de Bodega

- Inspecciona los diferentes despachos de material.
- Controla el trabajo de los operarios.
- Controla el uso adecuado, de los materiales de trabajo.
- Lleva inventarios de la mercadería
- Verifica el buen estado de los productos.
- Realiza el control de calidad del producto.
- Establece un clima, participativo, creativo. (Ramirez, 2017)

5.6.2.2. Marco Legal

La empresa PLASTICECUADOR se crea como Sociedad Anónima, con un capital inicial repartido en acciones, racionadas de la siguiente manera:

Accionista 1 (80%)

Accionista 2 (20%)

Ley de compañías

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional. (Ley de Compañías, 1999)

Sección VI

De la Compañía Anónima

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de Compañías, 1999).

De la Fundación de la Compañía

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo. (Ley de Compañías, 1999)

Del Capital y las Acciones

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

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

Art. 166.- La suscripción se hará constar en boletines extendidos por duplicado, que contendrán:

1. El nombre de la compañía para cuyo capital se hace la suscripción;
2. El número de registro del contrato social;
3. El nombre, apellido, estado civil y domicilio del suscriptor;
4. El número de acciones que suscribe, su clase y su valor;
5. La suma pagada a la fecha de suscripción, forma y términos;
6. La determinación de los bienes en el caso de que la acción haya de pagarse con éstos y no con numerario;
7. La declaración expresa de que el suscriptor conoce los estatutos y los acepta; y,
8. La fecha de suscripción y la firma del suscriptor y del gerente o promotor autorizado. (Ley de Compañías, 1999)

De los derechos y obligaciones de los promotores, fundadores y accionistas

Art. 200.- Las compañías anónimas considerarán como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 201.- Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución.

Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Los fundadores y promotores son también responsables, solidaria e ilimitadamente con los primeros administradores, con relación a la compañía y a terceros:

1. Por la verdad de la suscripción y entrega de la parte de capital social recibido;

2. Por la existencia real de las especies aportadas y entregadas;
3. Por la verdad de las publicaciones de toda clase realizadas para la constitución de la compañía;
4. Por la inversión de los fondos destinados a gastos de constitución; y,
5. Por el retardo en el otorgamiento de la escritura de constitución definitiva, si les fuese imputable.

Art. 202.- Los fundadores y promotores están obligados a realizar todo lo necesario para la constitución legal y definitiva de la compañía y a entregar a los administradores todos los documentos y la correspondencia relativos a dicha constitución.

Deberán entregar también los bienes en especie y el dinero recibido en pago de la integración inicial de las acciones. Los administradores exigirán el cumplimiento de estas obligaciones a los fundadores y promotores.

Art. 205.- Los promotores están obligados a convocar una junta general en el plazo máximo de seis meses contados a partir de la fecha del otorgamiento de la escritura de promoción, junta que resolverá acerca de la constitución definitiva de la compañía y, además, sobre los siguientes aspectos:

1. Aprobación de las gestiones realizadas hasta entonces por los promotores;
2. Aprobación de los avalúos que hubieren presentado los peritos sobre las aportaciones no hechas en dinero, o rectificación de sus informes;
3. Aprobación de la retribución acordada para los promotores;
4. Nombramiento de las personas encargadas de la administración; y,
5. Designación de las personas encargadas de otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

Art. 208.- La distribución de las utilidades al accionista se hará en proporción al valor pagado de las acciones. Entre los accionistas sólo podrá repartirse el resultante del beneficio líquido y percibido del balance anual. No podrá pagárseles intereses.

Art. 209.- Acordada por la junta general la distribución de utilidades, los accionistas adquieren frente a la compañía un derecho de crédito para el cobro de los dividendos que les correspondan.

Art. 210.- Las acciones con derecho a voto lo tendrán en proporción a su valor pagado. Es nulo todo convenio que restrinja la libertad de voto de los accionistas que tengan derecho a votar.

Art. 211.- Los accionistas podrán hacerse representar en la junta general por persona extraña, mediante carta dirigida al gerente, a menos que los estatutos dispongan otra cosa. No podrán ser representantes de los accionistas los administradores y los comisarios de la compañía.

Art. 214.- Cualquier accionista podrá denunciar por escrito, ante los comisarios, los hechos que estime irregulares en la administración, y los comisarios, a su vez, deberán mencionar las denuncias en sus informes a las juntas generales de accionistas, formulando acerca de ellas las consideraciones y proposiciones que estimen pertinentes.

Art. 217.- Ningún accionista podrá ser obligado a aumentar su aporte, salvo disposición en contrario de los estatutos. (Ley de Compañías, 1999)

De las partes beneficiarias

Art. 222.- Las compañías anónimas podrán emitir, en cualquier tiempo, partes beneficiarias, las que únicamente conferirán a su titular un derecho a participar en

las utilidades anuales de la compañía, en la proporción que se establezca en el título y de acuerdo a lo determinado a este respecto en la Ley y los estatutos de la compañía.

El plazo de duración de las partes beneficiarias no podrá exceder de quince años, contados a partir de la fecha de expedición del título.

El porcentaje de participación en las utilidades que se asigne en favor de las partes beneficiarias no podrá exceder, en ningún caso, del diez por ciento de los beneficios anuales de la compañía. Los titulares de las partes beneficiarias tendrán derecho a percibir el porcentaje que se les hubiere asignado sobre las utilidades, con preferencia a cualquier clase de accionistas de la compañía y una vez que se hubiere hecho la provisión legal para el fondo de reserva de la misma.

Art. 223.- El título representativo de la parte beneficiaria estará escrito en idioma castellano y contendrá:

- a) El nombre de la compañía;
- b) La cifra indicativa del capital suscrito de la compañía emisora y el pagado a la fecha de la expedición del título;
- c) El porcentaje de utilidades que se reconozcan y el plazo de vigencia de este derecho;
- d) La indicación de sí el título es nominativo o al portador y, en el primer caso, el nombre del beneficiario;
- e) Los principales derechos y obligaciones del dueño del título, así como la transcripción de las normas que, con relación a las partes beneficiarias, se hubieren establecido en los estatutos de la compañía;
- f) La fecha de expedición del título; y,

g) La firma de la persona o personas autorizadas para representar a la compañía.

Art. 225.- Declarada la disolución de la compañía terminará el derecho de las partes beneficiarias a percibir, los beneficios que se les hubiere asignado. No obstante, sus titulares tendrán derecho a exigir el pago de los beneficios no percibidos hasta la fecha de la disolución.

Art. 226.- Los titulares de las partes beneficiarias no gozarán de los derechos que esta Ley establece para los accionistas.

Art. 227.- Los titulares de partes beneficiarias que representen por lo menos los dos tercios de los tenedores de las mismas podrán impugnar ante el juez de lo civil del domicilio de la compañía los acuerdos tomados por los órganos de ésta, cuando tuvieren por objeto lesionar maliciosamente sus intereses, o cuando no hubieren sido adoptados de acuerdo a la Ley o al estatuto social.

Para ejercitar este derecho depositarán los títulos de las partes beneficiarias en el juzgado, debiendo entregárseles un certificado que acredite este hecho. Los títulos depositados no se devolverán hasta la terminación del juicio.

La acción referida en el inciso primero de este artículo deberá ejercitarse en el plazo de treinta días contados a partir de la fecha del acuerdo.

Con el certificado conferido podrá el beneficiario reclamar el porcentaje de la utilidad.

Art. 228.- Para la determinación de las utilidades anuales correspondientes a los titulares de las partes beneficiarias se tomarán, como base, las declaraciones formuladas por la compañía para el pago del impuesto a la renta. (Ley de Compañías, 1999)

Impuesto a la Renta

Capítulo I

Normas Generales

Art. 4.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. (Código Tributario, 2005)

Ley de Régimen Tributario

Capítulo IV

Declaración y pago del IVA

Art. 66.- Declaración del impuesto (Agregado el inciso segundo por el Art. 5 de la Ley 98-13, R.O. 31, 22-IX-98). - Los sujetos pasivos del IVA presentarán mensualmente una declaración por las operaciones gravadas con el impuesto, realizadas dentro del mes calendario inmediato anterior, en la forma y plazos que se establezcan en el Reglamento.

Los sujetos pasivos que exclusivamente transfieran bienes o presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, presentarán una declaración semestral de dichas transferencias.

Art. 67.- Liquidación del impuesto. - Los sujetos pasivos del IVA obligado a presentar declaración efectuarán la correspondiente liquidación del impuesto sobre el valor total de las operaciones gravadas. Del impuesto liquidado se deducirá el valor del crédito tributario de que trata el artículo 65 de esta Ley.

Art. 68.- Pago del impuesto. - La diferencia resultante, luego de la deducción indicada en el artículo anterior, constituye el valor que debe ser pagado en los mismos plazos previstos para la presentación de la declaración.

Si la declaración arroja saldo a favor del sujeto pasivo, dicho saldo será considerado crédito tributario, que se hará efectivo en la declaración del mes siguiente. (Código Tributario, 2005)

Constitución de la República del Ecuador

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 404.- El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción.

Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica, de acuerdo con la ley. (Armendáriz, 2013)

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado.

La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación”. (Armendáriz, 2013)

Impuestos y Tasas Municipales

Ordenanza Sustitutiva para el Cobro de Impuesto Anual de Patente en el Cantón Ambato

Art 1.- Objeto del Impuesto. - Se establece el impuesto de patente municipal a todas las personas que crezcan permanentemente actividades comerciales, industriales,

financieras, inmobiliarias y profesionales de domiciliadas o con establecimiento en el cantón Ambato.

Art 2.- Hecho Generador. - Constituye el ejercicio permanente de actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Ambato.

Art 3.- Sujeto Pasivo. - Están obligados a obtener la patente anual y pago del impuesto municipal correspondiente, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y sociedades nacionales o extranjeras que ejerzan permanentemente actividades y económicas en general dentro de la jurisdicción del cantón Ambato. (Armendáriz, 2013)

5.6.3 Estudio Técnico

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, maquinaria, materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

6 Localización

Macro localización



Gráfico 5.9. Macro localización

Elaborado por: Balseca, José (2018)

La empresa PLASTICECUADOR estaría ubicada en Ecuador, Provincia de Tungurahua, en Cantón Ambato.

Micro localización



Gráfico 5.10 Instalaciones

Elaborado por: Balseca, José (2018)

La empresa PLASTICECUADOR distribuidora de Sacos/lonas de plástico, estaría ubicada, en la ciudad de Ambato, establecida en un sector industrial para el cumplimiento de las normativas ambientales.

5.6.3.2. Planta

Dimensiones:

De acuerdo a la infraestructura existente de la Empresa, se toma cuenta las necesidades de seguridad t ergonomía del personal que laboraría en la empresa PLASTICECUADOR, la cual está dividida en 5 etapas:

1. El área administrativa
2. Planta
3. Espacio de Maquinaria, acabado y Etiquetado
4. Recepción
5. Almacén

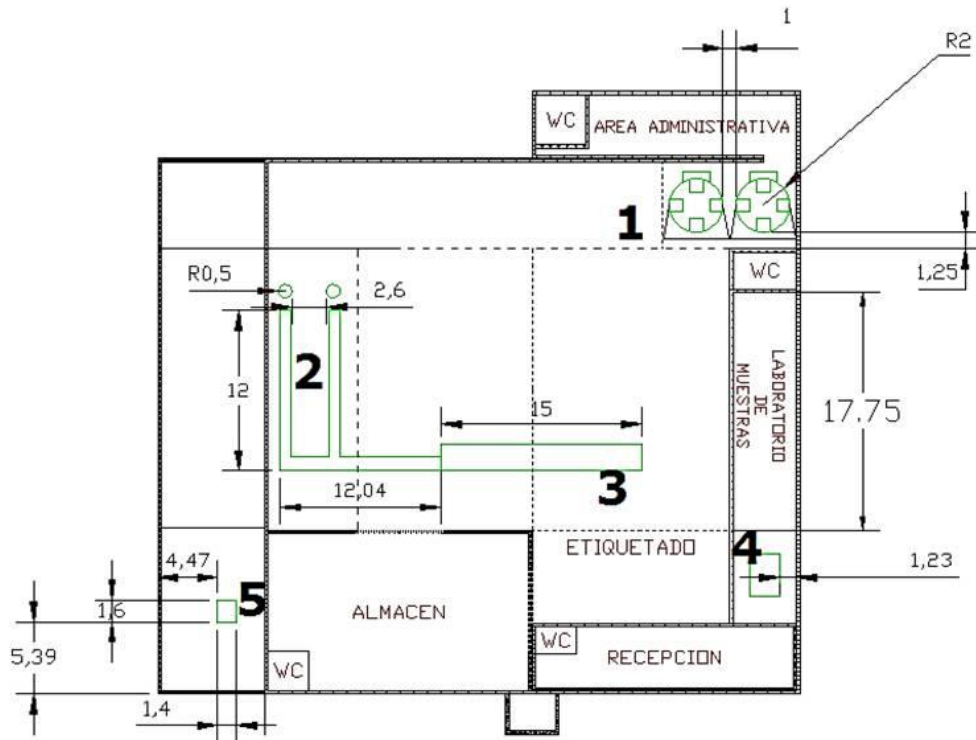


Gráfico 5.11 Plano de la infraestructura del proyecto

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Metraje de ubicación

El área es expresada en metros cuadrados existentes para bodegas y las oficinas administrativas de la empresa, las mismas necesarias para el cumplimiento de las diversas actividades de la empresa.

Tabla 5.10 Instalaciones de PLASTICECUADOR

INSTALACIONES PLASTICECUADOR	
ÁREA	METRAJE
El área administrativa	26,4 m ²
Planta	17,75 m ²
Espacio de Maquinaria, acabado y Etiquetado	34,4 m ²

Recepción	363 m ²
Almacén	247,8 m ²
TOTAL	883,3 m²

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Flujograma de Procesos

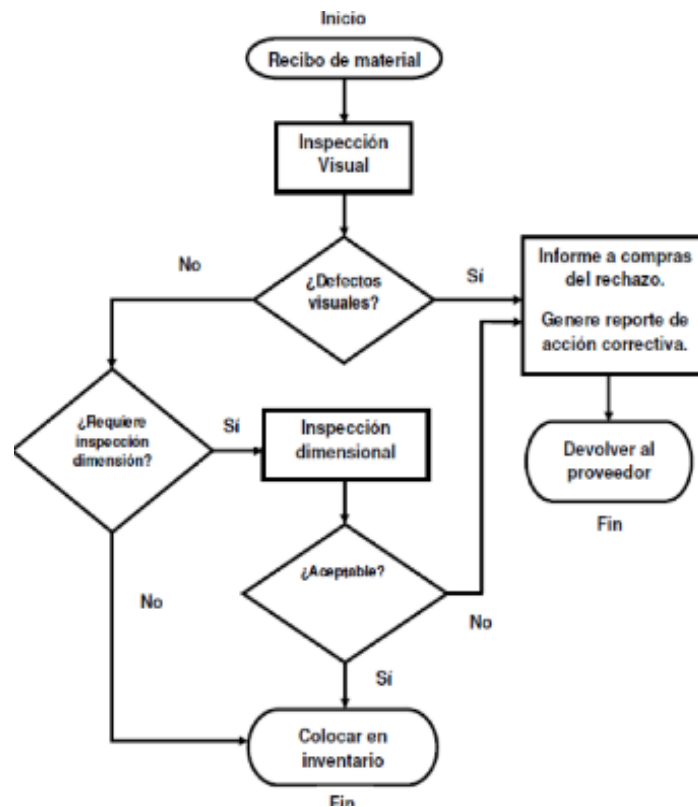


Gráfico 5.12 Flujograma de procesos

5.7. Estudio Financiero

Plan de inversiones

Manifiesta CFN (2008. Pág. 87) “Corresponde al conjunto de gastos, en los que se debe incurrir a partir de la iniciación de los estudios preliminares hasta la puesta en marcha del proyecto, en la cual se determinan inversiones fijas y diferidas”.

Tabla 5.11 Plan de inversión

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
	ACTIVO FIJO		19.160,00
8	Urdidor	500,00	4.000,00
4	Cortadoras	1.500,00	6.000,00
4	Fileteadoras	2.000,00	8.000,00
3	Telares	120,00	360,00
5	Máquina de coser	160,00	800,00
	Muebles y Enseres		-
10	Sillas	12,00	120,00
10	mesas de diseño y corte	35,00	350,00
			-
	TOTAL ACTIVO		19.630,00
	ACTIVO DIFERIDO		
	Licencias	250,00	250,00
	Gastos de instalación	150,00	150,00
	Imprevistos 5% (de los activos diferidos)		65,00
	TOTAL ACTIVO DIFERIDO		465,00
	CAPITAL DE TRABAJO		
	Capital de trabajo operativo		2.100,00
	Capital de trabajo administrativo		14.017,86
	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		16.117,86
	TOTAL		36.212,86

Fuente: Facturas proforma
Elaborado por: Balseca, José (2018)

La composición del plan de inversión determina la utilización de activos fijos, diferidos e inventarios con un total de \$ **36.212.86** dólares para poder iniciar el proceso de producción de las lonas y así comercializarlas a los consumidores.

Activos fijos

Para Gonzales Bolívar (2004, Pág. 23) Son bienes tangibles (que se pueden tocar), cuya vida útil es superior a un período, operacional, aportan valor a la compañía, se incorporan contablemente al producto a través de la depreciación, que a su vez es

función de su vida útil (a excepción del terreno, en determinados proyectos). Su destino es ejecutar o soportar al proceso productivo, no se adquieren para ser vendidos, por lo que la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin afectar su capacidad de operación.

El control de los activos fijos permitirá a la empresa potencializarlos para poder colocar los productos en el mercado, de esta manera se establece que el proceso productivo utilizara el siguiente portafolio de activos fijos:

Tabla 5.12 Activos fijos

ACTIVO FIJO		19.160,00
Urdidor	500,00	4.000,00
Cortadoras	1.500,00	6.000,00
Fileteadoras	2.000,00	8.000,00
Telares	120,00	360,00
Máquina de coser	160,00	800,00

Fuente: Facturas proforma
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Los activos diferidos están constituido por los gastos en fases pre operativas como las instalaciones y la legalización de la empresa en el mercado.

Tabla 5.13 ACTIVOS DIFERIDOS

ACTIVO DIFERIDO		
Licencias	250,00	250,00
Gastos de instalación	150,00	150,00
Imprevistos 5% (de los activos diferidos)		65,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO		465,00

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

De esta manera se establece que las cuentas principales de los activos diferidos representan un total de \$465 dólares para la fase operativa final.

Plan de financiamiento

Capital de trabajo

Manifiesta Baca Urbina (2008,Pág 45) “ El capital de trabajo (requerimiento de caja) es el “combustible” que permite funcionar el aparato productivo de la compañía, si no se disponen de los recursos necesarios para movilizar los insumos, transformarlos en productos terminados y “financiar” a los clientes otorgándoles crédito (de acuerdo a las condiciones de comercialización que imperen en el mercado), el proyecto no podrá operar, restringiéndole completamente su capacidad de competir en el mercado

Las actividades de producción en la empresa determinan que se necesita un capital de trabajo que permita cubrir las necesidades operativas y administrativas, para lo cual se necesita el siguiente rubro:

Tabla 5.14 CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Cajas para embalaje	650	1,5	975,00
Cinta de tejido	900	1,25	1.125,00
TOTAL			2.100,00

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Tabla 5.15 CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Sueldos	9.621,69	9.621,69
Servicios básico	320,00	960,00
Seguro	\$ 46,18	\$ 46,18
Arriendo	1.050,00	3.150,00
Útiles de limpieza	80,00	240,00
TOTAL		14.017,86

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

El capital de trabajo administrativo está determinado por la adquisición de todos los requerimientos como mano de obra, sueldos, servicios que permitirán un proceso

de producción interrumpido lo cual generará cumplimiento de obligaciones y requerimientos a tiempo para su comercialización.

Formas de financiamiento

Para Gonzales Bolívar (2004, Pág. 49) “El financiamiento comprende la cobertura de los recursos necesarios para adquirir (construir, si el del caso) los activos fijos, financiar los activos diferidos y asegurarse la disponibilidad de capital de trabajo, indispensables para ejecutar el proceso de producción.

El financiamiento de clasifica de acuerdo a los siguientes parámetros:

- Fuentes propias. Constituye el aporte de los socios en calidad de capital social (patrimonio).
- Fuentes externas. Representan los recursos comprometidos en calidad de pasivos (deudas) asignados por agentes externos al proyecto, tal es el caso de las instituciones financieras.

El marco administrativo financiero está determinado por varios aportes empresariales divididos en (efectivo, bienes, préstamos). De esta manera el plan de financiamiento será de la siguiente manera:

Tabla 5.14 Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL USD	TOTAL %
RECURSOS PROPIOS		
EFFECTIVO	5.431,93	15%
BIENES		
RECURSOS DE TERCEROS		
PRÉSTAMO BANCARIO	30.780,93	85%
PRÉSTAMO PRIVADO		
TOTAL	36.212,86	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Balseca, José (2018)

El financiamiento está establecido entonces en un 15% por los recursos propios y el 85% en base a un préstamo.

Tabla 5.15 Tabla de amortización

MONTO A FINANCIAR	\$ 30.780,93
TASA ANUAL	9%
TASA MENSUAL	0,013000
TIEMPO A FINANCIAR	5
N/PERIODOS	60

CALCULO DE CUOTA PAGO	\$ -742,01
INTERES	\$ -400,15
CAPITAL	\$ -341,85

Nº	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
0						\$ 30.780,93
1	\$ 30.780,93	\$ 742,01	\$ 400,15	\$ 341,85	\$ 742,01	\$ 30.439,08
2	\$ 30.439,08	\$ 742,01	\$ 395,71	\$ 346,30	\$ 742,01	\$ 30.092,78
3	\$ 30.092,78	\$ 742,01	\$ 391,21	\$ 350,80	\$ 742,01	\$ 29.741,98
4	\$ 29.741,98	\$ 742,01	\$ 386,65	\$ 355,36	\$ 742,01	\$ 29.386,62
5	\$ 29.386,62	\$ 742,01	\$ 382,03	\$ 359,98	\$ 742,01	\$ 29.026,64
6	\$ 29.026,64	\$ 742,01	\$ 377,35	\$ 364,66	\$ 742,01	\$ 28.661,98
7	\$ 28.661,98	\$ 742,01	\$ 372,61	\$ 369,40	\$ 742,01	\$ 28.292,58
8	\$ 28.292,58	\$ 742,01	\$ 367,80	\$ 374,20	\$ 742,01	\$ 27.918,38
9	\$ 27.918,38	\$ 742,01	\$ 362,94	\$ 379,07	\$ 742,01	\$ 27.539,31
10	\$ 27.539,31	\$ 742,01	\$ 358,01	\$ 384,00	\$ 742,01	\$ 27.155,31
11	\$ 27.155,31	\$ 742,01	\$ 353,02	\$ 388,99	\$ 742,01	\$ 26.766,33
12	\$ 26.766,33	\$ 742,01	\$ 347,96	\$ 394,04	\$ 742,01	\$ 26.372,28
13	\$ 26.372,28	\$ 742,01	\$ 342,84	\$ 399,17	\$ 742,01	\$ 25.973,12
14	\$ 25.973,12	\$ 742,01	\$ 337,65	\$ 404,36	\$ 742,01	\$ 25.568,76
15	\$ 25.568,76	\$ 742,01	\$ 332,39	\$ 409,61	\$ 742,01	\$ 25.159,15
16	\$ 25.159,15	\$ 742,01	\$ 327,07	\$ 414,94	\$ 742,01	\$ 24.744,21
17	\$ 24.744,21	\$ 742,01	\$ 321,67	\$ 420,33	\$ 742,01	\$ 24.323,88
18	\$ 24.323,88	\$ 742,01	\$ 316,21	\$ 425,80	\$ 742,01	\$ 23.898,08
19	\$ 23.898,08	\$ 742,01	\$ 310,68	\$ 431,33	\$ 742,01	\$ 23.466,75
20	\$ 23.466,75	\$ 742,01	\$ 305,07	\$ 436,94	\$ 742,01	\$ 23.029,81
21	\$ 23.029,81	\$ 742,01	\$ 299,39	\$ 442,62	\$ 742,01	\$ 22.587,19
22	\$ 22.587,19	\$ 742,01	\$ 293,63	\$ 448,37	\$ 742,01	\$ 22.138,82
23	\$ 22.138,82	\$ 742,01	\$ 287,80	\$ 454,20	\$ 742,01	\$ 21.684,62
24	\$ 21.684,62	\$ 742,01	\$ 281,90	\$ 460,11	\$ 742,01	\$ 21.224,51
25	\$ 21.224,51	\$ 742,01	\$ 275,92	\$ 466,09	\$ 742,01	\$ 20.758,43

26	\$ 20.758,43	\$ 742,01	\$ 269,86	\$ 472,15	\$ 742,01	\$ 20.286,28
27	\$ 20.286,28	\$ 742,01	\$ 263,72	\$ 478,28	\$ 742,01	\$ 19.807,99
28	\$ 19.807,99	\$ 742,01	\$ 257,50	\$ 484,50	\$ 742,01	\$ 19.323,49
29	\$ 19.323,49	\$ 742,01	\$ 251,21	\$ 490,80	\$ 742,01	\$ 18.832,69
30	\$ 18.832,69	\$ 742,01	\$ 244,82	\$ 497,18	\$ 742,01	\$ 18.335,51
31	\$ 18.335,51	\$ 742,01	\$ 238,36	\$ 503,64	\$ 742,01	\$ 17.831,87
32	\$ 17.831,87	\$ 742,01	\$ 231,81	\$ 510,19	\$ 742,01	\$ 17.321,67
33	\$ 17.321,67	\$ 742,01	\$ 225,18	\$ 516,82	\$ 742,01	\$ 16.804,85
34	\$ 16.804,85	\$ 742,01	\$ 218,46	\$ 523,54	\$ 742,01	\$ 16.281,31
35	\$ 16.281,31	\$ 742,01	\$ 211,66	\$ 530,35	\$ 742,01	\$ 15.750,96
36	\$ 15.750,96	\$ 742,01	\$ 204,76	\$ 537,24	\$ 742,01	\$ 15.213,71
37	\$ 15.213,71	\$ 742,01	\$ 197,78	\$ 544,23	\$ 742,01	\$ 14.669,48
38	\$ 14.669,48	\$ 742,01	\$ 190,70	\$ 551,30	\$ 742,01	\$ 14.118,18
39	\$ 14.118,18	\$ 742,01	\$ 183,54	\$ 558,47	\$ 742,01	\$ 13.559,71
40	\$ 13.559,71	\$ 742,01	\$ 176,28	\$ 565,73	\$ 742,01	\$ 12.993,98
41	\$ 12.993,98	\$ 742,01	\$ 168,92	\$ 573,08	\$ 742,01	\$ 12.420,90
42	\$ 12.420,90	\$ 742,01	\$ 161,47	\$ 580,53	\$ 742,01	\$ 11.840,36
43	\$ 11.840,36	\$ 742,01	\$ 153,92	\$ 588,08	\$ 742,01	\$ 11.252,28
44	\$ 11.252,28	\$ 742,01	\$ 146,28	\$ 595,73	\$ 742,01	\$ 10.656,55
45	\$ 10.656,55	\$ 742,01	\$ 138,54	\$ 603,47	\$ 742,01	\$ 10.053,08
46	\$ 10.053,08	\$ 742,01	\$ 130,69	\$ 611,32	\$ 742,01	\$ 9.441,77
47	\$ 9.441,77	\$ 742,01	\$ 122,74	\$ 619,26	\$ 742,01	\$ 8.822,50
48	\$ 8.822,50	\$ 742,01	\$ 114,69	\$ 627,31	\$ 742,01	\$ 8.195,19
49	\$ 8.195,19	\$ 742,01	\$ 106,54	\$ 635,47	\$ 742,01	\$ 7.559,72
50	\$ 7.559,72	\$ 742,01	\$ 98,28	\$ 643,73	\$ 742,01	\$ 6.915,99
51	\$ 6.915,99	\$ 742,01	\$ 89,91	\$ 652,10	\$ 742,01	\$ 6.263,89
52	\$ 6.263,89	\$ 742,01	\$ 81,43	\$ 660,58	\$ 742,01	\$ 5.603,32
53	\$ 5.603,32	\$ 742,01	\$ 72,84	\$ 669,16	\$ 742,01	\$ 4.934,15
54	\$ 4.934,15	\$ 742,01	\$ 64,14	\$ 677,86	\$ 742,01	\$ 4.256,29
55	\$ 4.256,29	\$ 742,01	\$ 55,33	\$ 686,67	\$ 742,01	\$ 3.569,62
56	\$ 3.569,62	\$ 742,01	\$ 46,41	\$ 695,60	\$ 742,01	\$ 2.874,02
57	\$ 2.874,02	\$ 742,01	\$ 37,36	\$ 704,64	\$ 742,01	\$ 2.169,37
58	\$ 2.169,37	\$ 742,01	\$ 28,20	\$ 713,80	\$ 742,01	\$ 1.455,57
59	\$ 1.455,57	\$ 742,01	\$ 18,92	\$ 723,08	\$ 742,01	\$ 732,48
60	\$ 732,48	\$ 742,01	\$ 9,52	\$ 732,48	\$ 742,01	\$ 0,00

Presupuesto de costos

Para Gonzales Bolívar (2004, Pág. 49) El término real hace referencia a salida de efectivo (desembolsos), por lo que su aplicación afectará al estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja; por otro lado, costos contables son aquellos que no

implican desembolso, son afectaciones al estado de pérdidas y ganancias por el uso físico, en el caso de activos fijos o del derecho de uso, para los activos diferidos.

Son las cantidades que representan desembolsos o salida de dinero para el proceso de producción como (materia prima, mano de obra, servicios complementarios, el cual promoverá un ciclo de producción interrumpido.

Tabla 5.16 Costos de Mano de obra

ROL DE PAGOS-ADMINISTRATIVO							
Nº	NOMBRES	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	F/R	APORTE PERSONAL 9.35%	LIQUÍDO A RECIBIR	FIRMAS
1		Gerente de zona	\$ 600,00	\$ -	\$ 56,10	\$ 543,90	
TOTAL			\$ 600,00	\$ -	\$ 56,10	\$ 543,90	

Nº	NOMBRES	CARGO	APORTE PATRONAL 12.15%	PROVISIONES SOCIALES		TOTAL PROVISIÓN	COSTO TOTAL
				XIII	XIV		
1		Gerente de zona	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 149,40	\$ 749,40
TOTAL			\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 149,40	\$ 749,40

ROL DE PAGOS -DEPARTAMENTO DE PRODUCCION							
Nº	NOMBRES	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	F/R	APORTE PERSONAL 9.35%	LIQUÍDO A RECIBIR	FIRMAS
1		Cosedor	\$ 386,00	\$ -	\$ 36,09	\$ 349,91	
1		cosedor	\$ 386,00	\$ -	\$ 36,09	\$ 349,91	
1		cosedor	\$ 386,00		\$ 36,09	\$ 349,91	
1		Cortador	\$ 386,00		\$ 36,09	\$ 349,91	
1		Tejedor	\$ 386,00		\$ 36,09	\$ 349,91	
1		Bodeguero	\$ 386,00		\$ 36,09	\$ 349,91	
TOTAL			\$ 2.316,00	\$ -	\$ 216,55	\$ 2.099,45	

Nº	NOMBRES	CARGO	APORTE PATRONAL 12.15%	PROVISIONES SOCIALES			COSTO TOTAL
				XIII	XIV	TOTAL PROVISIONES	
1		Cosedor	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
1		cosedor	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
		cosedor	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
		Cortador	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
		Tejedor	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
		Bodeguero	\$ 46,90	\$ 32,17	\$ 26,50	\$ 105,57	491,57
TOTAL			\$ 281,39	\$ 193,00	\$ 159,00	\$ 633,39	2.949,39

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Proyección de costos

La proyección de los costos está establecidos acorde a los requerimientos del proyecto en los 5 primeros años de operaciones en el mercado.

Tabla 5.17 Costos directos

DETALLE	UNIDAD	COSTO	CONSUMO POR SACO	COSTO FINAL
MTERIA PRIMA (CINTA)	GRAMOS	6,310	32,700	0,193
INSUMOS(CINTA DE EMPAQUE)	METROS	10,000	0,006	0,000
MOD		2.949,394	0,007	0,007
ARRIENDO		350,000	0,011	0,011
SERVICIOS BASICOS		320,000	0,010	0,010
Total				0,221

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Tabla 5.18 Costos indirectos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
MOI	1	491,57	0,01
SEGURO	1	46,17625	0,00141
Total			0,00141

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Tabla 5.19 COSTO TOTAL

CDF	0,221
CIIF	0,001
TOTAL	0,222
30% UTILIDAD	0,066694799
PVP	0,289

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

El costo del producto está determinado en 0.22 centavos en el proceso productivo y para colocarlo en el mercado a un PVP de 0.28 centavos la unidad.

Tabla 5.20 Proyección de costos directos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MTERIA PRIMA (CINTA)	- 75.926,76	- 79.723,10	- 83.709,25	87.894,71	92.289,45
INSUMOS(CINTA DE EMPAQUE)	- 2.400,68	- 2.520,71	- 2.646,75	2.779,09	- 2.918,04
MOD	35.392,73	37.162,36	39.020,48	40.971,51	43.020,08
ARRIENDO	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
SERVICIOS BASICOS	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
TOTAL	- 34.894,71	- 36.639,45	- 38.471,42	- 40.394,99	- 42.414,74

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Tabla 5.21 Proyección de costos indirectos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MOI	5.898,79	6.193,73	6.503,41	6.828,58	7.170,01
SEGURO	554,12	581,82	610,91	641,46	673,53
TOTAL	6.452,90	6.775,55	7.114,33	7.470,04	7.843,54

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Balseca, José (2018)

Por tanto la presentación de los costos está determinado por el desembolso de efectivo para la producción de las lonas, insumos, mano de obra directa, lo cual genera un costo total de \$ - **34.894,71** dólares para colocar en el mercado el producto en el primer año operativo.

Gastos administrativos

Según CFN (2008, Pág 95) “Los valores que representan desembolso (reales) comprenden las remuneraciones de la plana administrativa, gastos de oficina, auditoría externa, movilización y viáticos, honorarios profesionales, dietas a Directivos, arriendos de oficinas y, los rubros contables, son las depreciaciones de los activos fijos administrativos y las amortizaciones de los activos diferidos relacionados con la administración (gastos de constitución, gastos preoperacionales).”

Tabla 5.22 Gastos administrativos

Costo proyectados					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS BASICOS	3.840,00	3.935,23	4.032,83	4.132,84	4.235,33
seguro	554,12	567,86	581,94	596,37	611,16
UTILES DE LIMPIEZA	960,00	983,81	1.008,21	1.033,21	1.058,83
GASTO ARRIENDO	4.200,00	4.304,16	4.410,90	4.520,29	4.632,40
GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS	44.385,53	45.486,29	46.614,35	47.770,38	48.955,09
TOTAL	53.939,64	55.277,35	56.648,22	58.053,10	59.492,82

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Balseca, José (2018)

Presupuestos de ingresos

Las ventas que se ha establecido en base al posicionamiento de las lonas en el mercado a partir de la demanda establecida.

Tabla 5.23 PRESUPUESTOS DE INGRESOS

VENTAS PROYECTADAS CON MARGEN DE UTILIDAD DEL 45%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lonas	- 3.471,47	- 397.868,85	- 402.266,22	- 406.663,59	- 411.060,96
precio	0,29	0,30	0,30	0,31	0,32
TOTAL	- 113.717,50	-17.840,10	- 122.097,25	- 126.493,06	- 131.031,82

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Balseca, José (2018)

La distribución de las lonas en el mercado determina un ingreso de \$- 113.717,50 dólares por cada unidad para así acceder a un sistema de comercialización competitivo.

Flujo de caja

Para Sapag Nassir (2007). La estructura de un flujo de caja permite generar costos y beneficios en el proyecto, donde se reflejan los movimientos y desembolsos en el ciclo operativo.

Tabla 5.24 Flujo de caja

	MESES	PRE OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A	INGRESOS						
	Ingreso por ventas		\$ (113.717,50)	\$ (117.840,10)	\$ (122.097,25)	\$ (126.493,06)	\$ (131.031,82)
	(a)TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ (113.717,50)	\$ (117.840,10)	\$ (122.097,25)	\$ (126.493,06)	\$ (131.031,82)
B	EGRESOS						
	MTERIA PRIMA (CINTA)		- 75.926,76	- 79.723,10	- 83.709,25	- 87.894,71	- 92.289,45
	INSUMOS(CINTA DE EMPAQUE)		- 2.400,68	- 2.520,71	- 2.646,75	- 2.779,09	- 2.918,04
	MOD		35.392,73	37.162,36	39.020,48	40.971,51	43.020,08
	ARRIENDO		4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
	SERVICIOS BASICOS		3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
	MOI		\$ 5.898,79	\$ 6.193,73	\$ 6.503,41	\$ 6.828,58	\$ 7.170,01
	SEGURO		\$ 554,12	\$ 581,82	\$ 610,91	\$ 641,46	\$ 673,53
	(b)PARCIAL		\$ (28.441,81)	\$ (29.863,90)	\$ (31.357,09)	\$ (32.924,95)	\$ (34.571,19)
c	flujo operacional (a-b)	\$ -	\$ (85.275,70)	\$ (87.976,21)	\$ (90.740,15)	\$ (93.568,12)	\$ (96.460,63)

d	INGRESOS NO OPERACIONALES (préstamo)	\$ 32.034,42	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	APORTE DE CAPITAL	\$ 5.653,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PARCIAL	\$ 37.687,56	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 4.588,18	\$ 5.357,40	\$ 6.255,58	\$ 7.304,34	\$ 8.528,92
	GASTOS FINANCIEROS		\$ 4.588,18	\$ 5.357,40	\$ 6.255,58	\$ 7.304,34	\$ 8.528,92
	ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
	total activos	\$ 19.630,00					
	ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 465,00					
	PARCIAL	\$ 20.095,00					
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 17.592,56	\$ (4.588,18)	\$ (5.357,40)	\$ (6.255,58)	\$ (7.304,34)	\$ (8.528,92)
G	FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ 17.592,56	\$ (89.863,88)	\$ (93.333,61)	\$ (96.995,73)	\$ (100.872,45)	\$ (104.989,55)
H	SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -					
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ 17.592,56	\$ (89.863,88)	\$ (93.333,61)	\$ (96.995,73)	\$ (100.872,45)	\$ (104.989,55)

Fuente: Costos y gastos
Elaborado por: Balseca, José (2018)

El sistema operacional del proyecto refleja en su ejecución un movimiento de caja negativo que no permite cubrir cada uno de sus requerimientos en el mercado para la producción y comercialización de las lonas en el mercado

Punto de equilibrio

Para Sapag Nassir (2007). Es el resultado operacional en cero (los ingresos totales son iguales a los costos totales, cualquier cantidad producida o vendida sobre este punto que se conoce como cantidad en equilibrio, dará a la empresa una utilidad operacional. (Pág.258).

Tabla 5.25 Punto de equilibrio

DESCRIPCION	AÑO 1	
	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Materia Prima		-75.926,76
Suministros y Servicios		3.840,00
Suministros de Limpieza		960,00
Mano de Obra Directa		35.392,73
Mano de Obra Indirecta	5.898,79	
Mantenimiento		
Seguros	554,12	
Depreciaciones	4.261,52	
Amortización	4.678,49	
TOTALES	15.392,91	-35.734,03

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = 15.392,91 0,68576491

P.E. \$ = 22.446,34 USD en ventas al año

1.870,53 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u = 15.392,91 0,20

P.E. u = 77.666 unidades vendidas al año

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 22.446,34 * 100 / -113.717,50

% P.E. = -61%

Fuente: Costos y gastos

Elaborado por: Balseca, José (2018)

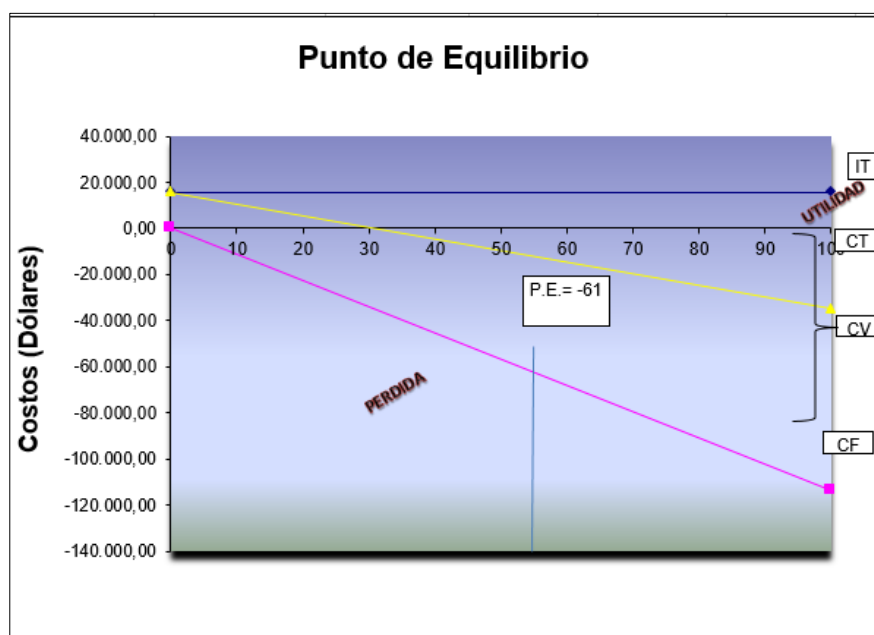


Gráfico 5.11 Punto de Equilibrio

Fuente: Costos y gastos
Elaborado por: Balseca, José (2018)

El punto de equilibrio nos indica que se debe vender US-113.717.50 dólares al año con un total de 77.666 unidades a un precio unitario de US\$ 0.29 dólares, para que el negocio pueda sustentar sus costos fijos y variables, agregando que con estas cifras el proyecto no obtiene ganancia. Estos datos fueron tomados del año 1.

Estado de resultados proyectados

Para baca Urbina G (2002). El estado de resultados refleja los resultados del proyecto en términos costos y gastos totales en que se deben incurrir para ejecutar el programa de producción, las ventas de cada periodo y los excedentes que se generan. (Pág. 129).

Tabla 5.26 Estado de resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas	\$ (113.717,50)	\$ (117.840,10)	\$ (122.097,25)	\$ (126.493,06)	\$ (131.031,82)
Costo de ventas	\$ (75.926,76)	\$ (79.723,10)	\$ (83.709,25)	\$ (87.894,71)	\$ (92.289,45)
Utilidad bruta	\$ (37.790,75)	\$ (38.117,01)	\$ (38.387,99)	\$ (38.598,35)	\$ (38.742,37)
Gastos Operacionales					
Gastos sueldos	\$ (2.400,68)	\$ (2.520,71)	\$ (2.646,75)	\$ (2.779,09)	\$ (2.918,04)
Gastos de venta (sueldos)	\$ 35.392,73	\$ 37.162,36	\$ 39.020,48	\$ 40.971,51	\$ 43.020,08
Gasto comisiones (ventas)	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Gasto arriendo	\$ 3.840,00	\$ 4.032,00	\$ 4.233,60	\$ 4.445,28	\$ 4.667,54
Gastos de limpieza	\$ 5.898,79	\$ 6.193,73	\$ 6.503,41	\$ 6.828,58	\$ 7.170,01
Gasto suministros	\$ 554,12	\$ 581,82	\$ 610,91	\$ 641,46	\$ 673,53
Gasto depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total gastos operacionales	\$ 47.484,95	\$ 49.859,20	\$ 52.352,16	\$ 54.969,77	\$ 57.718,25
Gastos no operacionales					
Gasto financiero	\$ 4.588,18	\$ 5.357,40	\$ 6.255,58	\$ 7.304,34	\$ 8.528,92
Poliza	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Gastos no operacionales	\$ 4.588,18	\$ 5.357,40	\$ 6.255,58	\$ 7.304,34	\$ 8.528,92
Total Gastos	\$ 52.073,13	\$ 55.216,60	\$ 58.607,74	\$ 62.274,10	\$ 66.247,18
Utilidad bruta	\$ (89.863,88)	\$ (93.333,61)	\$ (96.995,73)	\$ (100.872,45)	\$ (104.989,55)
Participación a trabajadores 15%	\$ (13.479,58)	\$ (14.000,04)	\$ (14.549,36)	\$ (15.130,87)	\$ (15.748,43)
Utilidad gravable	\$ (76.384,30)	\$ (79.333,57)	\$ (82.446,37)	\$ (85.741,59)	\$ (89.241,12)
Impuesto a la renta 22%	\$ (16.804,55)	\$ (17.453,38)	\$ (18.138,20)	\$ (18.863,15)	\$ (19.633,05)
utilidad despues de impuestos	\$ (59.579,75)	\$ (61.880,18)	\$ (64.308,17)	\$ (66.878,44)	\$ (69.608,07)
Reserva legal 5%	\$ (2.978,99)	\$ (3.094,01)	\$ (3.215,41)	\$ (3.343,92)	\$ (3.480,40)
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ (56.600,77)	\$ (58.786,17)	\$ (61.092,76)	\$ (63.534,52)	\$ (66.127,67)

Fuente: Costos y gastos

Elaborado por: Balseca, José (2018)

De esta manera luego de establecer costos, gastos e ingresos se refleja una pérdida de \$-56.600.76 dólares para el primer año de operaciones el cual se va incrementando en los siguientes años, lo cual indica que no existe una alta participación del proyecto en el mercado.

Evaluación financiera

Para baca Urbina G (2002). La evaluación del proyecto hace referencia al riesgo que se presenta en el mercado, de esta manera la decisión de aceptar con mayor grado de riesgo se asocia por lo general con mayor exigencia de rentabilidad. (Pág., 276).

$$\text{TMAR} = \text{inflación} + \text{premio al riesgo} = i + f + if$$

f = inflación

i = premio al riesgo

Tabla 5.27 TMAR

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO	PONDERACION
Capital Propio	\$ 5.431,93	15,00	0,0867	0,0130
Capital financiado	\$ 30.780,93	85,00	0,0919	0,0781
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 36.212,86	100,00	0,1786	9,11%

Se determina entonces que el costo del capital para la inversión es de 9.11% en referencia al valor en el mercado.

Valor actual neto

Para baca Urbina G (2002). VAN mide la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión, para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer año de operación. (Pág., 153).

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+r)^n}$$

$$VAN1 = -36212.86 + \frac{(89863.88)}{(1+0.0009)^1} + \frac{(93333.61)}{(1+0.0009)^2} + \frac{(96995.73)}{(1+0.0009)^3} + \frac{(100.872.45)}{(1+0.0009)^4} + \frac{(104.989)}{(1+0.0009)^5}$$

$$VAN = -36212.86 + \frac{(89863.88)}{(1.0009)} + \frac{(93333.61)}{(1.01)} + \frac{(96995.73)}{(1.018)} + \frac{(100872.45)}{(1.019)} + \frac{(104.989)}{(1.020)}$$

$$VAN = -36212.86 + 89783.07 + 92409.51 + 95280.67 + 98991.60 + 102930.39$$

$$VAN = -36212.86 - 479.395.24$$

$$VAN1 = -443.182.38$$

El valor del VAN de \$-443.182.38 refleja no se genera la recuperación de la inversión en los primeros años operativos y tampoco genera factibilidad del proyecto.

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC1}{(1+r)^1} + \frac{FNC2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -36212.86 + \frac{89863.88}{(1+0.18)^1} + \frac{93.333.61}{(1+0.18)^2} + \frac{96995.73}{(1+0.18)^3} + \frac{100872.45}{(1+0.18)^4} + \frac{104.989}{(1+0.18)^5}$$

$$VAN = -36212.86 + \frac{89.863.88}{(1.18)} + \frac{93.333.61}{(1.39)} + \frac{96995.73}{(1.64)} + \frac{100872.45}{(1.93)} + \frac{104.989}{(2.28)}$$

$$VAN = -36212.86 + 76.155.83 + 67.146.48 + 59.143.73 + 52.265.181 + 46.047.80$$

$$VAN = -36212.86 - 300759.02$$

$$VAN2 = -264546.16$$

Tasa interna de retorno

Para Sapag Nassir (2007). Mide la rentabilidad del proyecto como porcentaje, esto indica que se puede exigir al proyecto una ganancia superior a la tasa presentada. (Pág., 254).

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 0.0009 + (0.18 - 0.0009) \left(\frac{(-443.182.38)}{(-443.182.38 - 264546.16)} \right)$$

$$TIR = 0.0009 + (0.17) \left(\frac{-443.182.38}{(-443.182.38 - 264546.16)} \right)$$

$$TIR = 0.0009 + (0.17) \left(\frac{-443.182.38}{(-178.636.22)} \right)$$

$$TIR = 0.1709(-2.48)$$

$$TIR = -0.42$$

$$TIR = -42\%$$

La TIR del proyecto es del -42% lo que determina que el proyecto no es aceptable para su operatividad en el mercado, de tal manera que al ser menor que la tasa activa de 9% se presenta como una inversión poco atractiva para poder efectuarla debido a que no se genera mayor rendimiento la ejecución del proyecto.

Costo beneficio

Para Sapag Nassir (2007). La relación beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. (Pág., 256).

Tabla 5.28 Costo beneficio

Inversión	37.687,56	Valores descontados
F1	-89.863,88	76.155,83
F2	-93.333,61	67.146,48
F3	-96.995,73	59.143,73
F4	-100.872,45	52.265,18
F5	-104.989,55	46.047,80
Subtotal	-486.055,22	
B/C		(12,90)

Fuente: VAN

Elaborado por: Balseca, José (2018)

El costo beneficio del proyecto al ser de -12.90 genera menos valor del dinero en la inversión para poder ejecutarlo.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- Luego de realizar la presente investigación se afirma que no es viable la creación de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato, esto se afirma ya que la tasa interna de retorno es de -18% y el valor actual neto es \$ (15.278,96) y \$ (14.631,98) de demostrando falta de rentabilidad.
- A través del análisis de flujo de efectivo, caja y estados financieros proyectados podemos observar que no se puede obtener ganancias con la creación de este tipo de fábrica pues los resultados son negativos demostrando las grandes pérdidas que puede ocasionar esta creación.
- No es factible impulsar a la creación de una fábrica de sacos/lonas de plástico en la ciudad de Ambato ya que para poder obtener algún tipo de utilidad sería conveniente incrementar el precio y con ello se estaría disminuyendo la cantidad de clientes y productos vendidos.
- Por otro lado, el nivel competitivo impide el desarrollo económico del proyecto debido a que no se podría posicionar en el mercado nacional o internacional, teniendo como principal competidor a Colombia en donde los insumos y nivel tecnológico son mayores, volviendo necesario vender a un precio menor o igual al de la competencia, lo cual debido a la escasa disponibilidad de recursos no podría generar resultados positivos.

6.2. Recomendaciones

- Buscar nuevos productos o realizar la implementación de un factor extra que incentive la compra de este tipo de producto ya que el tener un plus podría incentivar a los consumidores a adquirirlos.
- Analizar diferentes tipos de materiales que permitan ofrecer productos a menor precio, pero sin dejar un calo la calidad ya que esto puede perjudicar a la imagen de la empresa.
- Buscar proveedores que permitan disminuir los costos de fabricación y con ello lograr poner un precio al público mucho menor, pero con la consideración que no existirá pérdida ya que no se puede ocasionar gastos que no cubran las necesidades del negocio formando perdidas futuras.

ANEXOS

Anexo 1



Pontificia Universidad Católica del Ecuador | Sede Ambato

Encuesta de Mercado

Dirigido a: Miembros de la Asociación de comerciantes de costales del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato sector Celiano Monge.

Objetivo: Conocer los gustos, preferencias, necesidades de la Asociación de comerciantes de costales en el mercado ambateño.

- | | |
|---|---|
| <p>1. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica usted al comercio de lonas/sacos de plástico?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de un año</p> <p><input type="checkbox"/> De uno a cinco años</p> <p><input type="checkbox"/> De cinco a diez años</p> <p><input type="checkbox"/> Más de diez años</p> | <p>al momento de decidirse por comprar lonas.</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad</p> <p><input type="checkbox"/> Precio</p> <p><input type="checkbox"/> Disponibilidad inmediata del producto</p> <p><input type="checkbox"/> Facilidades de pago</p> <p><input type="checkbox"/> Durabilidad</p> <p><input type="checkbox"/> Variedad</p> <p><input type="checkbox"/> Atención personalizada</p> <p><input type="checkbox"/> Otro: _____</p> |
| <p>2. ¿Normalmente, las lonas/sacos de plástico que usted adquiere, de qué procedencia son?</p> <p><input type="checkbox"/> Nacional</p> <p><input type="checkbox"/> Colombia</p> <p><input type="checkbox"/> Perú</p> <p><input type="checkbox"/> China</p> <p><input type="checkbox"/> Otro: _____</p> | <p>4. ¿Cuáles son los problemas más comunes que usted enfrenta al momento de adquirir el producto? Priorice en orden de importancia (Siendo 1 el más importante y 4 el menor)</p> <p><input type="checkbox"/> Mala calidad</p> <p><input type="checkbox"/> Aduana</p> <p><input type="checkbox"/> Sobreprecios</p> <p><input type="checkbox"/> Distancia de importación</p> <p><input type="checkbox"/> Otro: _____</p> |
| <p>3. ¿Cuál es la característica más importante por la que usted adquiere las sacos/lonas de plástico de la procedencia indicada en la pregunta dos? Priorice en orden de importancia del 1 al 7 (1 siendo el mayor y 7 el menor) la característica más relevante</p> | |

5. Elija la presentación que usted prefiere al momento de adquirir los sacos de plástico. Escoja solo una opción.

- Al por menor
- Al detalle
- Al por mayor
- Al peso
- Empacados por cientos de unidades
- Otro: _____

6. La compra del producto (sacos/lonas de plástico) para su negocio, lo realiza de manera. Escoja solo una opción.

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

7. ¿Actualmente, cuánto paga usted por cada unidad de saco/lona de plástico?

8. Si su compra es mensual determine su volumen de compra.

- Menos de 5000 lonas
- 5000 a 10000 lonas
- 10001 a 20000 lonas
- 20001 a 30000 lonas
- 30001 a 40000 lonas
- Más de 40001 lonas

9. ¿Si se ofrecerían los sacos cerca del Mercado Mayorista usted los compraría?

- Si
- No: ¿Por qué?

10. ¿Qué facilidades de pago usted prefiere? Escoja una o varias.

- Descuento por pronto pago
- Crédito
- Beneficios adicionales (promociones de temporada)
- Otro: _____

11. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre la presentación que debe tener el producto?

Anexo 2

Fotos Nave de costales – Mercado Mayorista de Ambato



Anexo 3 Cálculo de los escenarios

Tabla 1 Escenario Optimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 690.100,00	\$ 723.600,88	\$ 738.582,70	\$ 773.540,14	\$ 789.172,96
Costo de Ventas		\$ 702.716,50	\$ 714.873,50	\$ 727.240,81	\$ 739.822,07	\$ 752.620,99
Gastos Financieros		\$ 4.314,60	\$ 3.366,00	\$ 2.415,60	\$ 1.465,20	\$ 514,80
Inversiones	\$ 104.446,88					
Inversión Fija	\$ 19.630,00					
Capital de Trabajo	\$ 84.816,88					
Financiamiento		\$ 104.446,88				
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(\$ 104.446,88)	\$ 87.515,78	\$ 5.361,38	\$ 8.926,29	\$ 32.252,87	\$ 36.037,17

VAN (\$ \$ 87.515,78 \$ 5.361,38 \$ 8.926,29 \$ 32.252,87 \$ 36.037,17
1= **104.446,88)** 1,128 1,272384 2 3 7
VAN \$ \$ \$ \$ \$ \$
1= **(104.446,88)** 77.584,91 4.213,65 6.219,33 19.921,96 19.733,55

VAN1= \$ 23.226,52

TIR=	15,01%
(\$ 104.446,88)	
\$ 87.515,78	
\$ 5.361,38	
\$ 8.926,29	
\$ 32.252,87	
\$ 36.037,17	

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos (Beneficios)}}{\text{Costos del Programa}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\$ 3.714.996,68}{\$ 3.649.350,07}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = 1,02$$

Tabla 2 Escenario Pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 665.100,00	\$ 698.600,88	\$ 713.582,70	\$ 748.540,14	\$ 764.172,96
Costo de Ventas		\$ 702.716,50	\$ 714.873,50	\$ 727.240,81	\$ 739.822,07	\$ 752.620,99
Gastos Financieros		\$ 4.314,60	\$ 3.366,00	\$ 2.415,60	\$ 1.465,20	\$ 514,80
Inversiones	\$ 104.446,88					
Inversión Fija	\$ 19.630,00					
Capital de Trabajo	\$ 84.816,88					
Financiamiento		\$ 104.446,88				
FLUJO NETO DE EFECTIVO	(\$ 104.446,88)	\$ 62.515,78	(\$ 19.638,62)	(\$ 16.073,71)	\$ 7.252,87	\$ 11.037,17

VAN	(\$ 104.446,88)	\$ 62.515,78	(\$ 19.638,62)	(\$ 16.073,71)	\$ 7.252,87	\$ 11.037,17
1=		1,128	1,272384	2	3	7
VAN	\$	\$	\$	\$	\$	\$
1=	(104.446,88)	55.421,79	(15.434,51)	(11.199,25)	4.479,95	6.043,83

VAN1= \$ (65.135,06)

TIR=	-63,67%
(\$ 104.446,88)	
\$ 62.515,78	
\$ (19.638,62)	
\$ (16.073,71)	
\$ 7.252,87	
\$ 11.037,17	

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos (Beneficios)}}{\text{Costos del Programa}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\$ 3.589.996,68}{\$ 3.649.350,07}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = 0,98$$

Bibliografía

- Amorrós, V. (2010). *Estudios de viabilidad* (4 ed., Vol. 2). Barcelona, España: Ediciones gestión.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código de producción* (1ra ed., Vol. 1). Quito, Pichincha, Ecuador: Francisco Vergara.
- Constitucion de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Ecuador en Cifras. (2010). *Resultados Censo 2010*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Freitez, D. (2014). *Contabilidad de costos*. Caracas.
- González, J. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamuxi. *Pensamiento y gestión*, 166-189.
- Kotler. (2003). Estrategia para fijacion de Precio. 316. Obtenido de 2003, p.316).
- Lawrence. (2010). Obtenido de <https://es.calameo.com/books/001537306ef4f98051190>
- Lira, C. (2012). Comentarios de informe del grupo especial de la OMC. 485, 485-493.
- PICA. (2018). *Plasticos industriales*. Obtenido de <http://www.pica.com.ec/nosotros>
- Plan Nacional Buen Vivir. (2013). *Consejo Nacional de Planificación*. Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Planas. (2013). *Planas*. Obtenido de <https://www.planas.pro/es/content/15-lonas-toldos-y-cobertores-de-poli-etileno>
- Planas S.A. (3 de enero de 2012). *Planas*. (F. Productions, Productor, & Filters) Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de Subministraments Planas: <https://www.planas.pro/es/content/15-lonas-toldos-y-cobertores-de-poli-etileno>

- Ramirez, Y. (2017). *www.pucesa.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2144>
- Salvatore, R. (2014). Optimización del desempeño funcional de los sacos de polipropileno mediante el diseño experimental de Taguchi. *REVISTA EPN*, 1-9.
- Santos, T. (2008). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN*:. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Santos, T. S. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversion: Etapas en su estudio. *Contribuciones a la economía*.
- Schafer, J. A. (2009). *Ciencia de los materiales* (1 ed., Vol. 1). (S. Fialter, Ed., & J. Stellers, Trad.) Vallejo, California, Estados Unidos: McGraws Editor.
- SENPLADES. (30 de Octubre de 2012). *Planificación Gobierno del Ecuador*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec
- SRI. (2018). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Valencia, W., & Pinto, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Producción y Gestión*, 81-84.