



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE CAJAS Y FUNDAS DE REGALO CON BASE EN PAPEL RECICLADO**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar el título de Ingeniera en Negocios Internacionales**

**PROFESOR GUÍA**

**Ing. Fernando González MBA**

**AUTORAS**

**Silvia Gabriela Guzmán Herrera**

**Johanna Alexandra Sánchez Román**

**2012**

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con las estudiantes: Silvia Gabriela Guzmán Herrera y Johanna Alexandra Sánchez Román, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....

Fernando González

Master Business Administration

CI: 1704052545

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LAS ESTUDIANTES

“Declaramos que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

.....

Silvia Gabriela Guzmán Herrera

172294723-9

.....

Johanna Alexandra Sánchez Román

171650570-4

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, a mis padres y mi hermana por su apoyo y su soporte incondicional y a todas las personas que forman parte de mi vida.

Agradezco también a mi compañera de tesis, por formar parte de este trabajo.

*GABRIELA*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar la carrera, a mi mami, abuelita y hermano por su apoyo incondicional.

Agradezco también a mi compañera de tesis, por formar parte de este trabajo.

*JOHANNA*

## **DEDICATORIA**

Este Plan de Negocios está dedicado a Dios por haberme dado sabiduría, conocimiento y entendimiento.

A mis padres por haberme brindado la oportunidad de culminar mis estudios exitosamente, por haber estado junto a mí en toda la trayectoria de mi vida, en los buenos y malos momentos y por enseñarme a tomar buenas decisiones.

A mi hermana por ser apoyo incondicional y por su paciencia infinita.

A mi novio, que me brindó su apoyo en el desarrollo de éste proyecto.

*GABRIELA*

## **DEDICATORIA**

Este Plan de Negocios está dedicado a la mujer que me dio la vida y ha luchado por sacarme adelante. Por todo su amor, su tiempo y su apoyo incondicional.

A mi abuelita, por ser como mi segunda madre, por su amor incondicional y su apoyo constante.

A mi esposo por su apoyo total.

A mi hermano, por iluminar mi vida con su presencia y carácter.

*JOHANNA*

## RESUMEN

El presente plan de tesis tiene como objetivo crear un negocio que genere ganancias a través de la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado; para de esta manera contribuir a concienciar a la población de la ciudad de Quito a usar cajas y fundas de regalo con materiales que han sido previamente reciclados, puesto que un mayor uso del papel reciclado significa una menor tala de árboles y un menor consumo de agua, luz y sustancias químicas necesarias para transformar la celulosa en papel.

La empresa Eco-Gift, se enfoca al segmento de la población que tiene conciencia y predilección por productos ecológicos; la mayor ventaja competitiva que tienen las cajas y fundas de regalo es la utilización de materiales reciclado como el papel y el “know how” que busca la diferenciación del producto en el mercado respecto de la competencia.

El enfoque de mercadeo se realizará a través de los medios modernos de comunicación masiva como son las redes sociales, el marketing directo y la venta directa en las instalaciones de la empresa Eco Gift.

La contribución de la industria del papel al PIB del país ha sido irregular con ascensos y descensos bruscos pasando un año lo que demuestra que hay una marcada inestabilidad en el crecimiento de la industria del papel.

El equipo de trabajo de la empresa Eco Gift está integrado por 7 personas, quienes son calificados para cada una de las funciones asignadas.

La evaluación financiera determina que el proyecto es viable, el Valor Actual Neto (VAN), es positivo \$ 2.351,79; la Tasa Interna de Retorno (TIR); alcanza un valor de 28 % que es superior a la tasa mínima atractiva de retorno. La recuperación de la inversión se lo efectuará al quinto año de funcionamiento del proyecto.

Finalmente, se cuenta con 68,81% USD de recursos propios y se busca un financiamiento de 31,19% en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobada.



## ABSTRACT

This thesis plan aims to create a business that generates profits through the development and marketing of gift boxes and cases based on recycled paper, and in this way help to raise awareness of the city of Quito to use gift boxes and bags of materials that have been previously recycled, since the increased use of recycled paper means less deforestation and less consumption of water, electricity and chemicals needed to transform cellulose paper.

The Eco-Gift company, focuses on the segment of the population that is aware and preference for organic products, the competitive advantage they have boxes and gift bags is the use of recycled materials such as paper and “know how” seeking product differentiation in the market for competition.

The marketing approach is made through modern means of mass communication such as social media, direct marketing and direct selling company facilities Eco Gift.

The contribution of the paper industry to the GDP of the country has been uneven with sudden rise and fall from one year which shows that there is a marked instability in the growth of the paper industry.

The team of the company Eco Gift is composed of 7 persons who are qualified for each of the assigned functions.

The financial assessment determines that the project is viable, the Net Present Value (NPV) is positive \$ 2,351.79, the Internal Rate of Return (IRR), reaches a value of 28% which is higher than the minimum attractive rate of return. The payback is what made the fifth year of the project.

Finally, it has 68.81% equity and USD looking for a 31.19% financing through a bank of prestige and quality checked.

## ÍNDICE

Introducción.....	1
<b>1. CAPÍTULO I .....</b>	<b>2</b>
1.1. Antecedentes .....	2
1.1.1. Justificación .....	2
1.1.2. Objetivos.....	3
1.1.3. Hipótesis de trabajo.....	3
<b>2. CAPÍTULO II .....</b>	<b>4</b>
2.1. La industria .....	4
2.1.1. La tendencia .....	5
2.1.2. Estructura de la industria .....	7
2.1.3. Factores económicos y regulatorios .....	10
2.1.4. Factores regulatorios .....	13
2.1.5. Canales de distribución .....	15
2.1.6. Cinco fuerzas de Porter.....	15
2.2. La compañía y el concepto de negocio.....	17
2.2.1. La idea y el modelo de negocio .....	17
2.2.2. Estructura legal de la empresa .....	17
2.2.3. Misión, visión y objetivos .....	18
2.3. El producto .....	19
2.4. Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento .....	19
2.4.1. Ingreso al mercado .....	19
2.4.2. Estrategia de crecimiento .....	20
2.5. Análisis FODA .....	21
2.5.1. Fortalezas .....	21
2.5.2. Oportunidades .....	21
2.5.3. Debilidades.....	22
2.5.4. Amenazas.....	22
<b>3. CAPITULO III .....</b>	<b>23</b>
3.1. Fuentes de información.....	23
3.1.1. Fuentes primarias .....	23
3.1.2. Fuentes secundarias .....	23
3.1.3. Investigación cualitativa.....	24
3.2. Mercado relevante y cliente potencial.....	42
3.2.1. Mercado objetivo .....	42
3.2.2. Segmentación de mercado.....	43
3.3. Tamaño del mercado.....	44
3.3.1. Demanda .....	44
3.3.2. Demanda histórica.....	44

3.3.3. Proyección de la demanda .....	45
3.4. La competencia y sus ventajas.....	48
3.4.1. La oferta .....	48
3.4.2. La oferta histórica .....	48
3.4.3. Proyección de la oferta.....	49
3.5. Participación de mercados y ventas de la industria .....	51
3.6. Evaluación del mercado durante la implementación.....	51
4. CAPÍTULO IV .....	52
4.1. Estrategia general de marketing.....	52
4.1.1. Producto .....	52
4.1.2. Precio .....	53
4.1.3. Plaza.....	53
4.1.4. Promoción .....	53
4.2. Política de fijación del precio .....	53
4.3. Táctica de ventas .....	54
4.4. Política de servicio al cliente y garantías .....	56
4.5. Promoción y publicidad .....	57
4.5.1. Publicidad .....	57
4.5.2. Promoción .....	59
4.5.3. Relaciones públicas.....	60
4.5.4. Ventas personales .....	60
4.6. Distribución.....	60
5. CAPÍTULO V .....	62
5.1. Estrategia de operaciones.....	62
5.2. Ciclo de operaciones.....	64
5.3. Requerimientos de equipos y herramientas .....	65
5.4. Instalaciones y mejoras.....	65
5.5. Localización geográfica y requerimientos de espacio físico ...	66
5.6. Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios.....	67
5.7. Aspectos regulatorios y legales .....	67
6. CAPÍTULO VI.....	68
6.1. Estructura organizacional.....	68
6.1.1. Organigrama.....	68
6.2. Personal administrativo clave y sus responsabilidades .....	68
6.2.1. Descripción de funciones.....	68
6.3. Compensación a administradores y propietarios .....	72
6.4. Política de empleo y beneficios .....	73

6.5. Derechos y restricciones de accionistas e inversores .....	73
6.6. Equipo de asesores y servicios .....	74
<b>7. CAPÍTULO VII.....</b>	<b>75</b>
7.1. Actividades para poner el negocio en marcha.....	75
7.2. Diagrama de gantt.....	76
7.3. Riesgos imprevistos .....	77
<b>8. CAPÍTULO VIII.....</b>	<b>78</b>
8.1. Supuestos y criterios utilizados .....	78
8.2. Riesgos y problemas principales.....	78
<b>9. CAPÍTULO IX.....</b>	<b>80</b>
9.1. Inversión inicial.....	80
9.1.1. Inversión en activos fijos.....	80
9.1.2. Inversión en activos intangibles.....	83
9.1.3. Capital de trabajo .....	85
9.2. Fuentes de ingresos .....	86
9.2.1. Ingresos.....	86
9.3. Costos fijos y variables .....	86
9.3.1. Costos variables .....	86
9.3.2. Costos fijos .....	89
9.3.3. Gastos .....	94
9.4. Margen bruto y margen operativo .....	97
9.5. Estado de resultados actual y proyectado .....	98
9.6. Balance general actual.....	99
9.7. Estado de flujo de efectivo actual y proyectado.....	100
9.8. Punto de equilibrio .....	100
9.9. Índices financieros .....	101
9.9.1. Liquidez .....	101
9.9.2. Rentabilidad.....	102
9.9.3. Desempeño .....	102
9.10. Valuación.....	103
9.10.1. Valor Actual Neto (VAN).....	103
9.10.2. Tasa Interna del Retorno (TIR).....	104
9.10.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	105
<b>10. CAPÍTULO X .....</b>	<b>107</b>
10.1. Financiamiento deseado .....	107
10.2. Estructura de capital y deuda buscada.....	107
10.3. Capitalización.....	107

10.4. Uso de fondos .....	108
10.5. Retorno para el inversionista.....	108
<b>11 . CAPÍTULO XI .....</b>	<b>110</b>
11.1. Conclusiones.....	110
11.2. Recomendaciones.....	111
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>112</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>114</b>

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.....	115
Anexo 2.....	120
Anexo 3.....	121
Anexo 4.....	122
Anexo 5.....	123
Anexo 6.....	124
Anexo 7.....	125
Anexo 8.....	126
Anexo 9.....	127

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1 Oferta de Compañías para cajas y fundas en la ciudad de Quito .....	7
Tabla 2-2 Inflación en los últimos cinco años en el Ecuador .....	12
Tabla 2-3 Tasas de interés en los últimos cinco años en el Ecuador .....	13
Tabla 3-1 Tabulación pregunta 1.....	32
Tabla 3-2 Tabulación pregunta 2.....	33
Tabla 3-3 Tabulación pregunta 3.....	34
Tabla 3-4 Tabulación pregunta 4.....	35
Tabla 3-5 Tabulación pregunta 5.....	36
Tabla 3-6 Tabulación pregunta 6.....	37
Tabla 3-7 Tabulación pregunta 7.....	38
Tabla 3-8 Tabulación pregunta 8.....	39
Tabla 3-9 Tabulación pregunta 9.....	40
Tabla 3-10 Tabulación pregunta 10.....	41
Tabla 3-11 Segmentación geográfica.....	43
Tabla 3-12 Segmentación demográfica.....	43
Tabla 3-13 Segmentación psicográfica .....	44
Tabla 3-14 Demanda histórica .....	45
Tabla 3-15 Cálculo analítico mínimos cuadrados.....	46
Tabla 3-16 Proyección de la demanda.....	47
Tabla 3-17 Oferta histórica .....	48
Tabla 3-18 Cálculo analítico de mínimos cuadrados.....	49
Tabla 3-19 Proyección de la oferta.....	51
Tabla 3-20 Demanda insatisfecha para cajas y fundas de regalo .....	51
Tabla 4-1 Precios del producto.....	54
Tabla 5-1 Equipos y maquinaria.....	65
Tabla 7-1 Diagrama de Gantt .....	76
Tabla 7-2 Riesgos e Imprevistos .....	77
Tabla 8-1 Riesgos y problemas.....	79
Tabla 8-2 Estrategias .....	79
Tabla 9-1 Inversión fija .....	80
Tabla 9-2 Maquinaria y equipo .....	81
Tabla 9-3 Utensilios y accesorios.....	81
Tabla 9-4 Equipos de computación .....	82
Tabla 9-5 Equipos de oficina.....	82
Tabla 9-6 Muebles y enseres .....	83
Tabla 9-7 Inversión en activos intangibles .....	84
Tabla 9-8 Gastos de puesta en marcha .....	84
Tabla 9-9 Gastos de organización.....	84
Tabla 9-10 Gasto de patentes .....	85
Tabla 9-11 Capital de trabajo .....	85
Tabla 9-12 Ingresos proyectados.....	86

Tabla 9-13 Compras de materia prima.....	87
Tabla 9-14 Materiales indirectos .....	88
Tabla 9-15 Mano de obra directa .....	89
Tabla 9-16 Insumos.....	89
Tabla 9-17 Mano de obra indirecta.....	90
Tabla 9-18 Reparación y mantenimiento.....	91
Tabla 9-19 Seguros.....	92
Tabla 9-20 Depreciación de los activos fijos .....	93
Tabla 9-21 Amortización .....	94
Tabla 9-22 Gastos administrativos .....	95
Tabla 9-23 Gastos de comercialización .....	96
Tabla 9-24 Gastos financieros.....	97
Tabla 9-25 Margen bruto y margen operativo .....	97
Tabla 9-26 Estado de resultados actual y proyectado.....	98
Tabla 9-27 Balance general actual.....	99
Tabla 9-28 Estado de flujo de efectivo actual.....	100
Tabla 9-29 Punto de equilibrio.....	101
Tabla 9-30 VAN.....	104
Tabla 9-31 TIR .....	105
Tabla 9-32 PRI .....	106
Tabla 10-1 Estructura de capital.....	107



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2-1 La Industria .....	4
Figura 2-2 PIB por Sectores .....	5
Figura 2-3 Etapa de Madurez.....	6
Figura 2-4 Estructura simplificada de la cadena de valor .....	10
Figura 2-5 PIB, Ingreso Per Cápita Anual .....	11
Figura 2-6 Canales de Distribución de la Industria Papelera .....	15
Figura 2-7 Cajas y papel con base en el papel reciclaje .....	19
Figura 3-1 Tamaño de Muestra .....	30
Figura 3-2 Pregunta 1 .....	32
Figura 3-3 Pregunta 2 .....	33
Figura 3-4 Pregunta 3 .....	34
Figura 3-5 Pregunta 4 .....	35
Figura 3-6 Pregunta 5 .....	36
Figura 3-7 Pregunta 6 .....	37
Figura 3-8 Pregunta 7 .....	38
Figura 3-9 Pregunta 8 .....	39
Figura 3-10 Pregunta 9 .....	40
Figura 3-11 Pregunta 10 .....	41
Figura 4-1 Mezcla del Marketing .....	52
Figura 4-2 Red Social "Facebook" .....	58
Figura 4-3 Página en Twitter .....	59
Figura 4-4 Distribución .....	61
Figura 5-1 Partes de una caja y funda .....	63
Figura 5-2 Instalaciones de la empresa Eco Gift.....	66
Figura 6-1 Organigrama empresa Eco Gift .....	68

## **Introducción**

En el Ecuador la conciencia ecológica aún es incipiente, a pesar que, a nivel internacional se ha planteado fuertes estrategias en el ámbito del reciclaje de desperdicios. Por lo cual se pretende indagar los gustos y preferencias de las personas que quieren conservar el ambiente reduciendo el volumen de basura, ya que el papel se puede reciclar máximo siete veces.

El presente plan de negocio pretende viabilizar la venta de cajas y fundas de regalo, hechas en base a papel reciclado, en un mercado donde hay escasa competencia.

Por otra parte, se propone un modelo de negocio para PYMES que fabrican productos de papel reciclado de manera artesanal que últimamente han generado una gran demanda pues el nivel de conciencia ecológica de las personas crece.

En el presente trabajo, a través de análisis, se encontró que el papel virgen es muy importante en el país y por lo tanto es muy comprado. Por tal motivo, el enfoque es reducir la cantidad de papel virgen que se utiliza para que pueda introducirse el papel reciclado y disminuir la generación de residuos.

La empresa Eco Gift es producto de la concienciación del cuidado del ambiente, implementando el concepto de reciclaje del papel. El Ecuador se caracteriza por tener una gran riqueza ambiental y por lo tanto la preservación de sus árboles es vital para los seres humanos ya que son los principales productores de oxígeno en la Tierra. Además, el papel históricamente se ha constituido en un elemento base como medio de comunicación por excelencia en el siglo anterior y actualmente como un insumo muy necesario.

# CAPÍTULO I

## ASPECTOS GENERALES

### 1.1. Antecedentes

En este estudio se procura elaborar un Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado en la ciudad de **Quito** que solucione un problema de afectación al medio ambiente a través de la tala indiscriminada de árboles para extraer la celulosa, que es un compuesto orgánico constituido básicamente por átomos de carbono, hidrógeno y oxígeno en forma de polisacáridos, que son necesarios para la fabricación del papel.

El desarrollo de este Plan de Negocios se inicia a partir del estudio de los aspectos generales, la industria, la compañía, los productos, investigación de mercado y análisis, plan de marketing, diseño y planes de desarrollo, plan de operaciones y producción, equipo gerencial, cronograma general, riesgos críticos, problemas y supuestos, plan financiero y propuesta del negocio; esta investigación servirá de base para la práctica profesional.

En otras palabras, realizar esta investigación, permitirá demostrar los conocimientos adquiridos durante los semestres de estudio y despejar dudas que pudiesen existir sobre la materia, y esto es lo más importante para fortalecer la formación.

#### 1.1.1. Justificación

La Universidad de las Américas (UDLA), exige la elaboración de un estudio de investigación, que justifique los conocimientos adquiridos y su relación con la práctica, previa a la obtención del título de Ingeniera en Negocios Internacionales.

## **1.1.2. Objetivos**

### **1.1.2.1. General**

Determinar la viabilidad comercial y financiera para un Plan de Negocios en la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado en la ciudad de **Quito** que solucione un problema de conservación del medio ambiente.

### **1.1.2.2. Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para evaluar el mercado potencial para las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado que permita determinar la oportunidad de negocios.
- Definir las estrategias de marketing necesarias para captar la oportunidad de negocios.
- Determinar la estructura que soporte el negocio de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.
- Diseñar la propuesta para el posicionamiento del negocio en los diferentes almacenes que existen en la ciudad de Quito.

### **1.1.3. Hipótesis de trabajo**

Este proyecto es viable comercial y financieramente, lo que permitirá obtener una rentabilidad para los inversionistas.

## CAPÍTULO II

### LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LAS CAJAS Y FUNDAS DE REGALO CON BASE EN PAPEL RECICLADO

#### 2.1. La industria

Según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (siglas: CIIU), bajo el código 2101: se encuentra la fabricación de pastas celulósicas, papel y cartón y el giro del negocio bajo el código 2011: se encuentra la fabricación de fundas y cajas de regalo en base a papel reciclado. A continuación se detalla la clasificación.



Figura 2-1 La Industria

Fuente: Clasificación Industrial

### 2.1.1. La tendencia

El Ecuador es un importador de productos de madera, especialmente de papel y cartón. La falta de una industria nacional que provea de estos elementos básicos en las actividades de los ecuatorianos, determina que anualmente se importen alrededor de 150 millones de dólares en papel y cartón, y que la balanza comercial en estos productos sea en el año 2008 (14,1), en el año 2009 (3,0), en el año 2010 (4,5), en el año 2011 (-0,7) y en el año 2012 (5,6); según informes del Banco Central del Ecuador (El Financiero Digital, 2012).

**Crecimiento del PIB por Sectores**  
En porcentajes

Rama de Actividad / Años	2008	2009	2010	2011	2012
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	5,4	1,5	-0,2	4,6	5,0
B. Explotación de Minas y Canteras	1,0	-2,4	-2,5	5,4	0,4
C. Industrias Manufactureras (excluye refinación de Petróleo)	8,1	-1,5	6,7	6,2	9,4
Carnes y Pescado Elaborado	5,9	0,7	3,9	6,6	10,3
Cereales y Panadería	2,8	3,3	9,4	2,6	5,9
Elaboración de Azúcar	2,8	-10,0	24,5	5,3	7,7
Productos Alimenticios Diversos	4,7	-8,0	-2,4	4,6	5,6
Elaboración de Bebidas	16,5	6,6	17,1	14,0	22,8
Fabricación de Productos Textiles, Prendas de Vestir	2,6	3,8	6,0	7,2	9,2
Producción de Madera y Fabricación de Productos de Madera	16,0	-25,7	13,9	10,0	11,0
Papel y Productos de Papel	14,1	3,0	4,5	-0,7	5,6
Fabricación de Productos Químicos, Caucho y Plástico	16,4	10,7	10,1	4,5	8,9
Fabricación de Otros Productos Minerales no Metálicos	8,8	3,5	1,5	3,0	4,9
fabricación de Maquinarias y Equipos	21,6	-5,4	23,2	7,5	7,5
D. Suministro de Electricidad y Agua	20,2	-12,2	1,4	8,0	5,0
E. Construcción y Obras Públicas	13,8	5,4	6,7	14,0	5,5
F. Comercio al por Mayor y al por Menor	6,6	-2,3	6,3	6,6	6,0
G. Transporte y Almacenamiento	5,4	3,7	2,5	6,1	5,3
H. Servicios de Intermediación Financiera	11,2	1,7	17,3	7,8	3,5
I. Otros Servicios	7,1	1,7	5,4	5,5	5,4
J. Servicios Gubernamentales	14,6	5,4	0,5	2,8	5,3
K. Servicio Doméstico	-5,5	0,5	4,7	0,5	1,0

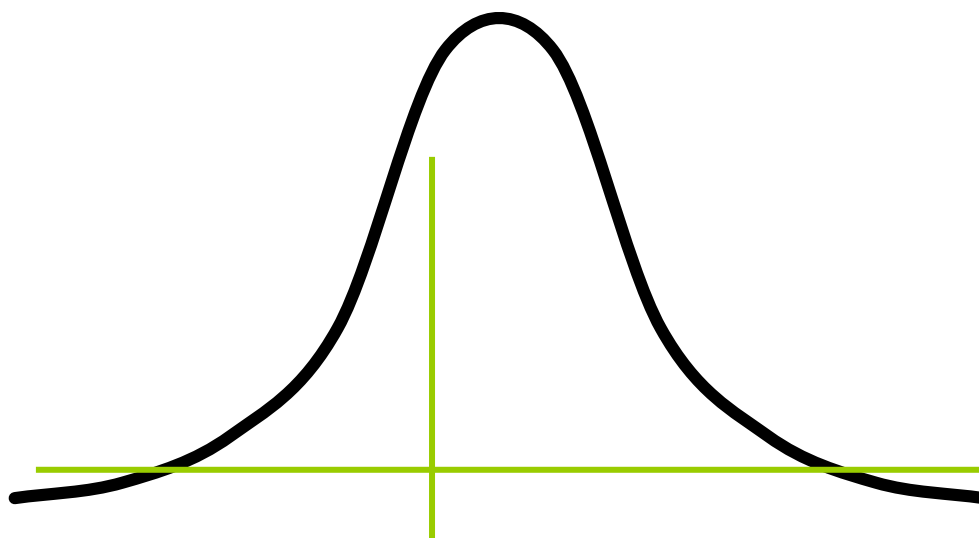
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: El Financiero Digital

**Figura 2-2 PIB por Sectores**

**Fuente: Banco Central del Ecuador 2012**

Estos porcentajes en los últimos cinco años, indican que existe una tendencia promedio actual de crecimiento de 5,3% en la industria del papel y productos del papel; sin embargo para los próximos cinco años se espera un aumento en las importaciones de papel y celulosa (Financiero Digital, 2012).

Cabe anotar que la etapa del ciclo de vida en la que se encuentra la industria del papel se encuentra en la etapa de madurez.



**Figura 2-3 Etapa de Madurez**

El análisis también sirve para señalar que la contribución de la industria del papel al PIB del país ha sido irregular con ascensos y descensos bruscos pasando un año lo que demuestra que hay una marcada inestabilidad en el crecimiento de la industria del papel (El Financiero Digital, 2012).

La tendencia de los precios del papel para los próximos años es al alza debido a las restricciones a las importaciones que realizó el Estado ecuatoriano en el año 2012 lo que termina encareciendo la celulosa y el papel. No se han visualizado cambios tecnológicos en la industria nacional lo que obliga a importar la celulosa y el papel. Sin embargo se destaca que la industria del

papel si tiene atractivo para su ingreso que es la creciente demanda potencial de papel (El Financiero Digital, 2012).

### 2.1.2. Estructura de la industria

La estructura de la industria va a ser analizada desde dos perspectivas: desde el punto de vista de las empresas productoras y desde el punto de vista de los productos o segmentos de productos que fabrica.

#### 2.1.2.1. La competencia

En cuanto a los competidores internos que se encuentran en el mercado local que son la competencia directa en la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo son las siguientes:

**Tabla 2-1 Oferta de Compañías para cajas y fundas en la ciudad de Quito**

COMPañÍA	CIUDAD	ACTIVIDAD
Powertecnology	Quito	Realiza trabajos en serigrafía, todo tipo de etiquetas y fundas en toda las medidas
Masterfilt Ecuador	Quito	Distribución, de papel, placas, cartón y todo en equipos de filtración.
Plastikyto	Quito	Elaboración del diseño, del empaque de acuerdo a sus necesidades y al mercado al que va enfocado el producto.
ELAC Cía. Ltda.	Quito	Elaborados de papel y cartón
Corrucart Cía. Ltda	Quito	Elaboración y comercialización de cajas de cartón corrugado, Laminas en corrugado, Single FACE, en corrugado, Todo material útil para el embalaje.
Reciclar Cia. Ltda.	Quito	Comercialización de papel y cartón
Recesa	Quito	Elaborados de papel y cartón para toda ocasión.
Reciclaje S.A.	Quito	Venta de cartón y papel en cualquier medida.
M y C Papeles	Quito	Elaborados de papel y cartón.
Cartopel	Quito	Expendio de empaques para cualquier producto.

**Fuente: Empresas de Papel y Cartón – Ecuador**



### **2.1.2.2. Características**

Entre “las principales características” que se identifica en las empresas del sector de papel y cartón en la ciudad de Quito (Revista Vistazo, 2011), están las siguientes:

- Las empresas de papel y cartón en los últimos años logran superar la barrera de los 500 millones de dólares y consolidarse como un referente en el sector.
- Las empresas del sector de papel y cartón han aplicado la táctica de la diversificación de sus productos para promoverlos dentro y fuera del país.
- La mayoría de empresas ha invertido en equipos tecnológicos y sistemas que las ha permitido innovar nuevos productos.
- Existe una alta demanda de la industria ecuatoriana y en especial de las productoras de frutas, línea blanca, flores, camarones y bananeras lo que ha mejorado las cifras del sector.
- Se prevé un buen desempeño comercial para el sector del papel y cartón en los próximos años, a pesar de existir en el país una disminución de la confianza del sector empresarial e inversionista por cuestiones políticas y de seguridad jurídica

### **2.1.2.3. Industria fragmentada**

La industria del papel y cartón no se trata de una industria fragmentada, porque existen empresas líderes en el mercado con grandes participaciones en él que posean la influencia y la visibilidad para establecer el tono de la competencia, para las empresas recién llegadas.

### **2.1.2.4. Líderes del mercado**

Existen 12 empresas en el sector de papel y cartón que lideran el mercado en la ciudad de Quito.

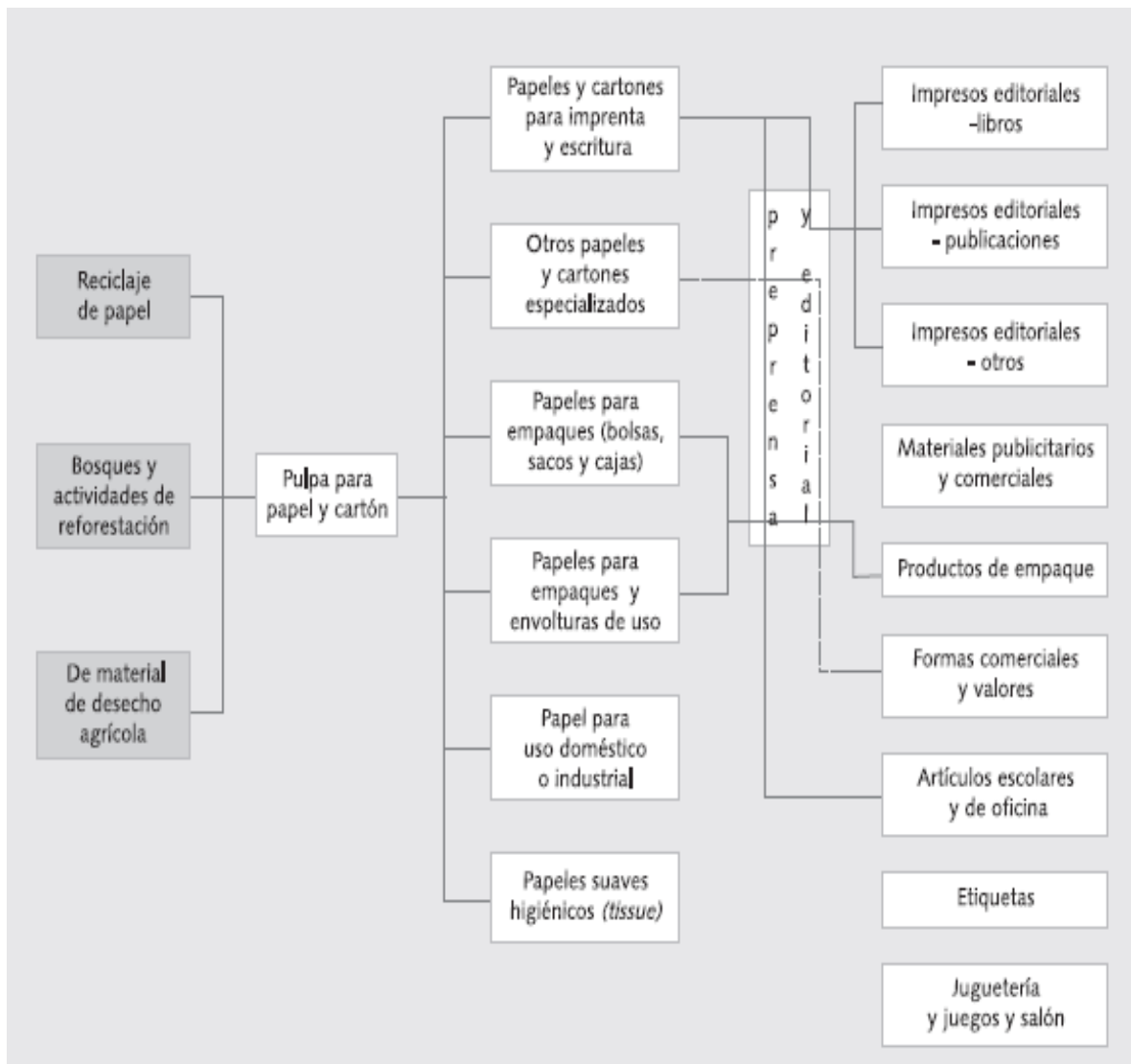
- Powertecnology
- Masterfilt Ecuador
- Plastikyto

- ELAC Cía. Ltda.
- Corrucart Cía. Ltda.
- Reciclar Cia. Ltda.
- Recesa
- Reciclaje S.A.
- M y C Papeles
- Cartopel

#### **2.1.2.5. Cadena de valor**

A partir de la identificación de los procesos productivos del papel y la industria gráfica, se elabora un diagrama de flujo que describe la cadena productiva y recoge las principales líneas de producción y los diferentes productos del sector de papel y cartón.

En cada eslabón o familia de productos se presenta información que permite evaluar los aspectos económicos, comerciales y de protección que inciden en la estructura de la cadena de valor (Industria Gráfica, 2010).



**Figura 2-4 Estructura simplificada de la cadena de valor**

**Fuente: Industria Gráfica Pulpa y Papel**

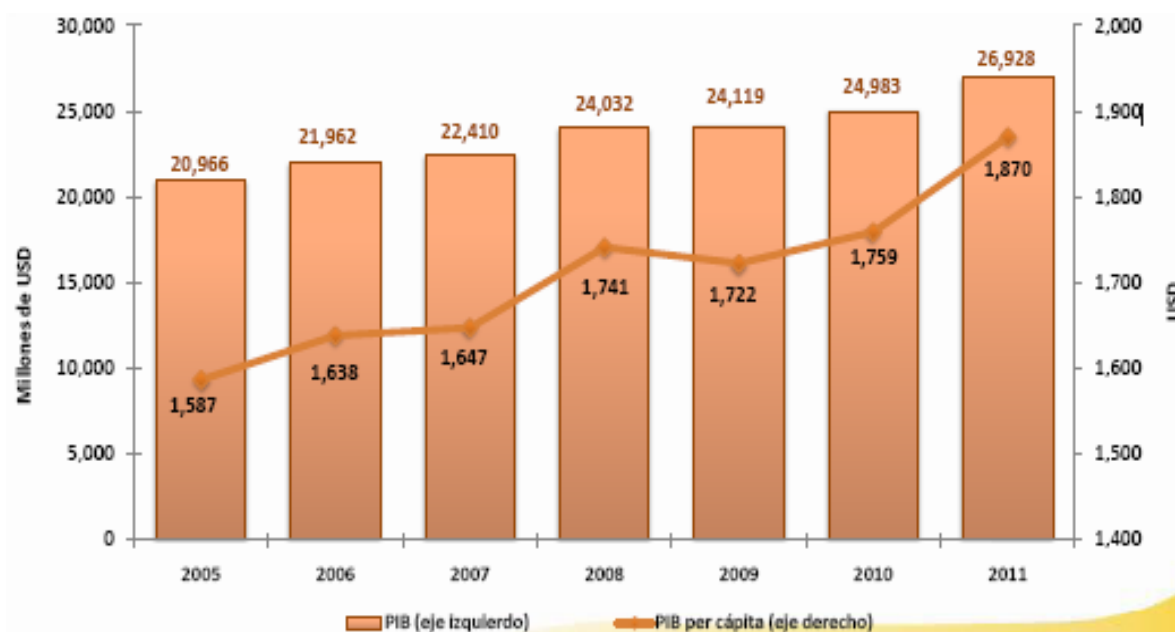
### **2.1.3. Factores económicos y regulatorios**

#### **2.1.3.1. Factores económicos**

Según lo que manifiesta Kotler, “el entorno económico consiste en los factores que afectan al poder de compra y los patrones de gasto de los consumidores”. (Kotler, 2008, pp. 78). De lo que se deduce que se debe tener en cuenta las variables macroeconómicas que interactúan en la industria para la toma de decisiones eficientes de la gerencia.

### 2.1.3.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)

En el año 2011, el PIB per cápita se incrementó en 6.3% (al pasar de USD 1,759 en 2010 a USD 1,870 en 2011), apreciando el dinamismo de la economía ecuatoriana en dicho año. (BCE, 2012).



**Figura 2-5 PIB, Ingreso Per Cápita Anual**

**Fuente: Banco Central del Ecuador (2012).**

Ecuador será el tercer país con mayor crecimiento económico de 20 países de América Latina y El Caribe el 2011 y 2012, según el balance preliminar y estimaciones de la Comisión de Naciones Unidas para la región (CEPAL, 2012).

Según el balance del mencionado organismo regional, Ecuador terminará el año 2011 con un crecimiento del 8% del Producto Interno Bruto (PIB), sólo por debajo de Panamá (10,5) y Argentina (9,0). (El Telégrafo, 2012, p.4).

Tomando en cuenta estos datos de crecimiento; para el 2012 son igualmente alentadoras para Ecuador, que también en las proyecciones del organismo de Naciones Unidas se prevé continuará el próximo año en un tercer lugar, lo que sin duda alguna es bueno para las empresas cuya actividad productiva es la

elaboración y comercialización de productos, porque el crecimiento del PIB favorece a todo negocio puesto que se produce una reactivación de la economía.

### 2.1.3.1.2. Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (BCE, 2012). En los últimos años la inflación en el Ecuador según el BCE presenta las siguientes variaciones:

**Tabla 2-2 Inflación en los últimos cinco años en el Ecuador**

Año	Inflación anual (%)
2007	2,00
2008	8,80
2009	3,50
2010	3,33
2011	5,41

**Fuente: Banco Central del Ecuador 2012**

Es posible apreciar que la inflación tuvo una disminución hasta el año 2007, cuando se logró alcanzar un solo dígito como tasa: en la actualidad la cifra inflacionaria sigue inferior a dos dígitos, pero en el 2008 se presentó un crecimiento que terminó a diciembre con un 8,80%. En el 2010 la inflación fue del 3,33%. Ecuador registró una inflación del 0,18% en julio de 2011, frente a un aumento del 0,04% del pasado junio. De esta manera, la inflación acumulada se acrecentó a 2.99% durante el séptimo mes del año según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011). Entre las ciudades con mayor inflación se encuentran: Manta, Cuenca y Esmeraldas.

Esta tendencia es un factor negativo que restringe el consumo de los clientes en lo relacionado a la compra de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. A pesar de lo expuesto se espera que la inflación para los próximos años (2012 - 2015), se encuentre entre el 4,5% y 5% si no cambia la situación macroeconómica (caída de los precios del petróleo y/o crisis financiera internacional) (INEC, 2011).

#### **2.1.3.1.3. Tasas de interés**

La tasa de interés es la tasa de crecimiento o decrecimiento del valor de un activo en un periodo de tiempo (Lara, 2005, p. 75). La tasa de interés activa es el precio que cobra una persona o institución financiera por el dinero que presta. La tasa de interés pasiva es el precio que se recibe por un depósito en los bancos.

En la siguiente tabla se puede apreciar la tendencia de las tasas de interés en el Ecuador:

**Tabla 2-3 Tasas de interés en los últimos cinco años en el Ecuador**

<b>Años</b>	<b>Tasa activa</b>	<b>Tasa pasiva</b>
2007	12,10	2,19
2008	13,34	4,63
2009	12,68	3,68
2010	11,45	3,45
2011	8,17	4,53

**Fuente: Banco Central del Ecuador 2012**

Las tasas de interés han disminuido en los últimos años, lo que es favorable para el país y las empresas porque permite obtener préstamos más blandos y a plazos más largos.

#### **2.1.4. Factores regulatorios**

##### **2.1.4.1. Impuestos, tasas o aranceles**

El alto impuesto que grava la importación de pulpa virgen afecta de manera importante la oferta del sector en el mercado local, siendo dicho impuesto en

uno de los más altos de toda la región (Reporte Sectorial, 2012). Esta estructura impositiva ha hecho que en aquellas regiones en que se produce pulpa, la industria haya tendido a integrarse hacia delante. Cabe mencionar que, en el caso del Ecuador, las importaciones de papel tienen en promedio un arancel de 12%, mientras que en países como Chile, México y Canadá y los países del Mercosur tienen un arancel de 0%. Una reducción de aranceles a la pulpa permitiría reducir los costos de producción y, consecuentemente, incrementar las exportaciones de papel, especialmente hacia la región andina (Reporte Sectorial, 2012).

#### **2.1.4.2. Materias primas principales**

La producción de papel requiere de una serie de factores, lo que incluye fundamentalmente a los insumos, a los bienes de capital y a la mano de obra. Así, un acceso más fácil a dichos factores de producción o, lo que es lo mismo, un acceso a costos menores, permitirá que la oferta aumente. En lo que a bienes de capital se refiere, la industria cuenta en términos generales con un nivel adecuado de tecnología, el que se aprecia principalmente en las grandes empresas, las cuales están incrementando sus ventas en el mercado interno. Esto, sin embargo, no es necesariamente aplicable a las empresas medianas y pequeñas. Asimismo, la parte de la industria que utiliza el bagazo como materia prima (75% del total) cuenta con adecuado abastecimiento el cual le ha provisto diversos beneficios como la reducción de costos (Reporte Sectorial, 2012).

#### **2.1.4.3. Políticas de Forestación**

Para la industria papelera ecuatoriana que usa la pulpa de árboles como insumo es de gran importancia el tener a disposición grandes extensiones de bosques que explotar. El crecimiento de las áreas de bosques supone un esfuerzo de forestación que requiere de inversiones de muy largo plazo (un árbol tarda como mínimo 12 años en madurar) (Reporte Sectorial, 2012). Consecuentemente, el acceder a un financiamiento acorde con el plazo es indispensable para el desarrollo de esta parte de la industria, lo que a su vez repercute en las posibilidades de las etapas posteriores del proceso

(producción de papel) debido a la ya indicada tendencia a formar una cadena integrada. En tal sentido, los subsidios directos o el financiamiento que el Ecuador ha otorgado a su industria forestal, son un determinante importante en la oferta de sus respectivas industrias papeleras (Reporte Sectorial, 2012).

### 2.1.5. Canales de distribución

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. En la industria papeleras usualmente el canal de distribución consta de fabricante, mayorista, minorista y consumidor final.



**Figura 2-6 Canales de Distribución de la Industria Papeleras**

**Fuente: Superintendencia de Compañías**

### 2.1.6. Cinco fuerzas de Porter

#### 2.1.6.1. Nuevos participantes (barreras de entrada)

Uno de los principales requisitos para poder ingresar a las altamente competitivas empresas productoras y comercializadoras de papel en Quito son las economías a escala. En este sentido, las empresas con mayor capacidad de producción y con mayor integración vertical son las que pueden obtener mayores beneficios (Análisis Competitivo Papelesa, 2012), para lo cual se requiere de:

- Cumplir requisitos legales para el funcionamiento de la empresa que elaborara y comercializará cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.
- Una alta inversión inicial requerida para la instalación de la nueva empresa.
- Alcanzar contactos comerciales en el mercado local.



- Talento humano especializado en la elaboración y comercialización del papel.
- Importación de tecnología para el proceso de producción de papel reciclado “alta”.

#### **2.1.6.2. Amenaza de los sustitutos**

Los sustitutos de cajas y fundas de papel reciclado son las cajas y fundas hechas a base de papel de pulpa virgen. No existen sustitutos relevantes para el papel y sus productos derivados, cartón y otros. Existe un sustituto que podría hacerle frente al papel, el cual es el plástico, pero dada la creciente tendencia hacia lo ecológico este posible sustituto iría perdiendo fuerza. En todo caso, la sustitución de productos se da al interior de la industria. Sin embargo, quedaría latente la amenaza del uso electrónico de información (internet, e-mail) pero, tal como se ha comentado anteriormente, consideramos que dicha amenaza es poco relevante. En tal sentido, la importancia de esta fuerza es "baja".

#### **2.1.6.3. Poder de negociación de los compradores**

Los productos fabricados con papel reciclado, tienen una amplia variedad de clientes, tanto minoristas como mayoristas, lo que hace probable que los mayoristas tengan un gran poder de negociación sobre el negocio. La distribución de los productos en el mercado es variada, pero, en general, esta la realizan las mismas empresas productoras, lo que reduce aún más la importancia que podría tener esta fuerza. Al analizar desde el punto en que la empresa se enfoca a minoristas, se puede ver que ellos no tienen un gran poder de negociación, mas como dice la cadena de valor de la empresa, las grandes cantidades de productos se van a vender a mayoristas, por lo cual se puede calificar a esta fuerza como “alta”.

#### **2.1.6.4. Poder de negociación de los proveedores**

El principal insumo del negocio es el papel reciclado del cual se obtiene la pulpa. El abastecimiento de la materia prima se realiza de diversas formas.

Localmente se tiene una amplia base de proveedores, aunque en algunos casos se adquiere la pulpa directamente de los productores. El precio del papel reciclado depende de diversas variables como el peso y las condiciones en las que se encuentra. Sin embargo, es importante destacar que en los últimos dos años el poder de negociación de los proveedores se ha incrementado debido a la demanda de papel reciclado. Cabe indicar que esta fuerza es la más importante, pudiéndose calificar su importancia como "alta".

#### **2.1.6.5. Intensidad de la rivalidad**

El negocio se ha caracterizado por tener un alto nivel de competencia, el cual se ha incrementado debido a que las personas prefieren comprar cajas, fundas y papel de regalo hechos a base de pulpa virgen, debido a su calidad y color, ya que aquellas fabricadas con papel reciclado, presentan una textura y color algo inferior, lo cual disminuye su atractivo comercial. Sin embargo, el enfoque del negocio es promover la conciencia ecológica ya que el producto lleva un mensaje implícito del cuidado ambiental, por lo cual la empresa se diferencia. En tal sentido esta fuerza es clasificada como "alta".

### **2.2. La compañía y el concepto de negocio**

#### **2.2.1. La idea y el modelo de negocio**

La idea y el modelo de negocio, es conocido también como diseño de negocio, y se refiere a la planificación que realizará la nueva empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener en su actividad productiva. En el modelo de negocio, se establecerá las pautas a seguir para atraer clientes potenciales, definir ofertas para las cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado e implementar estrategias publicitarias, entre muchas otras cuestiones vinculadas a la configuración de los recursos de la compañía ECO GIFT Cía. Ltda.

#### **2.2.2. Estructura legal de la empresa**

Según el Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008, será una compañía de responsabilidad limitada, la cual se contrae con un mínimo de dos personas (Gabriela Guzmán,

Johanna Sánchez y Fernando Guzmán). En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la compañía ECO GIFT Cía. Ltda., la que se encuentra ubicada en la vía a la Mitad de Mundo s/n (a dos cuadras del parque de Pomasqui)

### **2.2.3. Misión, visión y objetivos**

#### **2.2.3.1. Misión**

Somos una compañía que se dedica a la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado con diseños originales y de excelente calidad que interesa a la sociedad py pueden servir como embalaje de prendas de vestir, artesanías, cosméticos, artículos de tocador, joyas, etc., con detalles artísticos y decorativos, a la vez que se obtiene un beneficio razonable para los accionistas.

#### **2.2.3.2. Visión**

Nuestra visión consiste en ser una compañía líder en ventas, en un espacio de 5 años con la producción y comercialización de cajas y papel de regalo utilizando papel reciclado, promoviendo su uso a todos los ecuatorianos, incentivando la correcta distribución de los desechos de papel y cartón e inculcando una conciencia de limpieza, aseo y pulcritud basada en el principio del reciclaje.

#### **2.2.3.3. Objetivos**

- Contratar al personal idóneo para la organización y realizar una continua capacitación para mantener al talento humano.
- Mantenerse a la vanguardia con la tecnología lo que va a permitir a la empresa enfrentarse a la competencia en el mercado.
- Proporcionar al mercado productos a precios accesibles, manteniendo una calidad superior.
- Innovar constantemente la cartera de productos.

- Mantener constantemente alianzas con los productores así como con los proveedores, obteniendo una amplia gama en productos, marcas y servicios.

### 2.3. El producto

Los productos fabricados por el sector se utilizan en la industria de envases y cajas de papel y cartón, en la industria del tabaco, en las imprentas, entre otras. “Los empaques (cajas y corrugado) son los derivados de mayor importancia, con una participación de 39% de la producción total, seguidos de otros empaques y "tissue" (papel higiénico, servilletas, toallas) con 34%, papeles de imprenta y escritura con 16% y otros con un 11%”. (Revista Vistazo, 2011).



**Figura 2-7 Cajas y papel con base en el papel reciclaje**

**Fuente: ECO GIFT Cía. Ltda.**

### 2.4. Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento

#### 2.4.1. Ingreso al mercado

El lanzamiento de las cajas y papel de regalo con base en el papel reciclado será mediante tarjetas de presentación realizadas en papel reciclado a los gremios, cámaras y asociaciones de empresarios en la ciudad de Quito. Se

contempla una publicidad con anuncios en el periódico los fines de semana y con cuñas radiales diarias durante dos programas de alta sintonía por dos meses al inicio del primer año, tres meses al inicio del segundo año, cuatro meses al inicio del tercer año y cinco meses al inicio del cuarto y quinto año del proyecto.

#### **2.4.2. Estrategia de crecimiento**

La mayor estrategia de crecimiento de la compañía ECO GIFT Cía. Ltda., consistirá en el trabajo con los *sectores elegidos* mediante la promoción del uso y consumo de las cajas y papel para regalo con base en el papel reciclado como consecuencia de cuatro campañas: “Amigos de los árboles”, “Red de Profesores Colaboradores”, “Yo Reciclo más” y “Las tres erres: Reducir, Reutilizar, Reciclar”.

- Realizar convenios con los *sectores elegidos* para introducir la campaña “Amigos de los árboles” para convertirlos en innovadores y difusores de buenas prácticas y modelos a seguir en reducir el consumo, mejorar la gestión de los residuos de papel e incentivar su reciclaje.
- Realizar convenios con educadores para formar parte de la “Red de Profesores Colaboradores”, a través de quienes se distribuirá material didáctico sobre aspectos relacionados con el uso, consumo y gestión del papel.
- Realizar la campaña “Yo reciclo más” en los centros comerciales para la recogida selectiva de desechos de papel y cartón inculcando una mentalidad de reciclaje de recopilación periódica.
- Introducir la campaña de “Las tres erres: Reducir, Reutilizar, Reciclar”, que se resume en reducir el consumo de papel, reutilizar el papel utilizado por un lado y entregarnos el papel completamente usado para su reciclaje.

La comercialización de las cajas y papel para regalo con base en el papel reciclado se realizará vía canales de distribución, que son las librerías, papelerías, bazares e imprentas a quienes se les entregará bajo pedido.

## **2.5. Análisis FODA**

### **2.5.1. Fortalezas**

- Producto innovador con escasa producción a nivel nacional, por esa razón no existe competencia directa.
- Es fácil ver la diferenciación del producto con respecto a los bienes sustitutos (papel normal) debido al reciclaje.
- La principal ventaja es que la materia prima proviene del reciclaje del papel y cartón, por lo tanto tiene un costo muy bajo.
- La localización del proyecto es adecuada en Pomasqui.
- Se cuenta con personal comprometido con los objetivos empresariales de la empresa.

### **2.5.2. Oportunidades**

- Las perspectivas futuras del mercado interno del papel con base en el reciclaje son realmente alentadoras, porque cada vez más se difunden los beneficios ecológicos y sus distintos usos-aplicaciones dentro del hogar, oficinas y demás.
- Aprovechando que se encuentra en el milenio del bienestar, las personas tienen mayor tendencia a comprar productos ecológicos y eso hace que el enfoque sea en el mercado local, donde se ha despertado mayor conciencia ecológica y en el aspecto económico mayor poder adquisitivo de las personas para poder satisfacer esa demanda creciente.
- En el largo plazo existe la posibilidad que los costos de la materia prima disminuyan lo que se vería reflejado en la baja del precio del papel reciclado y esto produciría que el papel se vuelva más atractivo para los consumidores.
- Se cuenta con experiencias empíricas suficiente del mercado, lo que se constituye en una ventaja competitiva frente a la competencia.
- Es posible realizar alianzas estratégicas con empresas relacionadas a la actividad de producción de papel reciclaje.

### **2.5.3. Debilidades**

- Las diferencias físicas derivadas de la infraestructura en relación con las empresas ya constituidas en el mercado.
- El papel reciclado tiene una presencia diferente al producido de la celulosa del árbol (menor brillo y grado de blanqueo).
- Falta de experiencia gerencial, por ser nuevos en el mercado de papel y cartón.
- Falta de líneas de crédito que permitan una expansión más rápida en el mercado.

### **2.5.4. Amenazas**

- La inestabilidad política que de tiempo en tiempo predomina en la política ecuatoriana afecta a la toma de decisiones a largo plazo.
- La constante subida de precios de la materia prima (celulosa y papel), en el concierto internacional.
- La restricción a las importaciones como política de gobierno de la revolución ciudadana.
- La alta inversión requerida para ejecutar el proyecto, podría ahuyentar a potenciales inversionistas y dejar espacio en el mercado para la oferta de otros productos sustitutos.
- El estancamiento de las inversiones por el ámbito político y jurídico que se vive en el Ecuador.

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La investigación de mercados tiene como objetivo recabar información trascendente para la introducción de las cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado. Esta información establece los deseos y necesidades del mercado, mismas que ayudan a identificar las características del producto a ofertarse.

#### **3.1. Fuentes de información**

Las fuentes de información en esta investigación de mercado van a ser primarias y secundarias.

##### **3.1.1. Fuentes primarias**

- Observación directa e indirecta
- Entrevistas
- Encuestas

##### **3.1.2. Fuentes secundarias**

La información primaria es información específica para el Plan de Negocios de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. A continuación están los métodos principales de recopilación de datos.

- Banco Central del Ecuador,
- El INEC,
- Asocart,
- Superintendencia de Compañías,
- Revista líderes,
- Revista gestión,
- Revista Vistazo,
- América Economía.



### 3.1.3. Investigación cualitativa

#### 3.1.3.1. Entrevista con un experto

Para conocer el mercado que se quiere atender, es beneficioso conversar con un experto en el área.

Presentación:

- 1) Generar un ambiente de calidez y confianza, que el entrevistado se de cuenta de la confianza desplegada.
- 2) Disminuir la situación de stress (romper el hielo)

Datos:

Entrevistado: Econ. Marco Hermida

Empresa: RECICLAR

Cargo: Propietario

Tiempo: 14 minutos

- 3) Desarrollo de la entrevista:

Pregunta:

**¿Cuál es el componente del papel?**

Respuesta:

El componente principal del papel y el cartón es la celulosa, compuesto orgánico es decir, está constituido básicamente por átomos de carbono, hidrógeno y oxígeno- en forma de polisacárido. Las fibras de celulosa necesarias para la fabricación del papel pueden provenir de diferentes vegetales: algodón (el 90% o más de la celulosa), madera (oscila alrededor del 60% según la especie), esparto y paja de cereales (50%), etc. El resto de los

componentes de estos vegetales es básicamente lignina, grasas, resinas, ceras, sales minerales o cenizas.

Pregunta:

### **¿Cómo se hace el papel?**

Respuesta:

Se hace una pasta hirviendo, en el agua virutas de madera y unas sustancias químicas en una batidora industrial; así se separan las fibras de madera de la lignina. Luego las fibras pasan por una molienda y queda una pasta parecida a la harina. La mezcla se blanquea con cloro, excepto la que se utiliza para obtener papel marrón (por ejemplo, el cartón).

Pregunta

### **¿Cómo se obtiene papel reciclado?**

Respuesta

En la batidora industrial se mezcla el papel troceado con agua templada, se calienta y se machaca hasta conseguir una pasta. Los clips y las espirales se quitan, y se quita también la tinta que pudiera haber con un disolvente; se blanquea de nuevo, pero ya no es necesario la utilización tan elevada de cloro.

Pregunta

### **¿Para qué se utiliza el papel reciclado?**

Respuesta

Se utiliza básicamente para hacer cajas, cartón y papel de embalaje que serán utilizadas por la industria.

Pregunta

**¿Cuál es el papel más valioso a la hora de reciclar?**

Respuesta

El papel de oficina es el mejor tipo de papel y el más fácil de reciclar. La industria que recicla lo aprecia porque está hecho con fibras fuertes que aguanten muy bien el reciclaje. Es posible reciclar hasta siete veces un mismo papel.

Pregunta

**¿Cuál es el principal beneficio del papel reciclado?**

Respuesta

El ahorro de energía, árboles y agua, así como también una reducción del costo de la materia prima para hacer cajas y cartón

4) Resultados

Con el experto Marco Hermida, se descubre todos los secretos del papel reciclado así como los beneficios para el medio ambiente.

### **3.1.3.2. Grupo focal**

Se va a llevar a cabo una reunión entre 5 y 6 personas no conocidas entre si y una moderadora que hará preguntas para conocer sus opiniones sobre cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. A continuación se detalla el marco metodológico para el grupo:

#### **Preparación:**

1. Selección de participantes: El primer paso consiste en seleccionar a las personas que desempeñaran los siguientes roles:
  - a) Moderadora: Gabriela Guzmán
  - b) Relatora: Johanna Sánchez
  - c) Observador: Ing. Fernando Guzmán
  - d) Participantes: (características de los clientes)

## 2. Diseño de la guía de discusión:

- a) Definir el objetivo (conocer el uso de cajas y fundas con base en el papel reciclado).
- b) Definir el preámbulo (tendrá como meta reducir la tensión del grupo a investigar y promover la conversación).
- c) Elaborar el cuestionario de preguntas de discusión abierta (se debe llevar a cabo en secuencia lógica, fácil de comprender y en coherencia con los objetivos).

## 3. LA REUNIÓN DE GRUPOS FOCALES:

- a) Elección de la hora de la reunión: 18:00 horas
- b) Elección del lugar: Casa Comunal "San Juan", Valle de Los Chillos

### **Desarrollo:**

La moderadora da la bienvenida a los participantes, presenta el preámbulo, da instrucciones generales y ubicar al grupo mentalmente en el debate. La moderadora formula la primera pregunta e invita a participar.

### **Grupo focal**

#### 1. ¿Compra usted cajas y fundas de regalo?

Los participantes del grupo focal indican que si compran cajas y fundas de regalo, para sus diferentes compromisos sociales (onomásticos, cumpleaños, etc.), con familiares y amigos.

#### 2. ¿Conoce usted, las cajas y fundas de regalo a base de papel reciclado?

El grupo focal manifiesta que no conocen cajas y fundas de regalo elaboradas a partir del papel reciclado que se venden en los almacenes de grandes superficies (centros comerciales); pero de ser así se constituyen en una nueva opción en la decisión de compra.

3. ¿Compraría usted, cajas y fundas con base en el papel reciclado?

Si ellos indican que si comprarían las cajas y fundas con base en el papel reciclado principalmente porque se trata de un producto que no afecta al medio ambiente evitando la tala de árboles, consumo de energía y consumo de agua.

4. ¿El costo de las cajas y fundas de regalo a base de papel reciclado es factor crítico para el éxito del producto?

EL grupo focal indica que el costo del producto tiene que ser accesible a su bolsillo para una mayor aceptación del producto; la capacidad de compra se halla en \$2,90.

5. ¿Además de usted; quien influye en la decisión de compra de un nuevo producto?

Ellos reconocen que son los familiares cercanos y su círculo íntimo de amigos.

6. ¿Cuáles son las características intrínsecas que buscaría en las cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado?

El grupo focal indica que la calidad, diseño y la durabilidad del nuevo producto.

7. ¿Cuáles son los lugares preferidos de compra de cajas y fundas de regalo?

Ellos compran en su mayoría en boutiques de novedades y en los almacenes y centros comerciales de grandes superficies.

## Resultados

- **Aspectos generales.-** El grupo focal compra cajas y fundas de regalo para sus diferentes compromisos sociales; sin embargo, no conocían que hubieran cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado.

- **Hábitos de consumo.-** El consumo de cajas y fundas de regalo se da principalmente en los onomásticos y cumpleaños. El cliente ecologista si está dispuesto a comprar cajas y fundas de regalo en base al papel reciclado; por ser un producto que no afecta al medio ambiente.
- **La capacidad de compra.-** El costo del producto tiene que ser accesible a su bolsillo para una mayor aceptación del producto, la capacidad de compra es de 2,90 USD.
- **Lugares de compra.-** Los lugares preferidos para la compra de cajas y fundas por el grupo focal son las boutiques, almacenes y centros comerciales en la ciudad de Quito.

### **3.1.3.3. Encuesta**

#### **3.1.3.3.1. Objetivo general**

Recabar información valiosa sobre la población que prefiere comprar cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado en la ciudad de Quito, en el que se identifique hábitos, gustos y preferencias.

#### **3.1.3.3.2. Objetivos específicos**

- Determinar cuál es el artículo que más se compra en los compromisos sociales.
- Conocer la frecuencia de compra de cajas y fundas de regalo
- Analizar la frecuencia de compra de cajas y fundas de regalo
- Identificar las características en las que se fija el cliente al momento de comprar cajas y fundas de regalo.
- Determinar cuál es el motivo de compra del cliente.
- Conocer cuál es el lugar de compra del cliente.
- Establecer la calidad tiene el producto que compra actualmente.
- Determinar la aceptación entre la población por cajas y fundas de regalo en base a papel reciclado.
- Establecer el material idóneo para la elaboración de cajas y fundas de regalo.

- Determinar el precio justo que esta dispuesto a pagar el consumidor por cajas y fundas de papel reciclado.
- Conocer el medio de comunicación eficaz para recibir información de cajas y fundas de regalo.

#### **3.1.3.3.3. Definición de la población objetivo**

- Elementos: hombre o mujer con capacidad de pago, poder de decisión y motivado a guardar sus regalos en cajas y fundas
- Unidades de muestreo: población de estrato alto, medio y bajo.
- Extensión: ciudad de Quito.

#### **3.1.3.3.4. Determinación del marco de muestreo**

La población para este estudio de investigación constituyen 2'239.199 habitantes a nivel urbano y rural en el Distrito Metropolitano de Quito según el censo del 2010, efectuado por el INEC.

#### **3.1.3.3.5. Técnica de muestreo**

La técnica de muestreo utilizada será no aleatorio o de juicio. Se acercará a las personas con un cuestionario de encuesta a la salida de boutiques de regalos, almacenes de grandes superficies y centros comerciales para recoger información para el estudio.

#### **3.1.3.3.6. Tamaño de la muestra**

Como en el estudio se conoce el valor de N (Población), se puede calcular el tamaño de la muestra. Para calcular el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula para una población conocida y finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

#### **Figura 3-1 Tamaño de Muestra**

p: Variabilidad positiva (éxito)

q: Variabilidad negativa (fracaso)

Z: Valor del nivel de significancia

E: Es la precisión o el error

N: Es el tamaño del universo

Datos para obtener la muestra:

$$N = 2'239.199$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

Nivel de significancia = 95%

$$Z = 1.96 \text{ para } 95\%$$

$$E = 5\%$$

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(2'239,199) (1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(2'239,199 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{(2'239,199) (3.8416) (0.25)}{(2'239,198) (0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{2'150,526.72}{5,597.995 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2'150,526.72}{5,598.95}$$



n = 384 habitantes

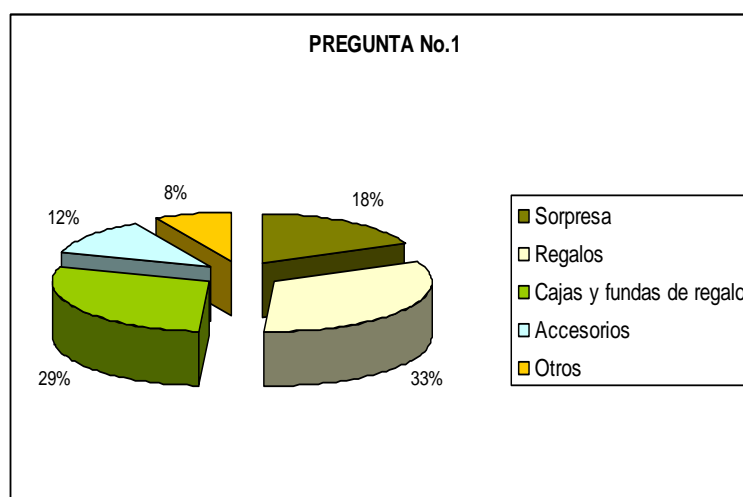
El tamaño de la muestra que permitirá obtener información con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error; es de 384 habitantes, considerando una población de 2'239,199 habitantes en la ciudad de Quito (según el INEC).

### 3.1.3.3.7. Análisis de los resultados

**P1.-** ¿Qué es lo que más compra en sus compromisos sociales? Califique del 1 al 3, siendo 1 el más importante.

**Tabla 3-1 Tabulación pregunta 1**

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Sorpresa	69	18%
Regalos	127	33%
Cajas y fundas de regalo	111	29%
Accesorios	46	12%
Otros	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-2 Pregunta 1**

### Análisis e interpretación

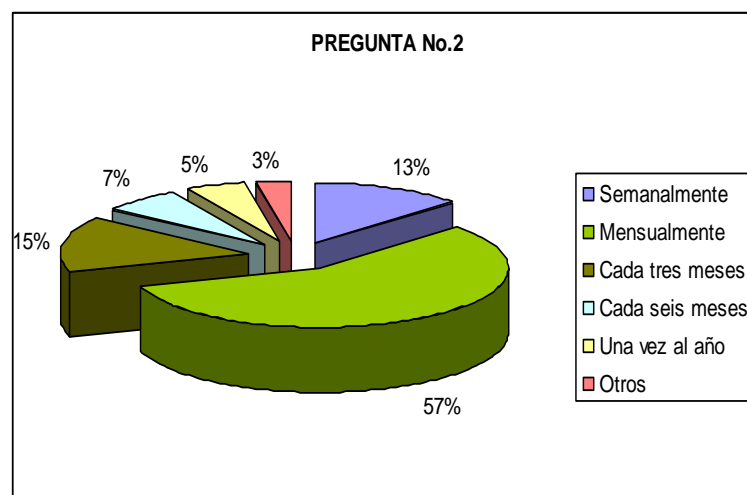
Según el 33% de los encuestados lo que más compran en sus compromisos sociales son los regalos seguido del 29% que compra cajas y fundas de

regalo; lo que demuestra un mercado potencial para estos dos productos por lo tanto se visualiza una oportunidad de negocios.

**P2.-** ¿Cada cuanto compra usted, cajas y fundas de regalo?

**Tabla 3-2** Tabulación pregunta 2

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Semanalmente	50	13%
Mensualmente	219	57%
Cada tres meses	57	15%
Cada seis meses	27	7%
Una vez al año	19	5%
Otros	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-3** Pregunta 2

### **Análisis e interpretación**

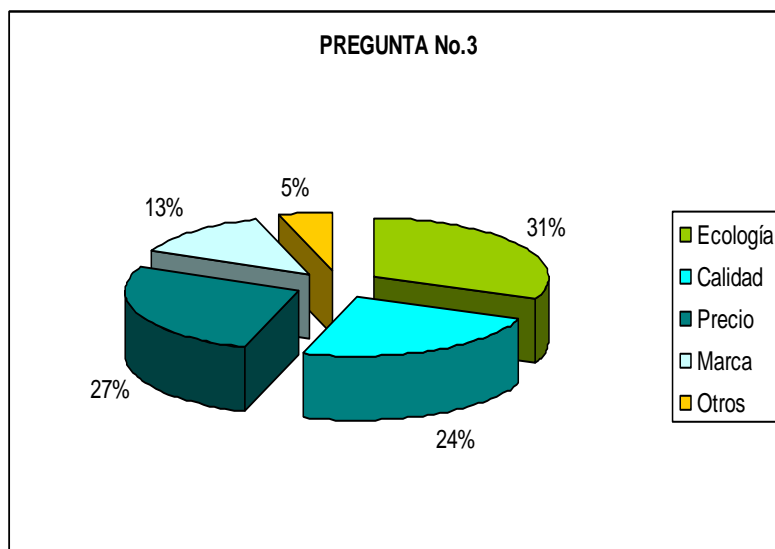
Los resultados en esta pregunta son como siguen: según el 57% de los encuestados la frecuencia de compra de cajas y fundas de regalo las hacen mensualmente porque tiene familias numerosas; según el 13% de los encuestados las compras la efectúan semanalmente. Estas dos respuestas son interesantes para el estudio porque si sumamos las dos se tiene 70% que es porcentaje alto de consumidores lo que garantiza la sostenibilidad en el tiempo

de un negocio dedicado a las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

**P3.-** ¿Cuáles son las características en las cuales se fija usted al momento de comprar cajas y fundas de regalo?

**Tabla 3-3 Tabulación pregunta 3**

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Ecología	119	31%
Calidad	92	24%
Precio	104	27%
Marca	50	13%
Otros	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-4 Pregunta 3**

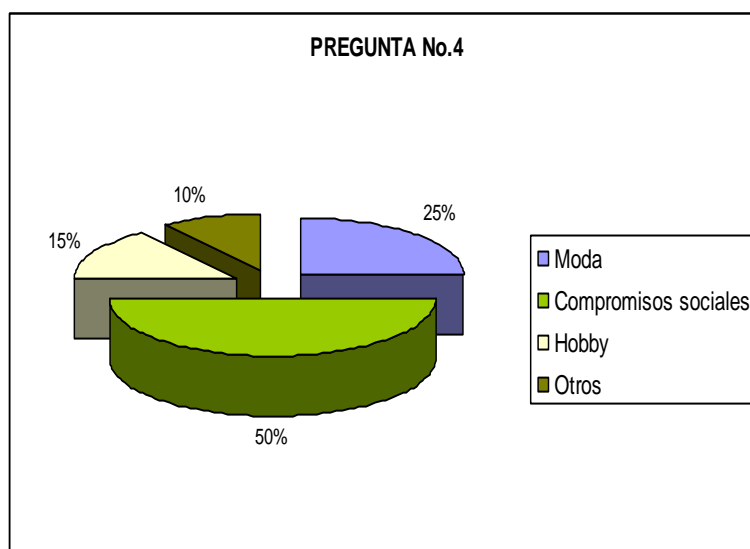
### Análisis e interpretación

Los factores críticos para el éxito del negocio según el 31% de los encuestados es por ecología, el 27% de los encuestados por el precio y el 24% de los encuestados por la calidad de las cajas y fundas de regalo.

**P4.-** ¿Usted compra cajas y fundas de regalo por?

**Tabla 3-4** Tabulación pregunta 4

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Moda	96	25%
Compromisos sociales	192	50%
Hobby	58	15%
Otros	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-5** Pregunta 4

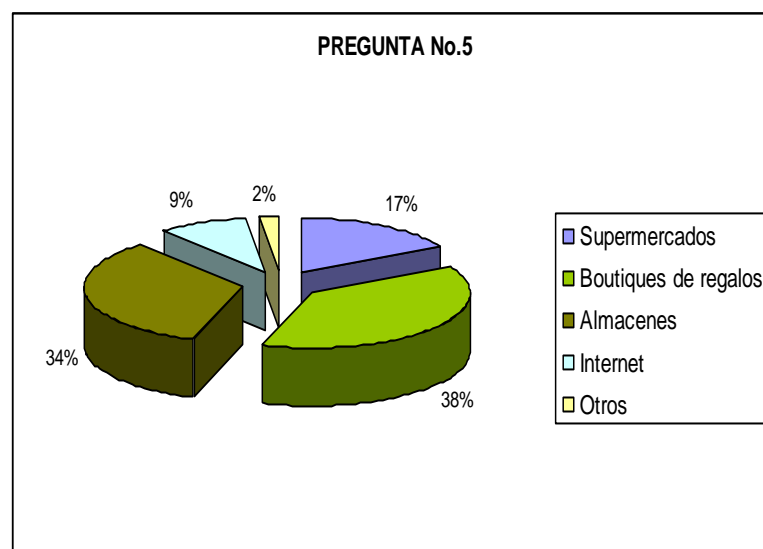
### Análisis e interpretación

Según el 50% de los encuestados, los motivos de compra de cajas y fundas de regalo son debido a compromisos sociales a continuación el 25% de los encuestados manifiestan que es por moda. Estas son las principales motivaciones del consumidor para comprar cajas y fundas de regalo.

**P5.-** ¿En qué lugar compra cajas y fundas de regalo?

**Tabla 3-5 Tabulación pregunta 5**

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Supermercados	65	17%
Boutiques de regalos	146	38%
Almacenes	131	34%
Internet	34	9%
Otros	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-6 Pregrunta 5**

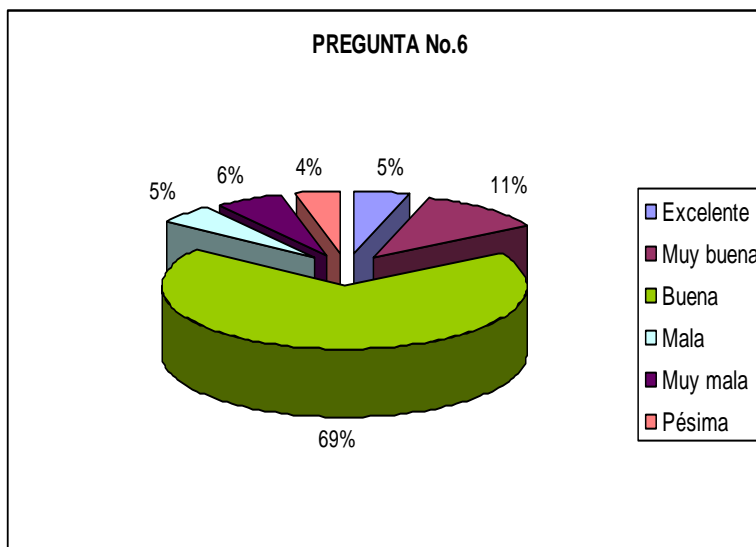
### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos según el 38% de los encuestados respecto al lugar donde compran cajas y fundas de regalo son las boutiques de regalos seguidos por el 34% de los encuestados que compra en los almacenes de grandes superficies. Estos son los principales lugares que prefieren los clientes para comprar cajas y fundas de regalo; por lo tanto estos lugares es importante al momento de definir los canales de distribución del producto.

**P6.-** ¿Qué calificación le daría usted a la calidad de las cajas y fundas de regalo que ha comprado anteriormente?

**Tabla 3-6** Tabulación pregunta 6

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Excelente	19	5%
Muy buena	42	11%
Buena	265	69%
Mala	19	5%
Muy mala	24	6%
Pésima	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-7** Pregunta 6

### Análisis e interpretación

Según el 69% de los encuestados la calificación que le daría a la calidad de las cajas y fundas de regalo que vende la competencia es de buena es decir existe una necesidad insatisfecha de los clientes por un producto de mayor calidad.

**P7.-** ¿Estaría dispuesto a comprar cajas y fundas de regalo en base al papel reciclado?

Tabla 3-7 Tabulación pregunta 7

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
SI	334	87%
NO	50	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

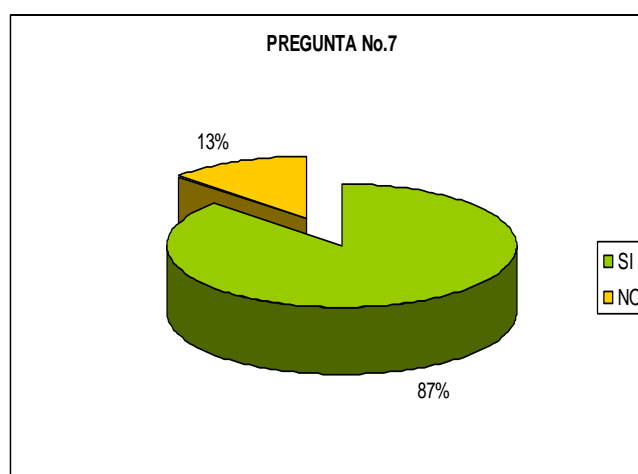


Figura 3-8 Pregunta 7

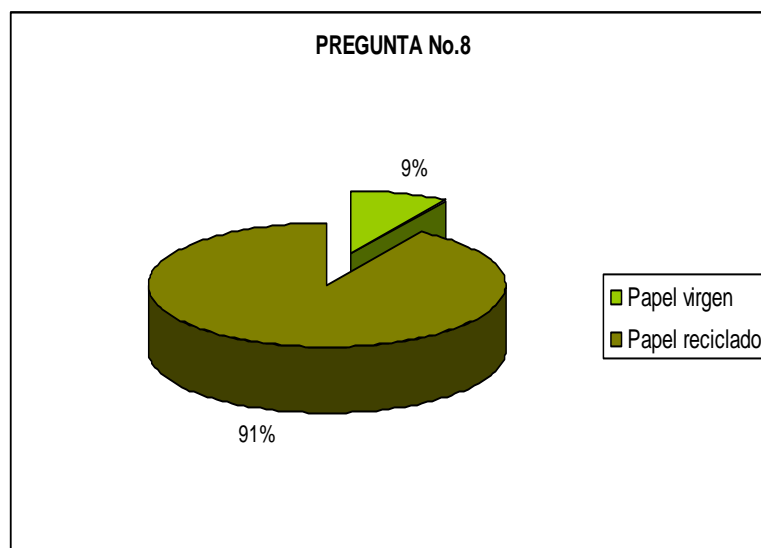
### Análisis e interpretación

El 87% de los encuestados si estaría dispuesto a comprar cajas y fundas de regalo mientras el 13% de los encuestados no lo estaría. Estas respuestas confirman la oportunidad de negocios que existe con este producto en el mercado de la ciudad de Quito.

**P8.-** ¿Qué tipo de materiales le gustaría que se usen para la elaboración de las cajas y fundas de regalo?

**Tabla 3-8** Tabulación pregunta 8

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Papel virgen	35	9%
Papel reciclado	349	91%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-9** Pregunta 8

### **Análisis e interpretación**

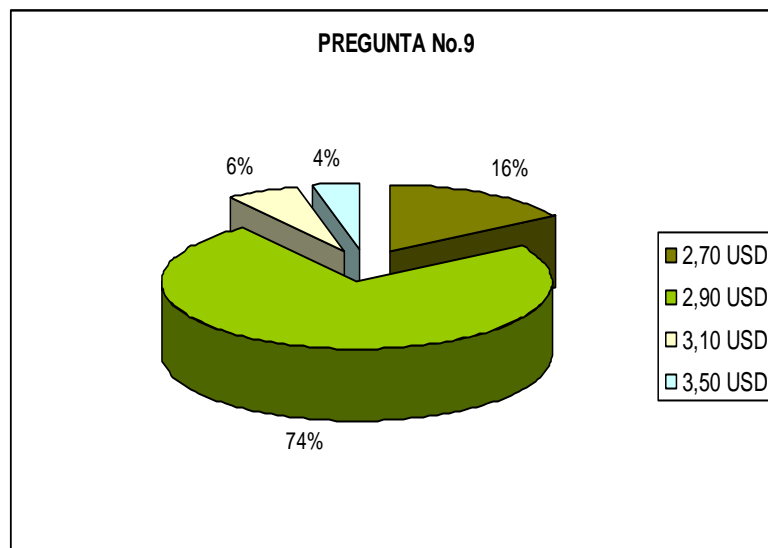
Según el 91% de los encuestados el tipo de material que les gustaría que se use en la elaboración de cajas y fundas de regalo es el papel reciclado debido a la conciencia ecológica que cada día va aumentando en la población; mientras tan solo el 9% de los encuestados manifiesta que papel virgen debido principalmente a intereses económicos derivados de la actividad empresarial.



**P9.-** ¿Cuánto está dispuesto a gastar por cajas y fundas de papel reciclado?

**Tabla 3-9** Tabulación pregunta 9

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
2,7 USD	61	16%
2,9 USD	284	74%
3,1 USD	24	6%
3,5 USD	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-10** Pregunta 9

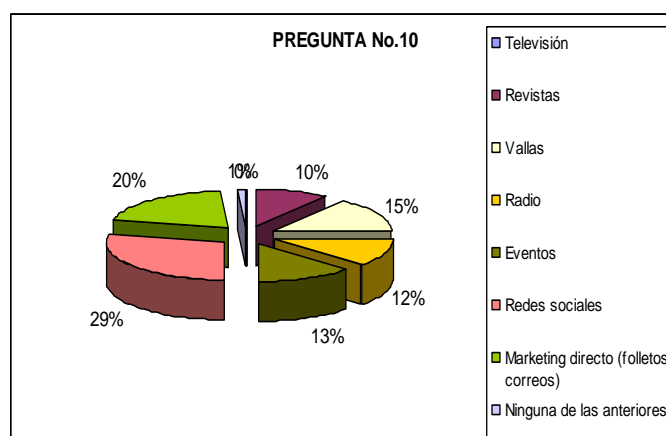
### **Análisis e interpretación**

Según el 74% de los encuestados lo que están dispuestos a pagar por las cajas y fundas de papel reciclado es 2,90 USD. Esta pregunta demuestra que el precio es muy sensible para el cliente; por lo tanto la empresa debe ajustar su costo de producción para no incrementar este precio.

**P10.-** ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir información de cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado?

**Tabla 3-10** Tabulación pregunta 10

Variable	No de habitantes de Quito	Porcentaje
Televisión	0	0%
Revistas	38	10%
Vallas	58	15%
Radio	<b>46</b>	<b>12%</b>
Eventos	50	13%
Redes sociales	111	29%
Marketing directo (folletos correos)	77	20%
Ninguna de las anteriores	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Figura 3-11** Pregunta 10

### **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos al 29% de los encuestados le gustaría recibir información del medio de comunicación de redes sociales, seguido del 20% de los encuestados que indican el marketing directo es la vía directa para llegar a ellos. Estos son los medios de comunicación predilectos por los clientes; es decir es la opción válida de promoción.

## **Conclusiones**

Se determinó que el producto que más se compra en ocasiones especiales son los regalos.

La frecuencia con la que se compra cajas y fundas de regalo es mensual, debido a los onomásticos.

Al momento de comprar las cajas y fundas de regalo, el cliente se fija en características importantes de las cuales resalta la ecología.

Las personas compran cajas y fundas de regalo para sus compromisos sociales.

Las cajas y fundas de regalos que son adquiridas por los clientes se sitúan en boutiques de regalos.

Se determinó que la conciencia ecológica en los clientes es lo más importante al momento de comprar regalos.

Se requiere de un papel con buena calidad, textura y diseños atractivos.

El precio es importante al momento de realizar la compra del producto, por lo cual se determina que el cliente puede pagar hasta 2,90 dólares.

La tendencia global es formar una sociedad basada en el conocimiento, por lo cual el producto se da a conocer por medios de comunicación eficaces, siendo los más recurrentes las redes sociales.

## **3.2. Mercado relevante y cliente potencial**

### **3.2.1. Mercado objetivo**

El perfil del cliente es una persona preocupada por proteger el medio ambiente en el cual vive y se desarrolla (ecologista), con características de amistad y amor con sus seres queridos a los cuales gusta de agasajar con regalos para los que utiliza cajas y fundas de regalo.

### 3.2.2. Segmentación de mercado

Es necesario identificar los distintos segmentos de mercado que comparten características comunes para la compra de cajas y fundas de regalo; para de esta manera efectuar la planificación de la mezcla del marketing y conseguir mejores resultados.

#### 3.2.2.1. Segmentación geográfica

El mercado se lo va a dividir según el área geográfica donde viven los clientes de cajas y fundas de regalo.

**Tabla 3-11 Segmentación geográfica**

Variable geográfica	Intervalo o clase
Región:	Sierra
Ciudad:	Quito
Zona:	Urbano y rural

#### 3.2.2.2. Segmentación demográfica

En está segmentación el mercado se lo va a dividir de acuerdo variables demográficas como las siguientes:

**Tabla 3-12 Segmentación demográfica**

Variable demográfica	Intervalo o clase
Edad:	18 años a 60 años
Sexo:	Masculino, femenino
Ocupación:	Indistinta
Estado civil:	Indistinta

### 3.2.2.3. Segmentación Psicográfica

Se divide a los compradores de cajas y fundas de regalo en diferentes grupos, de acuerdo a preferencias de:

**Tabla 3-13 Segmentación psicográfica**

Variable demográfica	Intervalo o clase
Estilo de vida:	De pertenencia
Personalidad:	Ecologista
Clase social:	Alta, media y baja

### 3.3. Tamaño del mercado

#### 3.3.1. Demanda

Una vez que se conoce el segmento del mercado, se procede a calcular la demanda potencial, es decir el número de personas que potencialmente estarían interesados en comprar las cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado.

#### 3.3.2. Demanda histórica

Un aspecto primordial para el estudio de mercado es el investigar la demanda histórica de cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado, sin embargo no fue posible obtenerla directamente, por lo que se procedió a estimar dicha demanda en función del crecimiento de la “población de la ciudad de Quito que consume productos ecológicos” que es un 15% (según el INEC, 2011).

**Tabla 3-14 Demanda histórica**

<b>Año</b>	<b>Demanda histórica en Quito (productos ecológicos)</b>
2007	273,576
2008	287,975
2009	303,132
2010	319,086
2011	335,880

**Fuente: INEC, 2011**

### **3.3.3. Proyección de la demanda**

Tomando como base los datos de demanda histórica de los productos ecológicos en los últimos 5 años; se proyecta la demanda ajustando las cifras del pasado lustro a una ecuación lineal del tipo  $Y = A + BX$ , mediante el método de los mínimos cuadrados (regresión simple). Los resultados de esta proyección se detallan a continuación.

La ecuación de una recta está representada por la expresión.

$$y = a + bx$$

En la que:

$y =$  Variable que se está analizando (demanda)

$x =$  Variable cronológica (tiempo)

$a - b =$  Parámetros que definen la ecuación de la recta

El propósito es conocer  $a$  y  $b$  para determinar la recta. El método lineal de ajuste proporciona dos ecuaciones para encontrar los valores de los parámetros  $a$  y  $b$ :

Tabla 3-15 Cálculo analítico mínimos cuadrados

CÁLCULO ANALITICO DE MINIMOS CUADRADOS PARA LA DEMANDA FUTURA DE CAJAS Y FUNDAS DE REGALO				
LINEAL $Y = A + BX$				
AÑOS	DEMANDA (Y)	PERIODO BASE (X)	XY	$X^2$
2007	273,576	0	0	0
2008	287,975	1	287,975	1
2009	303,132	2	606,264	4
2010	319,086	3	957.258	9
2011	335,880	4	1'343,520	16
	<b>1'519,649</b>	<b>10</b>	<b>3'195,017</b>	<b>30</b>

Fuente: INEC, 2011

$$Y = n + bx$$

$$XY = ax + bx^2$$

$$1) \quad \sum y = na + b \sum x$$

$$2) \quad \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$1) \quad 1'519,649 = 5a + 10b \quad \left. \vphantom{1'519,649} \right\} (-10)$$

$$2) \quad 3'195,017 = 10a + 30b \quad \left. \vphantom{3'195,017} \right\} ( 5)$$

$$- 15'196,490 = - 50a - 100b$$

$$15'975,085 = 50a + 150b$$

---


$$778,595 = // \quad 50b$$

$$\underline{778,595} = b$$

$$50$$

$$\mathbf{15,572 = b}$$

$$1) \quad 1'519,649 = 5a + 10 (15,572)$$

$$1'519,649 - 155,720 = 5a$$

$$1'363,929 = 5a$$

$$\frac{1'363,929}{5} = a$$

$$\mathbf{a = 272,786}$$

$$y = a + bx$$

$$y_5 = 272,786 + 15,572 (5)$$

$$\mathbf{y_5 = 350,646}$$

$$y_6 = 272,786 + 15,572 (6)$$

$$\mathbf{y_6 = 366,218}$$

$$y_7 = 272,786 + 15,572 (7)$$

$$\mathbf{y_7 = 381,790}$$

$$y_8 = 272,786 + 15,572 (8)$$

$$\mathbf{y_8 = 397,362}$$

$$y_9 = 272,786 + 15,572 (9)$$

$$\mathbf{y_9 = 412,934}$$

**Tabla 3-16 Proyección de la demanda**

<b>Años</b>	<b>Número de clientes</b>
2012	350,646
2013	366,218
2014	381,790
2015	397,362
2016	412,934



### 3.4. La competencia y sus ventajas

#### 3.4.1. La oferta

Los principales actores que conforman la competencia en la ciudad de Quito, son 10 empresas que viene a constituir la competencia directa:

- Powertecnology
- Masterfilt Ecuador,
- Plastikyto,
- ELAC Cía. Ltda.
- Corrucart Cía. Ltda.
- Reciclar Cia. Ltda.
- Recesa S.A.
- Reciclaje S.A.
- M y C Papeles
- Cartopel

La estrategia de venta es por medio de distribuidores mayoristas y minoristas; en cuanto a su ventaja competitiva es la curva de experiencia y el Know now que tiene al elaborar cajas y fundas de regalo.

#### 3.4.2. La oferta histórica

Para la proyección de la oferta, se obtuvo en primera instancia la ecuación de tendencia histórica de la capacidad de producción de la competencia en el mercado.

**Tabla 3-17 Oferta histórica**

<b>Año</b>	<b>Oferta histórica Capacidad de producción</b>
2007	177,825
2008	187,184
2009	197,036
2010	207,406
2011	218,322

**Fuente: INEC, 2011**

### 3.4.3. Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta se siguen los mismos procedimientos establecidos en la formulación del pronóstico de la demanda. Es decir se realiza la regresión lineal simple.

**Tabla 3-18 Cálculo Analítico de Mínimos Cuadrados**

CÁLCULO ANALITICO DE MINIMOS CUADRADOS PARA LA OFERTA FUTURA DE CAJAS Y FUNDAS DE REGALO				
LINEAL Y = A + BX				
AÑOS	OFERTA (Y)	PERIODO BASE (X)	XY	X <sup>2</sup>
2007	177,825	0	0	0
2008	187,184	1	187,184	1
2009	197,036	2	394,072	4
2010	207,406	3	622,218	9
2011	218,322	4	873,288	16
	<b>987,773</b>	<b>10</b>	<b>2'076,762</b>	<b>30</b>

Fuente: Corrugart S.A.

$$Y = n + bx$$

$$XY = ax + bx^2$$

$$\left. \begin{array}{l} 2) \quad \Sigma y = na + b \Sigma x \\ 2) \quad \Sigma xy = a \Sigma x + b \Sigma x^2 \end{array} \right\}$$

$$3) \quad 987.773 = 5a + 10b \quad (-10)$$

$$4) \quad 2'076.762 = 10a + 30b \quad ( 5)$$

$$- 9'877,730 = - 50a - 100b$$

$$10'383,810 = 50a + 150b$$

---


$$506,080 = // \quad 50b$$

$$\underline{506,080} = b$$

$$10,122 = b$$

$$2) 987,773 = 5a + 10(10,122)$$

$$987,773 - 101,220 = 5a$$

$$886,553 = 5a$$

$$\frac{886,553}{5} = a$$

$$5$$

$$a = 177,311$$

$$y = a + bx$$

$$y_5 = 177,311 + 10,122(5)$$

$$y_5 = 227,921$$

$$y_6 = 177,311 + 10,122(6)$$

$$y_6 = 238,043$$

$$y_7 = 177,311 + 10,122(7)$$

$$y_7 = 248,165$$

$$y_8 = 177,311 + 10,122(8)$$

$$y_8 = 258,287$$

$$y_9 = 177,311 + 10,122(9)$$

$$y_9 = 268,409$$

**Tabla 3-19 Proyección de la oferta**

<b>Años</b>	<b>Capacidad de producción</b>
2012	227,921
2013	238,043
2014	248,165
2015	258,287
2016	268,409

### 3.5. Participación de mercados y ventas de la industria

Es aquella demanda de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado que no es cubierta actualmente por el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte por la empresa; se estima que se podrá cubrir el 29% del mercado que no se encuentra cubierto actualmente es decir (36.000 unidades anuales). La formula es para calcular la demanda insatisfecha es:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda potencial} - \text{oferta potencial}$$

**Tabla 3-20 Demanda insatisfecha para cajas y fundas de regalo**

<b>Años</b>	<b>Demanda Futura</b>	<b>Oferta Futura</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2012	350,646	227,921	122,725
2013	366,218	238,043	128,175
2014	381,790	248,165	133,625
2015	397,362	258,287	139,075
2016	412,934	268,409	144,525

### 3.6. Evaluación del mercado durante la implementación

El mercado durante la implementación del proyecto será evaluado en forma continua para corregir las desviaciones que se pudieran presentar.

## CAPÍTULO IV

### PLAN DE MARKETING

El plan de marketing puntualiza los diferentes aspectos de la estrategia de mercadeo a utilizar para las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

#### 4.1. Estrategia general de marketing

La mezcla del marketing consiste en 4 actividades en las que se centra la estrategia de mercadeo de la empresa que elabora cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.



**Figura 4-1 Mezcla del Marketing**

**Fuente: Kotler Philips**

##### 4.1.1. Producto

- Para obtener una diferenciación del producto antes de su comercialización revisar que el producto no presente pequeñas fallas.
- Informar sobre las características y utilidades del producto

#### **4.1.2. Precio**

El precio constituye un factor importante dentro de la comercialización, ya que si el precio es exagerado las ventas se verán afectadas, mientras que con un precio que este acorde al mercado se tendrá aceptación por partes de los clientes.

#### **4.1.3. Plaza**

Un beneficio mutuo es un beneficio compartido, un beneficio compartido perdura en el tiempo, esto es lo que se buscará al establecer canales de distribución que sea beneficioso para los clientes y para la empresa que elabora cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado.

#### **4.1.4. Promoción**

Para la promoción del producto se utilizará el marketing directo y las redes para llegar a una mayor audiencia objetivo.

### **4.2. Política de fijación del precio**

El precio de venta constituye para la empresas uno de los factores más críticos para lograr un adecuado retorno del capital invertido del mercado. El éxito de las operaciones de la empresa depende en gran parte del conocimiento y empleo correcto de las técnicas o estrategias de fijación de precios para las cajas y fundas de regalo.

Para la fijación del precio de las cajas y fundas de regalo, la empresa debe usar las siguientes estrategias en el siguiente orden:

- 1) Para la fijación del precio se realizará un análisis de la demanda, la competencia y mediante los costos a esto se le incrementará un porcentaje del 7% de utilidad.
- 2) Para la fijación del precio se basara en el valor para el cliente; es decir el valor obtenido anteriormente se compara con las escalas de precios de la líneas del producto y de acuerdo a estos valores se fija el precio final de venta al público.

- 3) Para la fijación psicológica, el precio de venta al público determinado obedece a un efecto de ajuste psicológico.

**Tabla 4-1 Precios del producto**

Producto	Precios
Cajas 20 x 20 x 5	2,90 USD
Fundas de regalo	2,90 USD

La estrategia de precios a seguir por parte de la empresa que labora cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado es la estrategia de penetración del producto al mercado que consiste en reducir el precio inicialmente para posteriormente ajustar los precios al de la competencia.

#### 4.3. Táctica de ventas

El método de ventas que se va a aplicar a las cajas y fundas de regalo, de la empresa Eco Gift se enuncia a continuación.

- **Ventas directas.-** La empresa dispondrá de un punto de venta en sus propias instalaciones para vender el producto.
- **Marketing directo.-** La persona encargada de las ventas en la empresa Eco Gift será la encargada de enviar mailing (correo personalizado), al segmento meta para reforzar su intención de compra.
- **Redes sociales.-** La persona de ventas será, asignada a abrir cuentas en las diferentes redes sociales para promocionar los productos de la empresa Eco Gift, como: Facebook, Twitter, Hi5, LinkedIn, MySpace, Orkut, etc.

El número de vendedores que se requerirá en el inicio de las operaciones será de un solo vendedor luego de acuerdo al volumen de ventas el número de vendedores se incrementará.

El perfil del personal de ventas que contratará la empresa Eco Gift es el siguiente.

Para lograr buenos resultados el vendedor debe poseer un conjunto de cualidades que vistos desde una perspectiva integral.

1. **Actitudes.-** La actitud es el conjunto de respuestas que debe tener cuando se encuentra ante determinadas personas, situaciones, lugares y objetos. Entre ellas están

- Compromiso
- Determinación
- Entusiasmo
- Paciencia
- Dinamismo
- Responsabilidad
- Coraje
- Honradez

2. **Habilidades.-** Otra de las cualidades que debe poseer el vendedor está relacionada con las habilidades o conjunto de capacidades y destrezas que necesita tener para desempeñar adecuadamente sus funciones. En ese sentido, existen dos tipos de habilidades que el vendedor debe poseer.

- Habilidades personales
- Habilidades para las ventas

**Conocimientos.-** Otra de las cualidades indispensables que debe tener el vendedor está relacionado con los conocimientos (todo aquello que sabe, conoce y entiende) que son necesarios para que desempeñe apropiadamente sus funciones.

- Conocimiento de la empresa
- Conocimiento del producto
- Conocimiento del mercado

El sueldo del vendedor estará compuesto por el sueldo básico más el 0,03% de comisiones sobre las ventas efectuadas.



#### **4.4. Política de servicio al cliente y garantías**

La garantía que va a ofrecer la empresa Eco Gift, son derechos adicionales que voluntariamente va a ofrecer:

- Las cajas y fundas de regalo no tendrán fallas de elaboración
- El material para elaboración de las cajas y fundas de regalo es reciclado.
- La garantía de uso es de 6 meses.

La empresa Eco Gift va a ofrecer formación a sus clientes sobre el uso de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

- Apoyo y asesoría al cliente,
- Responder a las necesidades de los clientes,
- Garantía de uso de los productos

Porque el medio más económico para lograr la diferenciación y aumentar las ventas es el servicio al cliente.

Se va a verificar la calidad del producto mediante llamadas de post venta a los clientes para conocer el grado de satisfacción.

En el servicio ofrecido, por la venta de cajas y fundas de regalo se va a poner énfasis en la calidad transmitida que incluye: confiabilidad, seguridad, atención personalizada.

El proceso que se va a seguir en la atención a los clientes va a ser el siguiente:

- 1) Ser amable y cortés,
- 2) Pedir disculpas, no discutir,
- 3) Pedir retroalimentación para no perder el rumbo,
- 4) Ser flexible,
- 5) Decir siempre que sí,
- 6) Prometer poco, entregar mucho,

7) Documentar las fallas del servicio.

Para la medición del servicio, se utilizará un buzón de satisfacción del cliente, a la salida de las instalaciones de la empresa Eco Gift.

#### **4.5. Promoción y publicidad**

La promoción de la empresa Eco Gift, se la realizará con el fin de informar, persuadir y recordar a los clientes sobre las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

La mezcla de promoción tiene 4 partes: la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y las ventas personales.

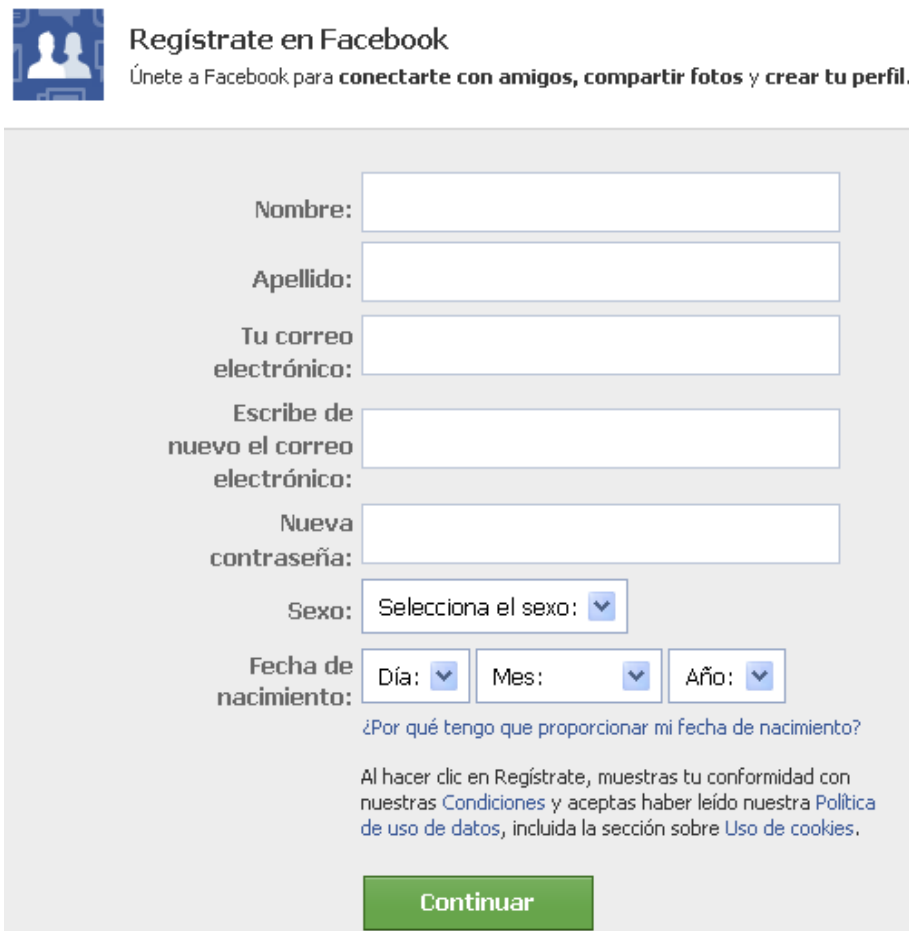
##### **4.5.1. Publicidad**

Será una comunicación no personal, por la empresa Eco Gift, en un medio de comunicación masivo como es el Internet y el correo electrónico (mailing); en el que expondrá:

Productos:	Cajas (elaboradas con papel reciclado)
	Fundas de regalo (elaboradas con papel reciclado)
Costo:	Cajas        \$ 2,9
	Fundas       \$ 2,9
Descuentos por volumen:	10%
Premios:	Por compras al por mayor
Pedidos:	Email: <a href="mailto:empresagift@hotmail.com">empresagift@hotmail.com</a>
Contacto:	Gabriela Guzmán
	Johanna Sánchez

#### 4.5.1.1. Publicidad en Facebook

Para realizar la publicidad se creará una página en Facebook para la empresa Eco Gift en la cual se accede a [facebook.com/pages](https://facebook.com/pages) y se hace clic sobre el botón “crear una página”. A continuación se accede a una pantalla en la que se tendrá que elegir la categoría de la página que quieres crear; compañía, marca y producto.



**Regístrate en Facebook**  
 Únete a Facebook para **conectarte con amigos, compartir fotos y crear tu perfil.**

Nombre:

Apellido:

Tu correo electrónico:

Escribe de nuevo el correo electrónico:

Nueva contraseña:

Sexo:

Fecha de nacimiento:

¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

Al hacer clic en Regístrate, muestras tu conformidad con nuestras [Condiciones](#) y aceptas haber leído nuestra [Política de uso de datos](#), incluida la sección sobre [Uso de cookies](#).

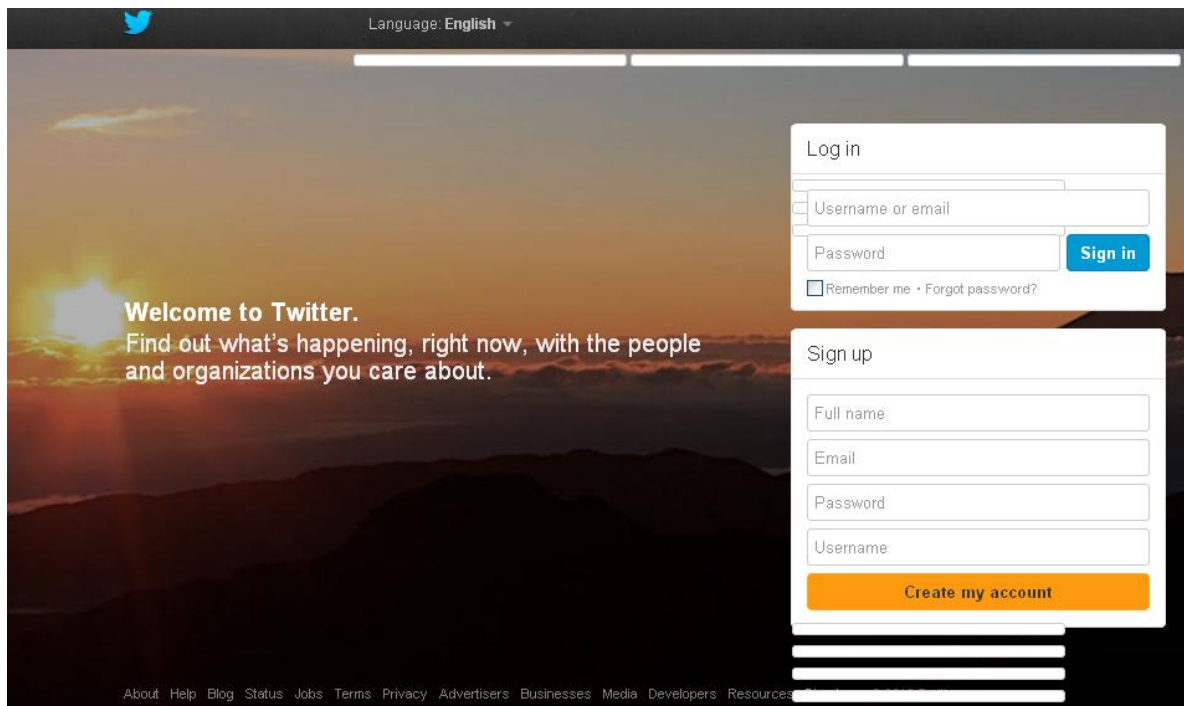
**Continuar**

**Figura 4-2 Red Social "Facebook"**

**Fuente: Facebook**

#### 4.5.1.2. Publicidad en Twitter

En [www.twitter.com](http://www.twitter.com) hay que clicar sobre Get Started para entrar en el mundo del microblogging. Sólo pedirá una cuenta de e-mail válida de la empresa Eco Gift y elegir un nombre de usuario.



**Figura 4-3** Página en Twitter

**Fuente:** Página de Twitter

#### 4.5.1.3. Correo directo

Otra forma de hacer publicidad será enviando información publicitaria por correo electrónico, un folleto publicitario, que podrá ir acompañado de una carta personalizada del gerente de la empresa Eco Gift. Tanto el folleto como la carta serán creaciones publicitarias que demuestran los beneficios o ventajas de la utilización de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

#### 4.5.2. Promoción

La promoción de ventas de la empresa Eco Gift va a comprender un amplio espectro de actividades, como:

- Patrocinios de eventos inherentes al reciclaje,
- Concursos ecológicos,
- Exposiciones comerciales o industriales,
- Exhibiciones en boutiques de regalos, almacenes y centros comerciales,
- Reembolsos de productos defectuosos,

- Entrega de muestras a potenciales clientes,
- Premios,
- Descuentos y,
- Cupones.

#### **4.5.3. Relaciones públicas**

En las relaciones públicas se va a cultivar buenas relaciones con empresarios y funcionarios del sector privado y público respectivamente, para entablar una serie de relaciones de amistad que permitan el lobby de negocios entre la empresa Eco Gift y ellos.

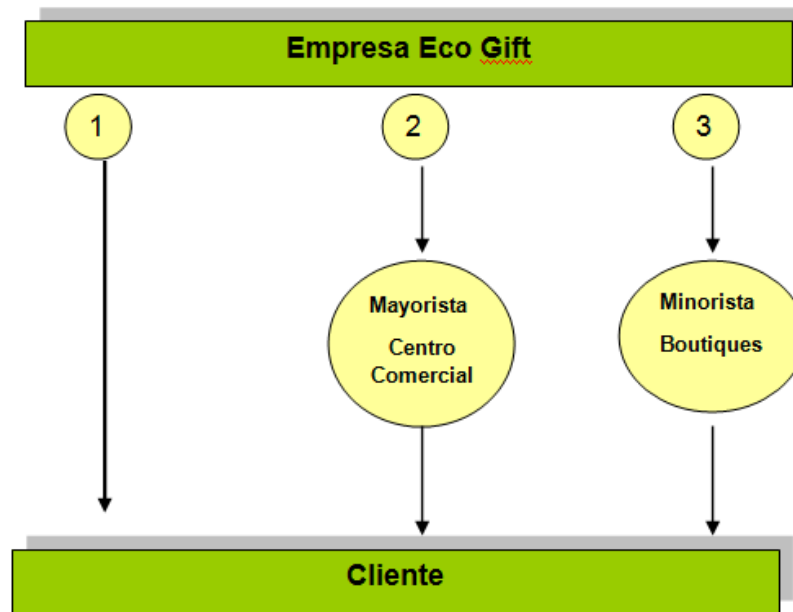
#### **4.5.4. Ventas personales**

Será la presentación directa de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado a un cliente potencial por el gerente de la empresa Eco Gift que lo vende a la industria que utiliza cajas y fundas. La venta personal tendrá lugar cara a cara o por teléfono y podrá dirigirse a una persona de negocios o a un consumidor final que tenga la el deseo y/o necesidad de cajas y fundas de regalo.

#### **4.6. Distribución**

Las posibilidades que tiene la empresa Eco Gift para distribuir sus productos son múltiples, pero básicamente va a utilizar los siguientes canales de distribución:

- 1) Vender directamente al cliente final.
- 2) Vender a través de mayoristas
- 3) Vender a través de minoristas



**Figura 4-4 Distribución**

**Fuente: Canales de distribución de la empresa Eco Gift**

Se puede ver claramente la diferencia entre los tres tipos de canales de distribución que se utiliza la empresa Eco Gift para que lleguen las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. Además es importante definir claramente las tareas y responsabilidades de cada uno de los integrantes del canal, como son:

- Las Condiciones de pagos
- Los precios
- El transporte del producto
- Almacenamiento- bodegaje
- Seguridad del producto
- Empaque
- Promoción
- Créditos
- Condiciones de entrega, Etc.

## CAPÍTULO V

### PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

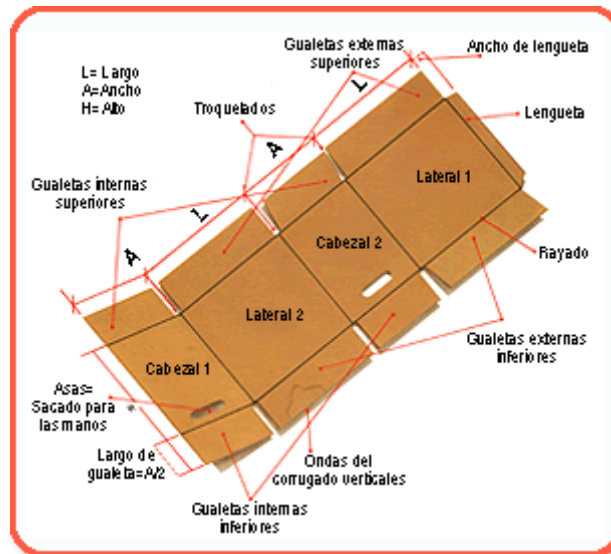
En este capítulo se detalla el proceso que implica la producción de las cajas y fundas de papel reciclado. Además se describe la estrategia, el ciclo de operaciones, procesos, instalaciones, equipos y herramientas, localización geográfica y requerimiento del espacio físico, capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios.

#### 5.1. Estrategia de operaciones

Las partes principales, características técnicas y funcionales de las cajas y fundas de regalo se enuncian a continuación:

##### Partes principales:

- **Paredes.-** Se le denomina paredes a cualquier cara de una caja, excepto la tapa o el fondo. Las dos paredes de área mayor se llaman laterales y las dos de área menor se llaman cabezales.
- **Gualetas.-** Partes de la caja que se doblan para formar las caras correspondientes a la tapa y el fondo. Las gualetas de los cabezales, por doblarse primero, se llaman internas. Las gualetas de los laterales, por doblarse sobre las gualetas de los cabezales, se llaman gualetas externas.
- **Lengüeta.-** Extensión, de corte especial, en una o dos paredes extremas de la caja, para ser pegada o cosida (corchetada) a la otra pared extrema, formando la unión de fabricación de la caja. Puede colocarse por el interior o exterior de la caja. Troquel cortes existentes en la mayoría de las cajas para la formación de las gualetas.
- **Rayado.-** Hendidura, determinada por aplastamiento o por corte intermitente (prepicado), hecho con una lámina especial, con o sin corte, para facilitar el doblado uniforme de la plancha.
- **Unión de fabricación.-** Unión, formada por medio de pegamento o corchetes, en las extremidades de la plancha que forma la caja y/o funda.



**Figura 5-1 Partes de una caja y funda**

#### **Características técnicas:**

- **El Gramaje.-** El cartón se mide generalmente por su gramaje, que es el peso del cartón expresado en  $g/m^2$ : la mayoría del cartón utilizado para fabricar envases tiene un gramaje de  $160 g/m^2$ .
- **Grosor.-** El grosor es la distancia entre las dos superficies de la lámina de cartón y se mide en milésimas de milímetro. Los envases de cartón van a tener  $350 \mu m$  de grosor.
- **Densidad y calibre.-** La densidad del cartón se refiere al grado de compactación del material y se mide en  $kg/m^3$ . En la práctica, se sustituye esta característica por el calibre, que expresa la superficie de cartón en metros cuadrados por cada 10 kg de peso. Cuanto menor sea la cifra del calibre, mayor es el grosor del cartón.

En realidad, esta cifra indica la cantidad de hojas de cartón, de tamaño 70 x 100 (centímetros), que conforman 10 kilogramos.

#### **Funcionalidad**

Las cajas y fundas de regalo se utilizan como envases y embalaje de diferentes productos de la industria.

La propia empresa Eco Gift, será quien procese el papel para reciclarlo que servirá como materia prima para las cajas y fundas de regalo.



## 5.2. Ciclo de operaciones

El proceso de reciclado del papel coincide en gran parte, con el proceso de fabricación del papel, con la diferencia de que la materia prima empleada es el residuo de papel.

El proceso de reciclado del papel que servirá como materia prima para cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado es el siguiente:

Se recolecta el papel

- Se separa las fibras vegetales de las impurezas (metales, alambres).
- En una batidora industrial se mezcla el papel trozado con agua templada,
- Se calienta
- Se machaca hasta conseguir una pasta.
- Se seca
- Se separan las impurezas, incluyendo la tinta y se blanquea nuevamente con cloro.

El tiempo estimado en agregar valor es de 10 minutos, por cada unidad de caja y/o funda; los posibles cuellos de botella que se forma es en el terminado y en el control de calidad del producto.

La capacidad máxima de la planta de producción es:

Capacidad instalada	=	200 unidades diarias
Capacidad utilizada	=	150 unidades diarias
% de utilización	=	75%

El tiempo estimado para la entrega de un producto depende del volumen del producto solicitado, pero una orden de producción de 150 unidades de cajas y/o fundas de regalo con base en el papel reciclado se puede entregar en 3 días hábiles. Anexo (Flujogramas)

### 5.3. Requerimientos de equipos y herramientas

Según el flujograma de producción, a continuación se va a determinar los equipos y las herramientas necesarias para el reciclaje del papel.

**Tabla 5-1 Equipos y Maquinaria**

Maquinaria	Capacidad de producción	Valor
Triturado de papel usado	100 kilos/día	\$ 500.00
Prensa compactadora hidráulica	200 m <sup>2</sup> /día	\$ 1,600.00
Licuada industrial	100 litros/ día	\$ 900,00
Secador industrial	100 kilos/día	\$ 600.00
Ollas industriales	100 litros/día	\$ 400

**Fuente: Proformas casas comerciales**

El presupuesto asignado para la adquisición de los equipos y herramientas es de \$ 3.500,00 necesarios para iniciar la actividad productiva.

### 5.4. Instalaciones y mejoras

La empresa Eco Gift realizará una serie de mejoras en las instalaciones que faciliten la actividad productiva de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.



**Figura 5-2 Instalaciones de la empresa Eco Gift**

**Elaborado por: Las autoras**

### 5.5. Localización geográfica y requerimientos de espacio físico

Las instalaciones donde funcionará la empresa Eco Gift es un terreno alquilado de 200 m<sup>2</sup> en el sector de Pomasqui, calle J s/n, en el cual se adecuará la infraestructura necesaria para el funcionamiento.

Área de oficinas	69 m <sup>2</sup>
Área de bodega	18 m <sup>2</sup>
Área de producción	24 m <sup>2</sup>
Área de secado	14 m <sup>2</sup>
Área para la materia prima	22 m <sup>2</sup>
Parqueadero	53 m <sup>2</sup>

El número de empleados que se va a contratar para las diferentes actividades son las siguientes:

Área administrativa

- Un gerente
- Un contador

Area de producción

- Un jefe de producción
- Un supervisor de producción
- Dos obreros

Area de ventas

- Un vendedor

### **5.6. Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios**

El manejo del inventario estará en función de las ordenes de producción; para minimizar costos de manejo y almacenaje; si hay pedidos habrá manejo y almacenaje y sino no habrá.

### **5.7. Aspectos regulatorios y legales**

En razón de que se trata de una actividad industrial, la empresa Eco Gift tendrá que ubicarse fuera del perímetro urbano de la ciudad de Quito, para no contaminar con ruido, aguas servidas y desechos sólidos.

Es necesario contar con un permiso de funcionamiento del Ministerio del Ambiente y un Plan de Manejo Ambiental por parte de la empresa Eco Gift que mitige la actividad productiva en la que se halla inmersa.

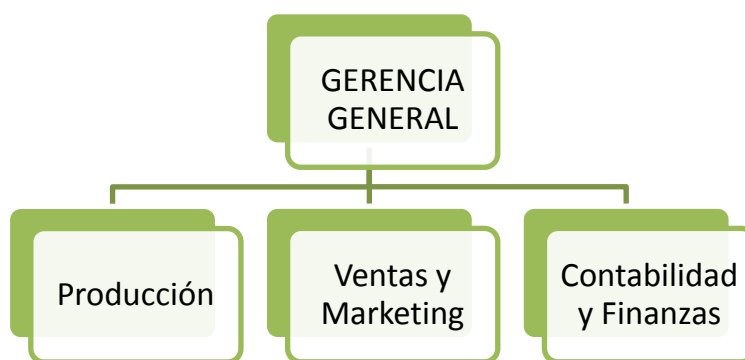
## CAPÍTULO VI

### EQUIPO GERENCIAL

El equipo que conforma la empresa Eco Gift tiene la función de ejecutar el Plan de Negocios que es un factor muy importante para el éxito del negocio.

#### 6.1. Estructura organizacional

##### 6.1.1. Organigrama



**Figura 6-1 Organigrama empresa Eco Gift**

El organigrama refleja la estructura con la que la empresa Eco Gift iniciará sus operaciones; en el consta la gerencia y tres departamentos de producción, ventas y contabilidad y finanzas.

#### 6.2. Personal administrativo clave y sus responsabilidades

##### 6.2.1. Descripción de funciones

###### **CARGO: GERENTE GENERAL**

El Gerente de la empresa Eco Gift actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados en la planificación inicial. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce

autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

**Funciones principales:**

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

**Reporta a:**

Junta de Accionistas

**CARGO: CONTADOR**

Organizar la contabilidad de la empresa con las normas establecidas que se ajusten a las políticas, principios y normas generalmente aceptadas.

**Funciones principales:**

- Desarrollar la contabilidad de la empresa según el sistema contable
- Presentar balances mensuales
- Realizar las transacciones oportunas de tal forma que haya una fluidez en las cuentas bancarias
- Realizar los pagos mensuales y beneficios de nómina de la empresa
- Estudiar los valores que constituyen capital o que intervendrán en las operaciones diarias
- Determinar las cuentas de la empresa y su significado; esto es, elaborar el Plan de Cuentas y preparar el Manual de Instrucciones
- Fijar el sistema adecuado para calcular los precios de costos, reposición y venta, según corresponda.
- Indicar el número de libros, formularios y registros que deben llevarse, las informaciones que deben contener y su utilización
- Estudiar e interpretar los resultados obtenidos
- Depuración de cuentas
- Pago de impuestos y tributos.

**Reporta a:**

Gerente General

**CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN**

Responsable de la planeación, programación y control de la producción, así como de la supervisión del personal a su cargo.

**Funciones principales:**

- Analiza métodos alternativos de producción con la finalidad de determinar el método más eficaz.

- Recepción de la materia prima midiendo la calidad de la misma.
- Controla el inventario, a través de la programación de actividades.
- Controla tiempo y movimientos de trabajo
- Realiza el control de calidad del producto terminado, rechazando productos defectuosos.
- Ejerce control de costos fijos y variables, mano de obra y de los costos indirectos.
- Se encarga de la planificación de las órdenes de producción del producto.

**Reporta a:**

Gerente General

**CARGO: SUPERVISOR**

El supervisor tiene a su cargo el manejo del departamento de producción dentro del que se incluye la planeación y control de la producción, así como también brindar servicio de mantenimiento a los equipos. Tiene total autoridad en el manejo del personal a su cargo en el área de producción.

**Funciones principales:**

- El supervisor de producción es el encargado de realizar la planificación de las actividades y tareas y de la entrega a tiempo de las ordenes de producción.
- Planifica los tiempos y movimientos de cada uno de los procesos de producción.
- El supervisor de producción se encarga de la supervisión del trabajo que desarrollan los obreros de producción.
- Es el responsable de resolver los problemas derivados de la producción.

**Reporta a:**

Gerente General



**CARGO: OBREROS (2)**

Es el responsable de la producción de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado, almacenamiento y entrega del producto.

**Funciones principales:**

- Tiene la responsabilidad del cumplir el trabajo asignado en el tiempo establecido, bajo las condiciones establecidas en el área de producción, siempre con calidad y optimizando el uso de la materia prima e insumos.

**Reporta a:**

Supervisor de producción

**CARGO: VENDEDOR**

Tiene autoridad parcial en el manejo de las ventas dentro de la razonabilidad del negocio. Tiene la libertad para negociar con los clientes y otorgar crédito tomando en cuenta ciertos criterios como: el financiamiento a clientes, el tiempo, el monto de la venta y los descuentos si los hubiera.

**Funciones principales:**

- Es el responsable de identificar los prospectos en el mercado
- Es el responsable de establecer el contacto y de realizar la venta al cliente
- Es el responsable de detectar los deseos y necesidades del cliente.
- De cumplir su cuota de ventas mensual
- De ampliar la participación del mercado de la empresa.

**Reporta a:**

Gerente General

**6.3. Compensación a administradores y propietarios**

Toda política salarial es dinámica porque tiene que ir cambiando de acuerdo a las diferentes circunstancias que se pueden presentar dentro y fuera de la empresa Eco Gift.

## Anexo 3 Rol de Pagos ECO GIFT

### **6.4. Política de empleo y beneficios**

El objetivo de estas políticas, es establecer los lineamientos bajo los cuales se debe realizar la contratación de personal de la empresa Eco Gift.

- Presentar solicitud de empleo, en el formato que proporcione la empresa Eco Gift.
- Ser ciudadano ecuatoriano en pleno goce y ejercicio de sus derechos civiles y políticos;
- Tener residencia en la ciudad de Quito;
- No tener antecedentes penales por delitos intencionales;
- Presentar certificado médico expedido por institución pública;
- Cumplir con los requisitos establecidos para el puesto correspondiente;
- No estar inhabilitado por la Contraloría General del Estado;
- Presentar curriculum vitae con la documentación comprobatoria;
- No estar afiliado a ningún partido político;
- No haber sido dirigente nacional, estatal o municipal de partido político, en los tres años inmediatos anteriores;
- Presentar copia certificada del acta de nacimiento;
- Presentar copia de la cédula de identidad y de la papeleta de votación y
- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables.

En cuanto a los beneficios sociales son los que estipula la ley, para los empleados del sector privado.

### **6.5. Derechos y restricciones de accionistas e inversores**

Según el artículo 114 de la ley de compañías, los accionistas e inversionistas poseen los siguientes derechos y restricciones (Superintendencia de compañías, 2012)

- A intervenir, a través de asambleas en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario.

- A percibir los beneficios que le correspondan, o prorrata a la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias.
- A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe.
- A no ser obligados al aumento de su participación social.
- A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercerá a prorrata de las participaciones que tuviere.
- A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente ley.

#### **6.6. Equipo de asesores y servicios**

La empresa requerirá en el futuro de un ingeniero mecánico para el desarrollo e investigación de nuevas tecnologías. También, será necesario que esta persona conozca detalladamente el funcionamiento de cada máquina utilizada por la empresa.

## **CAPÍTULO VII**

### **CRONOGRAMA GENERAL**

En este capítulo se van a identificar todas las actividades necesarias para poner el negocio en marcha.

#### **7.1. Actividades para poner el negocio en marcha**

Para poder iniciar con las actividades de la empresa, se ha elaborado un listado de actividades que se llevarán a cabo en 12 meses, tiempo en que la empresa podrá iniciar sus operaciones y ejecutarlas. Las actividades son las siguientes:

- Realizar plan de negocios para la producción y comercialización de cajas y fundas de regalo con base a papel reciclado.
- Constitución de la empresa Eco Gift
- Obtención del RUC
- Obtención de permisos de funcionamiento
- Contrato de arrendamiento del terreno
- Adecuación de la planta de producción
- Establecer proveedores fijos de papel
- Compra de la maquinaria y equipos
- Compra de muebles y enseres
- Compra de suministros de oficina
- Compra de equipos de computación
- Diseñar la página web de la empresa
- Contratación del personal necesario para iniciar sus operaciones
- Capacitación del personal
- Inducción al funcionamiento de la maquinaria
- Indicaciones generales y específicas de la elaboración de los productos
- Diseño de estrategias de marketing
- Instrucciones al equipo de ventas sobre ventas esperadas mensuales.
- Inauguración.

## 7.2. Diagrama de Gantt

Tabla 7-1 Diagrama de Gantt

No.	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA GENERAL															
		1ª Mes				2º Mes				3º Mes				4º Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Realizar plan de negocios para la producción y comercialización de cajas y fundas de regalo.	■															
2	Constitución de la empresa Eco Gift.		■														
3	Obtención del RUC.			■													
4	Obtención de permisos de funcionamiento.			■													
5	Contrato de arrendamiento del terreno.				■												
6	Adecuación de la planta de producción.					■											
7	Establecer proveedores fijos de papel.					■											
8	Compra de la maquinaria y equipos.						■										
9	Compra de muebles y enseres.						■										
10	Compra de suministros de oficina.							■									
11	Compra de equipos de computación.							■									
12	Diseñar la página web de la empresa.								■								
13	Contratación del personal necesario para iniciar sus operaciones.									■							
14	Capacitación del personal.										■						
15	Inducción al funcionamiento de la maquinaria.										■						
16	Indicaciones generales y específicas de la elaboración de los productos.										■						
17	Diseño de estrategias de marketing.											■					
18	Instrucciones al equipo de ventas sobre ventas esperadas mensuales.											■					
19	Inauguración.												■				

### 7.3. Riesgos imprevistos

Si las actividades principales reflejadas en el diagrama de Gantt no funcionaran, se retrasarán todas las actividades siguientes a está. Ello implica desfases de tiempo en las siguientes actividades, lo que repercutirá en la liquidez de la empresa. A continuación se ha elaborado una tabla de posibles riesgos y los planes de contingencia a seguir si se producen estos cambios inesperados para la empresa Eco Gift.

**Tabla 7-2 Riesgos e Imprevistos**

Riesgo	Plan de Contingencia
Insuficiente disponibilidad de terrenos en la población de Pomasqui.	Se procederá a buscar terrenos disponibles en la población de Guayllabamba, y mitad del mundo.
Inestabilidad económica del país	Se revisará el plan de ventas junto con el jefe de producción para establecer una política de reducción de costos sin alterar entrega a clientes.
Inflación	Disminuir costos, y mantener precios competitivos aunque los flujos de caja en valor real sean cada vez menores.

## **CAPÍTULO VIII**

### **RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS**

En este capítulo se visualizará los riesgos críticos y los supuestos para la realización del “Plan de Negocios” en la elaboración y comercialización de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

#### **8.1. Supuestos y criterios utilizados**

Los supuestos sobre los que se ha construido el “Plan de Negocios” son los siguientes:

- Se estima las ventas proyectadas anualmente en \$ 104,400.00,
- El tamaño del mercado objetivo es de
- El crecimiento esperado de las ventas anualmente es de un 7%
- El número de personas necesarias par la producción son 3 (1 supervisor y 2 obreros).
- Los canales de distribución utilizados son 3: distribución directa, distribución mayorista y distribución minorista.
- La obtención de permisos
  - Permiso de funcionamiento (patente municipal)
  - Permiso del cuerpo de bomberos
  - Permiso del Ministerio del Medio Ambiente
  - Permiso de rotulación
- Autorización tributaria
  - Obtención del RUC.

#### **8.2. Riesgos y problemas principales**

El éxito de la implementación del “Plan de Negocios” va a depender de la habilidad del equipo emprendedor para identificar los riesgos y problemas que puedan surgir en cada una de las fases del plan y de acciones correctivas en caso de desviaciones.

Los riesgos internos y externos que puede enfrentar la empresa Eco Gift en su actividad productiva se enuncian a continuación:

**Tabla 8-1 Riesgos y problemas**

<b>Riesgos y problemas que puede enfrentar la empresa Eco Gift</b>	
<b>Riesgos y problemas internos</b>	<b>Riesgos y problemas externos</b>
Salida de personal calificado de la empresa	Regulaciones y control gubernamental
Riesgo de iliquidez	Cambios en la política tributaria
Subida del costo de la materia prima	Inflación alta
Daño en la maquinaria	Inestabilidad política del país.
Cambios en la tecnología	La reacción de la competencia

El plan de contingencia para evitar estos riesgos y problemas en la empresa Eco Gift es la toma de decisiones eficaces.

**Tabla 8-2 Estrategias**

<p><b>Riesgos y problemas internos:</b></p> <p>Salida de personal calificado de la empresa.</p> <p>Riesgo de iliquidez</p> <p>Subida del costo de la materia prima</p> <p>Daño en la maquinaria</p> <p>Cambios en la tecnología</p>	<p><b>Estrategias:</b></p> <p>Incentivos y capacitación al personal</p> <p>Crédito solo a un mes</p> <p>Disminución de desperdicios</p> <p>Mantenimiento preventivo</p> <p>Actualización de la maquinaria</p>
<p><b>Riesgos y problemas externos:</b></p> <p>Regulaciones y control gubernamental</p> <p>Cambios en la política tributaria</p> <p>Inflación alta</p> <p>Inestabilidad política del país</p> <p>La reacción de la competencia</p>	<p>Cumplir con las leyes y reglamentos</p> <p>Pago puntual de impuestos</p> <p>Toma de decisiones eficaces</p> <p>Decisiones a corto plazo</p> <p>Diferenciación del producto.</p>



## CAPÍTULO IX

### PLAN FINANCIERO

Un plan financiero es un informe de las acciones e emprender en el futuro por parte de la empresa Eco Gift.

#### 9.1. Inversión inicial

##### 9.1.1. Inversión en activos fijos

Las inversiones fijas “son las compras en activos realizadas con el fin de garantizar su funcionamiento inicial” (Murcia, 2009. p. 272). Está inversión se realizará una sola vez durante la etapa de instalación y se utilizará a lo largo de su vida útil.

Los componentes del capital fijo tangible comprenden los vehículos, la maquinaria y equipos, utensilios y accesorios, equipos de computación, equipos de oficina y los muebles y enseres.

Es necesario anotar en este apartado que no se considera inversión en vehículos, terrenos, solo una obra civil en adecuaciones; puesto que se decidió la opción de tomar la planta de producción y las oficinas en donde funcionará la empresa Eco Gift solo en arrendamiento.

**Tabla 9-1 Inversión fija**

<b>COSTO</b>	<b>TOTAL USD.</b>
Maquinaria y Equipo	9.129,00
Utensilios y Accesorios	306,00
Equipos de Computación	1.938,00
Equipos de Oficina	387,60
Muebles y Enseres	571,20
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>12.331,80</b>

A continuación se detallan cada uno de los componentes que conforman el activo fijo de la empresa Eco Gift.

**Tabla 9-2 Maquinaria y equipo**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Trituradora de papel usado	Unidad	2	500,00	1.000,00
Prensa compactadora hidráulica	Unidad	2	1.600,00	3.200,00
Licuada industrial	Unidad	2	650,00	1.300,00
Secador industrial	Unidad	2	1.000,00	2.000,00
Ollas industriales	Unidad	3	400,00	1.200,00
Mesas metálica de trabajo	Unidad	2	125,00	250,00
<b>SUBTOTAL</b>				8.950,00
2% Imprevistos				179,00
<b>TOTAL</b>				<b>9.129,00</b>

**Tabla 9-3 Utensilios y accesorios**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Balanza metálica	Unidad	1	150,00	150,00
Recipientes de plástico	Unidad	2	35,00	70,00
Tachos de basura industrial	Unidad	2	25,00	50,00
Lavacaros	Unidad	2	15,00	30,00
<b>SUBTOTAL</b>				300,00
2% Imprevistos				6,00
<b>TOTAL</b>				<b>306,00</b>

Tabla 9-4 Equipos de computación

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	Unidad	2	850,00	1.700,00
Impresora multifunción	Unidad	2	100,00	200,00
<b>SUBTOTAL</b>				1.900,00
2% Imprevistos				38,00
<b>TOTAL</b>				1.938,00

Tabla 9-5 Equipos de oficina

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	2	30,00	60,00
Fax	Unidad	1	160,00	160,00
Calculadora	Unidad	2	20,00	40,00
Sumadora	Unidad	2	60,00	120,00
<b>SUBTOTAL</b>				380,00
2% Imprevistos				7,60
<b>TOTAL</b>				<b>387,60</b>

Tabla 9-6 Muebles y enseres

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	2	110,00	220,00
Silla giratoria	Unidad	2	45,00	90,00
Sillas	Unidad	5	18,00	90,00
Archivador	Unidad	2	80,00	160,00
<b>SUBTOTAL</b>				560,00
2% Imprevistos				11,20
<b>TOTAL</b>				<b>571,20</b>

### 9.1.2. Inversión en activos intangibles

“Son los activos intangibles representados por bienes o derechos que permiten reducir costos de operación o mejorar la calidad o aceptación del producto, usar, disfrutar o explotar un bien, por un período limitado, inferior a la duración de la actividad de la persona moral” (Martín, 2006, p.160).

Este grupo tienen las características de que incluye valores intangibles, es decir está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en lapso de tiempo se convertirán en gastos.

**Tabla 9-7 Inversión en activos intangibles**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL USD.</b>
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	885,00
Gasto de patentes	425,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.760,00</b>

A continuación se exponen los diferentes rubros que se encuentran dentro de los activos diferidos.

**Tabla 9-8 Gastos de puesta en marcha**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO USD.</b>
Capacitación al personal	450,00
<b>TOTAL</b>	<b>450,00</b>

**Tabla 9-9 Gastos de organización**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO USD.</b>
Honorarios de abogado	600,00
Notario	200,00
Inscripción Registro Mercantil	60,00
Publicación Registro Oficial	25,00
<b>TOTAL</b>	<b>885,00</b>

**Tabla 9-10 Gasto de patentes**

CONCEPTO	COSTO USD.
Permiso Municipal	225,00
Derechos de patente	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>425,00</b>

### 9.1.3. Capital de trabajo

“El capital de trabajo es el recurso financiero requerido para las operaciones del proyecto, de acuerdo con el programa de acción” (Murcia, 2009, p. 273).

El capital de trabajo también se puede calcular teniendo en cuenta el ciclo producción – venta – cobro – pago. La determinación del capital de trabajo se describe a continuación:

**Tabla 9-11 Capital de trabajo**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
Compras y Materia Prima	534,48
Materiales Directos	994,50
Mano de Obra Directa	829,34
<b>TOTAL</b>	<b>2.358,32</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	
Mano de Obra Indirecta	408,00
Insumos	335,57
Mantenimiento	39,33
Gastos Administrativos	3.350,19
Gasto de Ventas	1.237,34
Seguro	195,05
<b>TOTAL</b>	<b>5.565,47</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>7.923,79</b>

## 9.2. Fuentes de ingresos

### 9.2.1. Ingresos

Los ingresos están dados por las operaciones que realiza la empresa en la venta y comercialización de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado a los diferentes boutiques, almacenes y centros comerciales de la ciudad de Quito, esto es cuantificable en un determinado período de tiempo, y se relaciona directamente con el volumen de ventas.

El precio de producción por 1 caja y/o funda de regalo con base en el papel reciclado es de USD. 2,71 más una utilidad del 7%, da como resultado un precio de venta de USD. 2,90.

**Tabla 9-12 Ingresos proyectados**

INGRESOS PROYECTADO					
AÑOS: 2012– 2016					
VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Unidades producidas	36.000,00	39.240,00	42.771,00	46.620,00	50.815,00
Precio Unitario	2,90	2,90	2,90	2,90	2,90
<b>Total Ingresos</b>	<b>104.562,34</b>	<b>113.972,95</b>	<b>124.228,77</b>	<b>135.408,22</b>	<b>147.592,64</b>

## 9.3. Costos fijos y variables

### 9.3.1. Costos variables

Es aquel costo que tiene relación directa con el volumen de producción, es decir si se incrementa la producción, el costo aumenta.

De acuerdo a la naturaleza de los costos variables se tiene los siguientes:

### a.- Compras de Materia Prima

Son aquellos que intervienen en el proceso de producción y terminan formando parte de la venta final; constituye la base para la producción, en el presente caso está constituido por las compras de materia prima e insumos para la posterior agregación de valor. La inversión de este rubro es de 6,413.76 USD, anual, según consta en el siguiente cuadro:

**Tabla 9-13 Compras de materia prima**

DESCRIPCIÓN	Costo Unitario (kg)	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Papel usado	12,000	6.000,00	500,00
Cloro	24,00	288,00	24,00
SUBTOTAL	36,00	6.288,00	524,00
2% imprevistos		125,76	10,48
<b>TOTAL</b>		<b>6.413,76</b>	<b>534,48</b>

### b.- Materiales Indirectos

Son aquellos materiales que forman parte del proceso productivo, así se tiene el siguiente rubro que corresponde a la cantidad de 11,934.00 USD, anuales.



**Tabla 9-14 Materiales indirectos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Costo por unidad</b>	<b>Cantidad por mes</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Etiquetas	0,05	3.000	150,00	1.800,00
Cordones para fundas	0,45	1.500	675,00	8.100,00
Cintas para cajas	0,10	1.500	150,00	1.800,00
SUBTOTAL			975,00	11.700,00
2% Imprevistos			19,50	234,00
<b>Total Insumos</b>			<b>994,50</b>	<b>11.934,00</b>

Las etiquetas, cordones para fundas y las cintas para las cajas son considerados materiales indirectos ya que son parte del proceso de producción de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

**c.- Mano de Obra Directa.**

La mano de obra directa para la empresa Eco Gift, se encuentra determinada por el personal requerido que participa en el proceso productivo, ese rubro es 9.952,03 USD, anuales.

**Tabla 9-15 Mano de obra directa**

DETALLE	Pago mensual (2 operarios)	VALOR ANUAL
Operarios	813,07	9.756,89
SUBTOTAL	813,07	9.756,89
2% Imprevistos	16,26	195,14
<b>Total</b>	<b>829,34</b>	<b>9.952,03</b>

**d.- Insumos.**

Para la producción de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado son indispensables los insumos para apoyar los procesos de producción y comercialización, como: agua potable, energía eléctrica, teléfono, el monto que implica este rubro es de 4,026.84 USD, anuales.

**Tabla 9-16 Insumos**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m <sup>3</sup>	70	840	42,47	509,64
Luz Eléctrica	Kilo watts	2.500	30.000	179,41	2.152,92
Teléfono e Internet	Minutos	4.000	48.000	107,11	1.285,32
SUBTOTAL				328,99	3.947,88
2% Imprevistos				6,58	78,96
<b>TOTAL</b>				<b>335,57</b>	<b>4.026,84</b>

**9.3.2. Costos fijos**

Son aquellos que no guardan relación directa con el volumen de producción de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. El monto total

permanece constante a través del tiempo, es decir, produzca o no las cajas y fundas de regalo, la empresa Eco Gift., tendrá que incurrir a estos costos.

**a.- Mano de Obra Indirecta.**

Está dada por aquellos trabajadores que apoyan los procesos productivos en actividades de supervisión, vigilancia, limpieza, mantenimiento. El rubro de mano indirecta es de 4.896,00 USD anual.

**Tabla 9-17 Mano de obra indirecta**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Supervisor	400,00	2.400,00	4.800,00
Subtotal	400,00	2.400,00	4.800,00
2% Imprevistos	8,00	48,00	96,00
<b>TOTAL</b>	<b>408,00</b>	<b>2.448,00</b>	<b>4.896,00</b>

**b.- Reparación y mantenimiento.**

Este valor está dado en función de de los activos fijos que dispone la empresa Eco Gift.

Tabla 9-18 Reparación y mantenimiento

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	9.129,00	3%	22,82	273,87
Construcción (adecuación)	9.690,00	1%	8,08	96,90
Equipos de computación	1.938,00	4%	6,46	77,52
Equipos de oficina	387,60	1,5%	0,48	5,81
Muebles y Enseres	571,20	1,5%	0,71	8,57
Subtotal			38,56	462,67
2% Imprevistos			0,77	9,25
<b>TOTAL</b>			<b>39,33</b>	<b>471,93</b>

### c.- Seguros.

La seguridad y la garantía de la inversión en activos fijos son medidas que se deben tomar con la contratación de seguros para prevenir desastres provocados y/o naturales, para garantizar la inversión de la empresa Eco Gift.

Tabla 9-19 Seguros

CONCEPTO	VALOR INICIAL	COSTO PRIMA	SEGURO MENSUAL	SEGURO ANUAL
Maquinaria y Equipos	9.129,00	6,00%	163,36	1.960,36
Utensilios y Accesorios	306,00	3,00%	3,29	39,42
Equipos de Computación	1.938,00	4,50%	18,33	220,01
Equipo de Oficina	387,60	2,00%	4,89	58,69
Muebles y Enseres	571,20	2,00%	5,18	62,14
<b>TOTAL</b>			<b>195,05</b>	<b>2.340,61</b>

**d.- Depreciación.**

Estimación del desgaste o pérdida del valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficientes.

Tabla 9-20 Depreciación de los activos fijos

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>DEPRECIACION COSTO:</b>				
Maquinaria y Equipos	9.129,00	10,00%	10	912,90
Utensilios y Accesorios	306,00	10,00%	10	30,60
Total Depreciación Costo				943,50
<b>DEPRECIACION GASTO:</b>				
Equipos de Computación	1.938,00	33,33%	3	646,00
Equipo de Oficina	387,60	10,00%	10	38,76
Muebles y Enseres	571,20	10,00%	10	57,12
Total Depreciación Gasto				741,88
<b>TOTAL</b>				<b>1.685,38</b>

Se ha separado la depreciación para un adecuado cálculo del costo de las cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado y los gastos de operación de la empresa Eco Gift.

### e.- Amortización.

Es la pérdida de valor de un activo financiero por medio de su pago, es aplicable para los activos diferidos, es decir los activos intangibles que constituyen parte integrante del proyecto.

**Tabla 9-21 Amortización**

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	450,00	20%	5	90,00
Gastos de Organización	885,00	20%	5	177,00
Gastos de Patentes	425,00	20%	5	85,00
<b>TOTAL</b>				<b>352,00</b>

### 9.3.3. Gastos

#### 9.3.3.1. Gastos administrativos

Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el cumplimiento de las actividades administrativas generales de la empresa Eco Gift, es decir, la operación general de la misma.

Tabla 9-22 Gastos administrativos

<b>GASTOS PERSONALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Propietario - Gerente	1	1.253,03	7.518,15	15.036,30
Contador	1	626,51	3.759,08	7.518,15
	0	0,00	0,00	0,00
Jefe de producción	1	904,96	5.429,78	10.859,55
	0	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL PERSONAL</b>		<b>2.784,50</b>	<b>16.707,00</b>	<b>33.414,00</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Suministros de Oficina		100,00	600,00	1.200,00
Arriendo	1	400,00	2.400,00	4.800,00
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>500,00</b>	<b>3.000,00</b>	<b>6.000,00</b>
2% Imprevistos		65,69	394,14	788,28
<b>TOTAL</b>		<b>3.350,19</b>	<b>20.101,14</b>	<b>40.202,28</b>

#### 9.3.3.1.1. Gastos de ventas

Son aquellos desembolsos relacionados con la logística de las ventas, tanto la publicidad y propaganda necesarias para la venta y comercialización de las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.



Tabla 9-23 Gastos de comercialización

<b>GASTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR SEMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>GASTOS PERSONALES</b>				
Vendedor	1	813,07	4.878,44	9.756,89
<b>Total Personal</b>		<b>813,07</b>	<b>4.878,44</b>	<b>9.756,89</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>				
Promoción	1 set	100,00	600,00	1.200,00
Propaganda	1 set	300,00	1.800,00	3.600,00
		0,00	0,00	0,00
<b>Total Generales</b>		<b>400,00</b>	<b>2.400,00</b>	<b>4.800,00</b>
<b>GASTOS DE DISTRIBUCION</b>				
Gasolina	galones	0,00	0,00	0,00
<b>Total Gastos Distribución</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Subtotal</b>		<b>1.213,07</b>	<b>7.278,44</b>	<b>14.556,89</b>
2% Imprevistos		24,26	145,57	291,14
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>		<b>1.237,34</b>	<b>7.424,01</b>	<b>14.848,03</b>

#### 9.3.3.1.2. Gastos financieros

Son los gastos que se deben incurrir por el préstamo adquirido a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), es decir son los intereses que se han generado por esta operación como resultado del financiamiento.

Tabla 9-24 Gastos financieros

PERIODO	INTERÉS
0	
1	312,15
2	286,81
3	260,31
4	232,60
5	203,64
6	173,35
7	141,70
8	108,60
9	74,00
10	37,82
<b>TOTAL</b>	<b>1.830,97</b>

#### 9.4. Margen bruto y margen operativo

El margen bruto corresponde a los ingresos del negocio menos el costo de ventas correspondiente a dichos ingresos. El margen operativo en cambio se lo obtiene de restar del margen bruto los gastos operacionales.

Tabla 9-25 Margen bruto y margen operativo

RUBROS	1
Ventas Netas	104.562,34
- Costo de Producción	40.978,66
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>63.583,67</b>
- Gastos de Administración	40.202,28
- Gastos de Ventas	14.848,03
- Depreciación	741,88
- Amortización	352,00
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>7.439,49</b>

### 9.5. Estado de resultados actual y proyectado

Una vez que se dispone de la información necesaria se procede a estructurar el estado de resultados, el cual es importante porque representa un detalle ordenado de los ingresos y egresos, con el fin de establecer la utilidad resultante en un período determinado. Lo que demuestra el grado de eficiencia en la administración de los recursos disponibles para las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado.

**Tabla 9-26 Estado de resultados actual y proyectado**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
<b>AÑOS: 2012 – 2016</b>					
<b>EN DÓLARES</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas Netas	104.562,34	113.972,95	124.228,77	135.408,22	147.592,64
- Costo de Producción	40.978,66	44.581,83	48.509,28	52.790,20	57.456,40
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>63.583,67</b>	<b>69.391,12</b>	<b>75.719,49</b>	<b>82.618,03</b>	<b>90.136,24</b>
- Gastos de Administración	40.202,28	43.820,49	47.764,33	52.063,12	56.748,80
- Gastos de Ventas	14.848,03	16.184,35	17.640,94	19.228,62	20.959,20
- Depreciación	741,88	741,88	741,88	95,88	95,88
- Amortización	352,00	352,00	352,00	352,00	352,00
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>7.439,49</b>	<b>8.292,40</b>	<b>9.220,34</b>	<b>10.878,40</b>	<b>11.980,36</b>
- Gastos Financieros	598,96	492,91	376,99	250,30	111,82
<b>= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN</b>	<b>6.840,53</b>	<b>7.799,50</b>	<b>8.843,35</b>	<b>10.628,11</b>	<b>11.868,54</b>
- 15% de Participación Trabajadores	1.026,08	1.169,92	1.326,50	1.594,22	1.780,28
<b>= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>5.814,45</b>	<b>6.629,57</b>	<b>7.516,85</b>	<b>9.033,89</b>	<b>10.088,26</b>
- 25% Impuesto a la Renta	1.453,61	1.657,39	1.879,21	2.258,47	2.522,07
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>4.360,84</b>	<b>4.972,18</b>	<b>5.637,64</b>	<b>6.775,42</b>	<b>7.566,20</b>

## 9.6. Balance general actual

Tabla 9-27 Balance general actual

ACTIVOS		PASIVOS	
<b>Activo Disponible</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Caja Bancos	7.923,79	Préstamo por pagar	6.865,59
		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6.865,59</b>
<b>Activo Fijo</b>			
		<b>PATRIMONIO</b>	
Vehículo	0,00		
Maquinaria y Equipos	9.129,00	Capital Social	<b>15.150,00</b>
Utensilios y Accesorios	306		
Equipos de Computación	1.938,00		
Muebles y Enseres	571,20		
Equipos de Oficina	387,6		
<b>Activo Diferido</b>			
Gastos de puesta en marcha	450,00		
Gastos de organización	885,00		
Gastos de patentes	425,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>22.015,59</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>22.015,59</b>

### 9.7. Estado de flujo de efectivo actual y proyectado

“El flujo de caja es la expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos de caja” (Sapag, 2003, p.15). El análisis financiero de este instrumento contable es importante por cuanto permite determinar el comportamiento de ingresos y egresos de la empresa Eco Gift y del inversionista, es decir el movimiento de efectivo. Para su cálculo se proyecta una serie de cinco años, con el objetivo de realizar los cálculos posteriores del VAN y TIR.

**Tabla 9-28 Estado de flujo de efectivo actual**

Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Participación e impuestos (-)	Repartición Utilidades (-)	Flujo de efectivo (=)
0					22.015,59	6.865,59				15.150,00
1	4.360,84	2.037,38					1.140,35			5.257,86
2	4.972,18	2.037,38					1.246,40			5.763,15
3	5.637,64	2.037,38					1.362,32			6.312,70
4	6.775,42	1.391,38					1.489,02			6.677,78
5	7.566,20	1.391,38					1.627,49			7.330,08

### 9.8. Punto de equilibrio

Para el cálculo de este indicador económico-financiero se debe considerar la siguiente igualdad:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes, mientras que los variables pueden sufrir variaciones dependiendo del nivel de producción o actividad de la empresa Eco Gift.

**Tabla 9-29 Punto de equilibrio**

AÑOS	Ventas Totales	Gastos Fijos	Costos Fijos	Costos Variables	Unidades Producidas	Precio de vta. unitario	Pto. Equilibrio CF+GF/(Pu- CVu)
1	104.562,34	56.743,15	8.652,04	32.326,62	36.000	2,90	32.591
2	113.972,95	61.591,62	9.345,81	35.236,02	39.240	2,90	35.353
3	124.228,77	66.876,14	10.102,02	38.407,26	42.771	2,90	38.364
4	135.408,22	71.989,92	10.926,28	41.863,91	46.620	2,90	41.323
5	147.592,64	78.267,70	11.824,73	45.631,67	50.815	2,90	44.900

## 9.9. Índices financieros

Los índices financieros indican el desempeño de la empresa Eco Gift en el tiempo. Además los índices del negocio pueden diferir dependiendo del tipo de negocio que se quiera construir.

### 9.9.1. Liquidez

Los índices de liquidez miden la capacidad de la empresa Eco Gift para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.

Razón corriente = activos corrientes / pasivos corrientes

$$\text{Razón corriente} = \frac{7.923,79}{6.865,59} = 1.15$$

Razón ácida = (Activos corrientes – inventarios)

$$\text{Razón ácida} = (7.923,79 - 0)$$

Razón ácida = 7.923,79

### 9.9.2. Rentabilidad

El rendimiento sobre la inversión (ROI), mide las ganancias o pérdidas obtenidas como porcentaje del valor invertido. Esta razón financiera es muy útil para tomar decisiones de inversión en distintos proyectos.

ROI = Rendimiento / Valor promedio invertido

$$\text{ROI} = \frac{4.360,84}{22.015,59} = 0,20$$

El rendimiento sobre los activos (ROA), parte de un principio similar pero calcula la eficiencia de la utilización de los activos de la empresa Eco Gift en la generación de ganancias.

ROA = Utilidad Operacional / Activos totales promedio

$$\text{ROA} = \frac{7.439,49}{22.015,59} = 0,34$$

El rendimiento sobre el patrimonio (ROE) mide el rendimiento proveniente de las utilidades netas como porcentaje del patrimonio promedio.

ROE = Utilidad Neta / Patrimonio promedio

$$\text{ROE} = \frac{4.360,84}{15.150,00} = 0,29$$

### 9.9.3. Desempeño

Estos índices miden la gestión de quien la toma las decisiones con relación al desempeño de las operaciones de la empresa Eco Gift. Dicho de otra manera la efectividad y eficiencia con que la empresa utiliza sus recursos para generar utilidad.

La rotación de inventarios mide la rapidez con que se renuevan las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado que la empresa Eco Gift mantiene en sus bodegas.

Rotación de inventarios = costo de ventas / inventario promedio

$$\text{Rotación de inventarios} = \frac{40.978,66}{0} = 0$$

Para un mejor análisis, se calculan los días que tarda el inventario en venderse. Esto se obtiene dividiendo 365 días para el valor obtenido en el índice de rotación de inventarios.

Rotación de Inv. en días = 365 / rotación de inventarios

$$\text{Rotación de Inv. en días} = \frac{365}{0} = 0$$

La rotación de cuentas por cobrar se refiere a las veces que se renuevan las cuentas por cobrar durante un año.

Rotación de cuentas por cobrar = Ventas / Promedio de cuentas por cobrar

$$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \frac{104.562,34}{0} = 0$$

Al igual que para el inventario, para las cuentas también se debe calcular el número de días que se tarda la empresa Eco Gift en recuadar sus cuentas por cobrar.

## **9.10. Valuación**

### **9.10.1. Valor Actual Neto (VAN)**

Según Murcia , la definición del Valor Actual Neto “de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en



valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto” (Murcia, 2009. p. 309).

La siguiente es su fórmula:

$$VAN = \frac{FNF_1}{(1+i)^1} + \frac{FNF_2}{(1+i)^2} + \frac{FNF_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} - INV$$

De donde:

$VAN = \text{Flujo Neto de Fondos (Ingresos - Egresos)}$

**Tabla 9-30 VAN**

VALOR ACTUAL NETO DE LA EMPRESA ECO GIFT		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-15.150,00	-15.150,00
1	5.257,86	4.320,19
2	5.763,15	3.890,87
3	6.312,70	3.501,82
4	6.677,78	3.043,72
5	7.330,08	2.745,20
<b>TOTAL (VAN)</b>		<b>2.351,79</b>

El VAN es de 2.351,79 USD. Por lo tanto la inversión se considera rentable, tomando como referencia la tasa de oportunidad calculada para el efecto.

### 9.10.2. Tasa Interna del Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero.

La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa” (Murcia, 2009. p.311).

**Tabla 9-31 TIR**

TIR			
Financiero =	28,34%	Económico =	<b>28,77%</b>

La fórmula de interpolación para el cálculo de la TIR es:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[ \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}} \right]$$

*Donde: tm = Tasa menor*

*TM = Tasa mayor*

*VAN m = Valor Neto de la Tasa menor*

*VAN M = Valor Neto de la Tasa mayor*

$$TIR = 28\%$$

La TIR es de 28%, valor que es superior a la tasa de oportunidad lo que indica que el proyecto es factible.

### **9.10.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)**

Este período está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir en donde el flujo acumulado se convierte en positivo a partir de ese momento la empresa Eco Gift, contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto.

Tabla 9-32 PRI

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO EFECTIVO</b>	<b>FLUJO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	-15.150,00	-15.150,00	-15.150,00
1	5.257,86	4.320,19	-10.829,82
2	5.763,15	3.890,87	-6.938,95
3	6.312,70	3.501,82	-3.437,13
4	6.677,78	3.043,72	-393,41
5	7.330,08	2.745,20	2.351,79

Esto indica que el plazo para recuperación de la inversión es al 5to año.

## CAPÍTULO X

### PROPUESTA DE NEGOCIOS

#### 10.1. Financiamiento deseado

Una vez que se ha establecido el plan de inversión a realizarse en la empresa Eco Gift, este se compara contra los recursos disponibles y de esta comparación resulta el plan de financiamiento.

Se cuenta con 68,81% USD de recursos propios y se busca un financiamiento de 31,19% en una entidad bancaria de prestigio y calidad comprobada, como podría ser la Corporación Financiera Nacional (CFN).

#### 10.2. Estructura de capital y deuda buscada

Una vez que la empresa Eco Gift ha determinado la cantidad necesaria, se a establecer la estructura de capital que se busca.

**Tabla 10-1 Estructura de capital**

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	12.331,80	56,01%	39,52%	8.700,00	16,50%	3.631,80
Activos Diferidos	1.760,00	7,99%	4,54%	1.000,00	3,45%	760,00
Capital de Trabajo	7.923,79	35,99%	24,76%	5.450,00	11,24%	2.473,79
<b>Inversión Total</b>	<b>22.015,59</b>	<b>100,00%</b>	<b>68,81%</b>	<b>15.150,00</b>	<b>31,19%</b>	<b>6.865,59</b>

#### 10.3. Capitalización

El número de accionistas de la empresa Eco Gift legalmente reconocidos son 2 y son las siguientes:

- Srta. Gabriela Guzmán 50%
- Srta. Johanna Sánchez 50%

#### 10.4. Uso de fondos

El uso que se dará a los fondos procedentes del préstamo va a ser el siguiente:

Activos fijos	3.631,80	16,50%
Activos diferidos	760,00	3,45%
Capital de trabajo	<u>2.473,79</u>	<u>11,24%</u>
<b>Total</b>	<b>6.865,59</b>	<b>31,19%</b>

#### 10.5. Retorno para el inversionista

Es el rendimiento que el inversionista obtendrá al poner su dinero en la empresa Eco Gift. Para ello se calcula el flujo de efectivo disponible del inversionista. Esto es:

$$\begin{aligned}
 & 5.814,45 * ((1-15%)*(1-25%)) \\
 & 5.814,45*(0,85) (0,75) \\
 & 5.814,45 (0,6375) \\
 & 3.706,71 \\
 & - 1.830,97*((1-15%) * (1-25%)) \\
 & - 1.830,97 * (0,85) * (0,75) \\
 & - 1.167,24 \\
 & 3,706,71 \\
 & + 1.093,88 \\
 & - 1.058,20 \\
 & + 6.865,59 \\
 & - 6.865,59 \\
 & - \underline{1.167,24} \\
 & 2.575,15
 \end{aligned}$$

Al flujo obtenido, es necesario traer a valor presente.

$$\text{CPPC} = R_d (1 - T_c) D/V + R_e E/V$$

$$\text{CPPC} = 1.830,97 (1 - 0,093) 6.865,59/22.015,59 + 6.865,59 * 15.150/22.015,59$$

$$\text{CPPC} = (1.830,97) (0,907) (0,312) + (6.865,59) (0,688)$$

$$\text{CPPC} = 518,135 + 4.723,526$$

$$\text{CPPC} = 5.241,66$$

## **CAPÍTULO XI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **11.1. Conclusiones**

- La industria manufacturera, se encuentra en tercer lugar entre los más grandes e importantes al PIB total del país, solo por debajo de los servicios y el comercio.
- Todo emprendimiento que pueden comenzarse a partir del reciclaje admiten cualquier escala de producción, desde el trabajo artesanal de reciclado de papel para la elaboración de cajas, fundas de regalo y obras de arte ecológicas hasta importantes industrias que contemplen la posibilidad de reutilizar componentes desechados en el país.
- Los resultados obtenidos en el estudio de mercado, demuestran que existe una oportunidad de negocios para la actividad productiva de elaboración de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado puesto que se trata de un producto diferenciado que no tiene competencia directa.
- Según el 33% de los encuestados lo que más compran en sus compromisos sociales son los regalos seguido del 29% que compra cajas y fundas de regalo; lo que demuestra un creciente mercado potencial para este tipo de producto.
- Según el 69% de los encuestados la calificación que le dan a la calidad de las cajas y fundas de regalo que vende la competencia en la actualidad es solo buena lo que indica que existe una necesidad insatisfecha por un producto de mejor calidad y ecológico que tenga como base el papel reciclado.
- El método de ventas que se va a aplicar a las cajas y fundas de regalo, de la empresa Eco Gift es la venta directa, marketing directa y la social media (redes sociales).

- El estudio financiero indica que el Plan de Negocios para la elaboración de cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado es viable financieramente puesto que el VAN es 2.351,79 y el TIR es 28%.

### **11.2. Recomendaciones**

- La legislación actual en el país, apunta a que las industrias cumplan con regulaciones cada vez más estrictas para preservar el medio ambiente por lo que la actividad del reciclaje tendrá mayor aceptación en el futuro.
- Una vez analizada todas las variables, se recomienda la implementación del Plan de Negocios lo antes posible, para aprovechar la oportunidad de negocio que ofrece las cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado entre los clientes de la ciudad de Quito.
- La diversificación y la innovación del portafolio de productos se vuelve necesario en los primeros años de funcionamiento de la empresa Eco Gift para captar una mayor participación del mercado.
- El aplicar una adecuada política de capacitación es de gran importancia para la empresa Eco Gift, ya que estos resultados se verán reflejados en un manejo más eficiente de recursos generando productos de mayor calidad y a menores costos.
- En el futuro es necesario iniciar una ampliación del negocio a través de la creación de una sucursal teniéndose el presente estudio como base para el crecimiento y expansión del negocio.
- Se necesitan controles para asegurar la instrumentación del Plan de Negocios para que se realice conforme a lo establecido y evaluar los resultados conseguidos mediante tal plan. Si estos no generan los resultados deseados se deben tomar acciones correctivas para revertir las desviaciones.
- Los organismos gubernamentales del país deben fomentar el emprendimiento privado a través de la creación de un marco legal que contribuya a ofrecer mayor seguridad y competitividad a las empresas ecuatorianas.



## REFERENCIAS

Banco Central del Ecuador (2011): Catálogo de Cuentas PIB. URL <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt63/come67.pdf>. Descargado 08/10/2011.

Direccionamiento Estratégico, Universidad César Vallejo, 2012.

Fred, D. (2008). Conceptos de Administración Estratégica. México. Editorial Pearson Prentice Hall. Décima Primera Edición.

Fundación Natura (2011): Go Green. URL: [www.fnatura.org](http://www.fnatura.org). Descargado 12/10/2011.

Fundación Natura (2011): Go Green. URL: [www.fnatura.org](http://www.fnatura.org). Descargado 09/10/2011 Gestipolis(2012) Estructura Organizacional. URL:

Promonegocios (2012) Plan de marketing. URL: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>  
Descargado 2/4/2012

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. México. Pearson Educación. Octava Edición.

Martín, M. (2006). Impuesto sobre la Renta e Impuesto al Activo. México Editorial Thompson.

Murcia, J. (2009). Proyectos: Formulación y Criterios de Evaluación. Colombia. Primera Edición. Editorial Alfaomega.

Peré, N. (2000). Elaboración y Control de Presupuestos. España. Primera Edición. Editorial Book Print Digital.

Porter, M. (2005). Estrategia competitiva. México. Trigésima Quinta Edición. Editorial Continental.

Reciclaje en el Distrito Metropolitano de Quito (2011): Empleo. URL: [www.infoandina.org/.../HectorValencia\\_RECICLAJE\\_PONENCIA](http://www.infoandina.org/.../HectorValencia_RECICLAJE_PONENCIA)  
Descargado 16/10/2011.

Sapag, N. (2003). "Formulación y Evaluación de proyectos", Ed. Mc Graw Hill, Bogotá.

Staton, Etzel y Walker (2004). Fundamentos de Marketing. México. Editorial Mc Graw Hill.

Superintendencia de Compañías (2011): Legalización de la empresa. URL: [www.supercias.gov.ec/Documentacion/.../instructivo\\_soc.pdf](http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/.../instructivo_soc.pdf) Descargado 7/11/2011

Vásquez, V. (2007). Organización Aplicada. Ecuador. Tercera Edición. Gráficas Vásquez.

# ANEXOS

## Anexo 1

## ENCUESTA

## UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

Estimado encuestado: nuestro nombre es Gabriela Guzmán y Johanna Sánchez somos estudiantes de la Universidad de las Américas, El objetivo de esta entrevista es determinar los gustos y preferencias del consumidor al momento de comprar cajas y fundas de regalo con base en el papel reciclado. Esta encuesta es para fines académicos y todos los datos personales emitidos son de carácter confidencial. Le agradezco su colaboración en esta investigación.

**ENCUESTA DE CAJAS Y FUNDAS DE REGALO CON BASE EN EL PAPEL  
RECICLADO**

Encuesta No.: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_

DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Nombre:			
Domicilio			
Sector:			
Teléfono Fijo/Movil:			
Ciudad: Quito			
E-mail:			
DATOS DE CALIFICACIÓN			
Ocupación:	Profesional ( )	Estudiante ( )	Otro, Cual? _____
Género:	Masculino ( )	Femenino ( )	
Edad:	18 - 24 ( )	23 - 29 ( )	30 - 37 ( ) 38 en adelante ( )

**PREGUNTAS:**

**P1.-** ¿Qué es lo que más compra en sus compromisos sociales? Califique del 1 al 3, siendo 1 el más importante.

Sorpresas	
Regalos	
Cajas y fundas de regalo	
Accesorios	
Otros	

**P2.-** ¿Cada cuanto compra usted, cajas y fundas de regalo?

- |                 |                          |                |                          |
|-----------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Semanalmente    | <input type="checkbox"/> | Cada 6 meses   | <input type="checkbox"/> |
|                 | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Mensualmente    | <input type="checkbox"/> | Una vez al año | <input type="checkbox"/> |
|                 | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Cada tres meses |                          | Otros, Cual?   |                          |
- 

**P3.-** ¿Cuáles son las características en las cuales se fija usted al momento de comprar cajas y fundas de regalo?

- |          |                          |         |                          |
|----------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Ecología | <input type="checkbox"/> | Precio  | <input type="checkbox"/> |
| Calidad  | <input type="checkbox"/> | Marca   | <input type="checkbox"/> |
|          | <input type="checkbox"/> |         |                          |
| Otros:   |                          | Cuáles? | _____                    |

**P4.-** ¿Usted compra cajas y fundas de regalo por? (UNA SOLA RESPUESTA)

Moda

Compromisos sociales

Hobby

Otros  Cuáles? \_\_\_\_\_

**P5.-** ¿En qué lugar compra cajas y fundas de regalo?

Supermercados

Boutiques de regalos

Almacenes

Internet

Otros  Cuáles? \_\_\_\_\_

**P6.-** ¿Qué calificación le daría usted a la calidad de las cajas y fundas de regalo que ha comprado anteriormente? (UNA SOLA RESPUESTA).

Excelente	
Muy buena	
Buena	
Mala	
Muy mala	
Pésima	

**P7.-** ¿Estaría dispuesto a comprar cajas y fundas de regalo en base al papel reciclado?

Si

No

**P8.-** ¿Qué tipo de materiales le gustaría que se usen para la elaboración de la cajas y fundas de regalo?

Papel virgen

Papel reciclado

**P9.-** ¿Cuánto está dispuesto a gastar por cajas y fundas de papel reciclado (UNA SOLA RESPUESTA).

2,70 USD

2,90 USD

3,10 USD

3,50 USD

Otros. Especifique

\_\_\_\_\_

**P10.-** ¿En qué medio de comunicación le gustaría recibir información de cajas y fundas de regalo con base en papel reciclado? (UNA SOLA RESPUESTA).

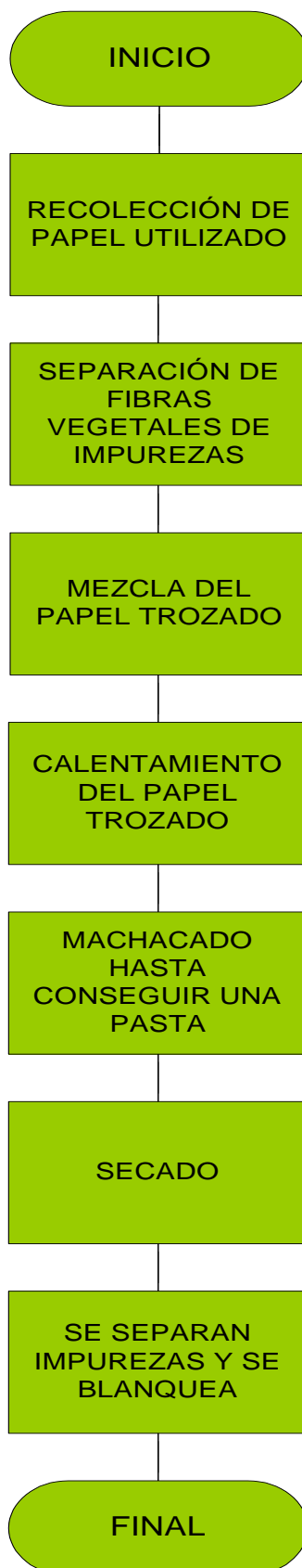
Televisión	
Revistas	
Vallas	
Radio	
Eventos	
Redes Sociales	
Marketing Directo (folletos, correo)	
Ninguna de las anteriores	

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



## Anexo 2

## Flujograma de procesos de cajas y fundas de regalo



## Anexo 3

## ROL DE PAGOS DE LA EMPRESA ECO GIFT

CARGO	Sueldo Básico	No. Empleados	Total	Vacaciones	13er. Sueldo	14to. Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	Total Mensual	Total Anual
Gerente General	900,00	1	900,00	37,49	74,97	56,25	74,97	100,35	4,50	4,50	1.253,03	<b>15.036,30</b>
Contador	450,00	1	450,00	18,74	37,49	28,13	37,49	50,18	2,25	2,25	626,51	<b>7.518,15</b>
Operarios	292,00	2	584,00	24,32	48,65	36,50	48,65	65,12	2,92	2,92	813,07	<b>9.756,89</b>
Jefe de Producción	650,00	1	650,00	27,07	54,15	40,63	54,15	72,48	3,25	3,25	904,96	<b>10.859,55</b>
Vendedor	292,00	2	584,00	24,32	48,65	36,50	48,65	65,12	2,92	2,92	813,07	<b>9.756,89</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>												<b>53.195,09</b>

## Anexo 4



Logos

Logo slogan



Eco caja sello

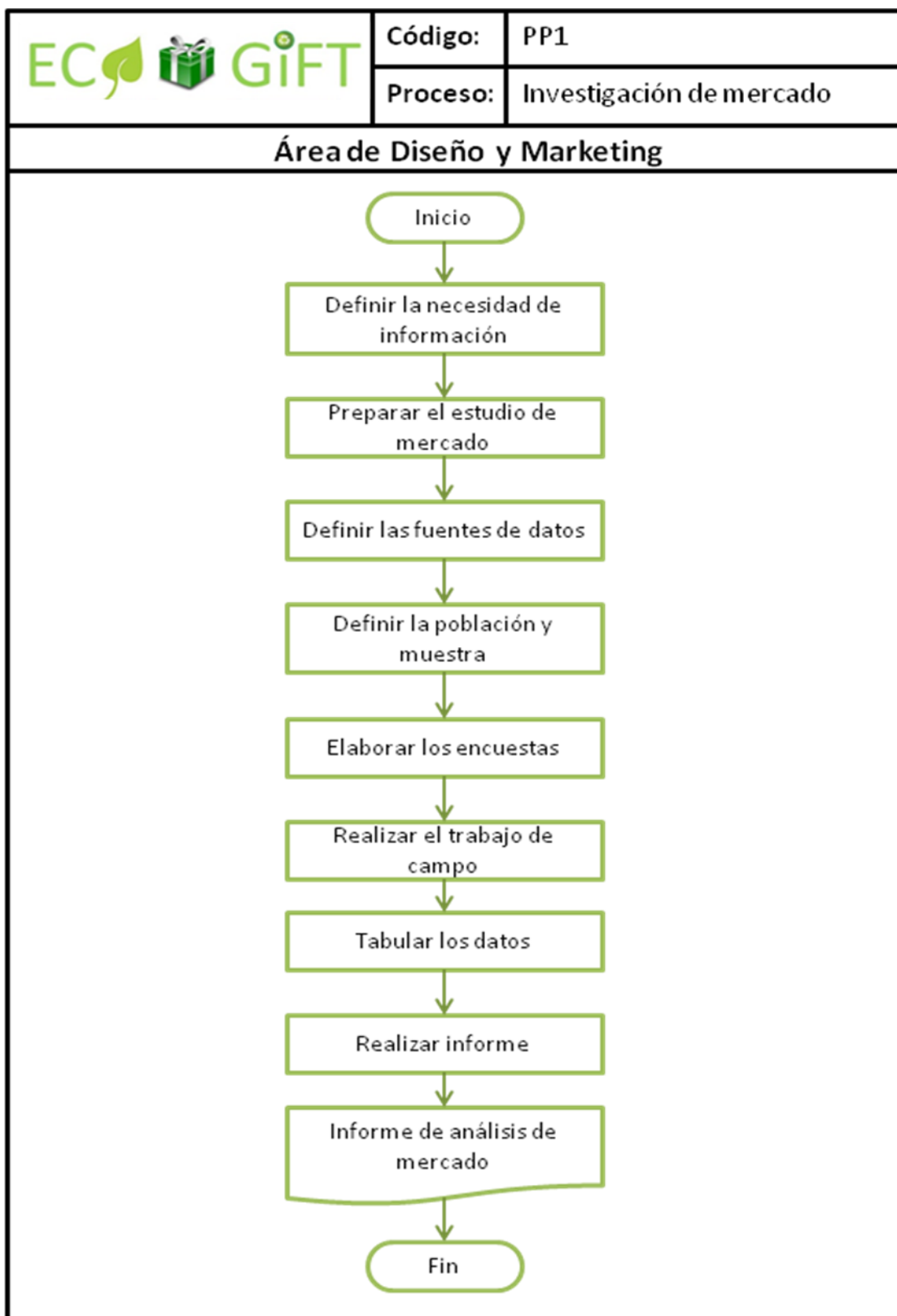


|Eco funda sello

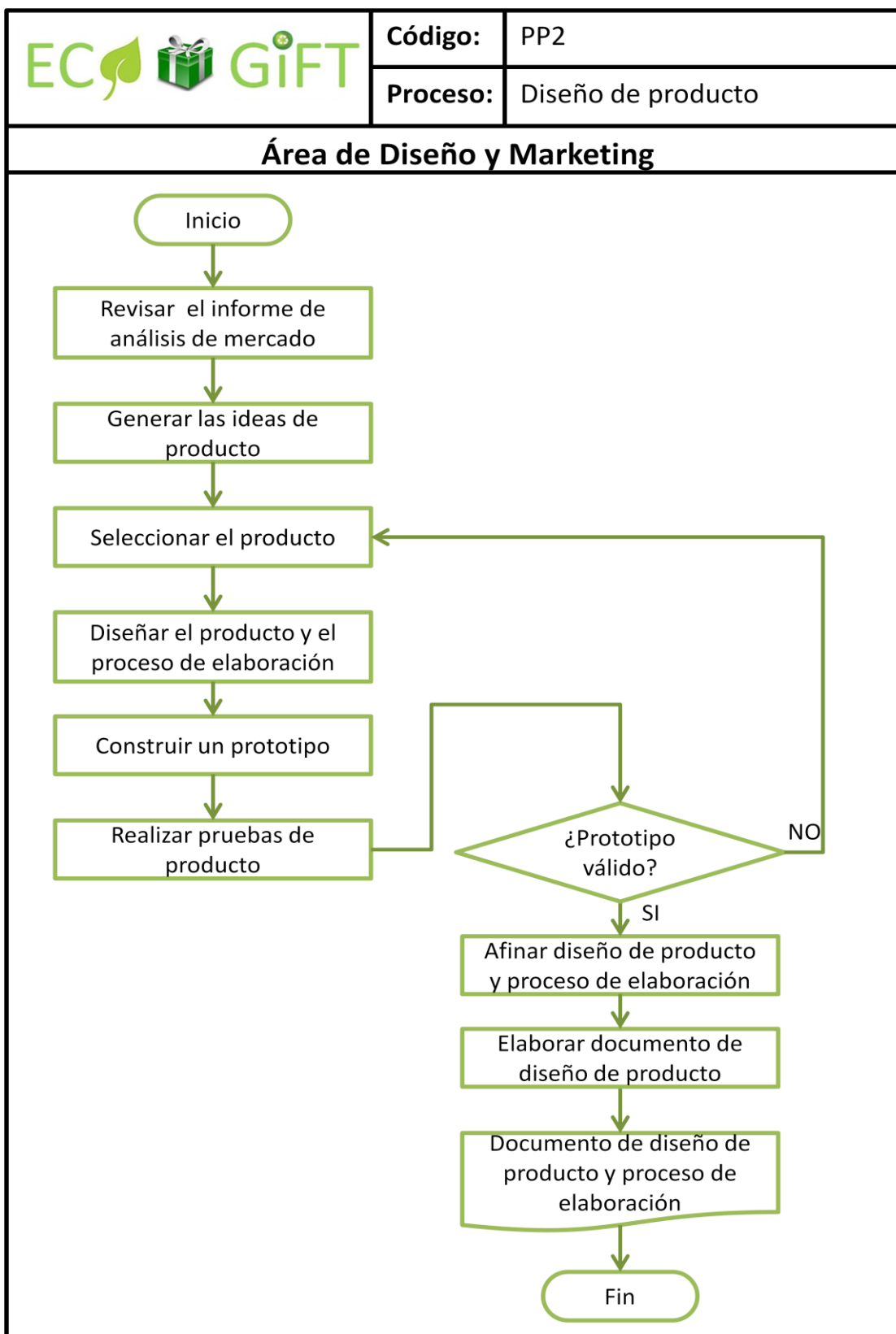


## Anexo 5

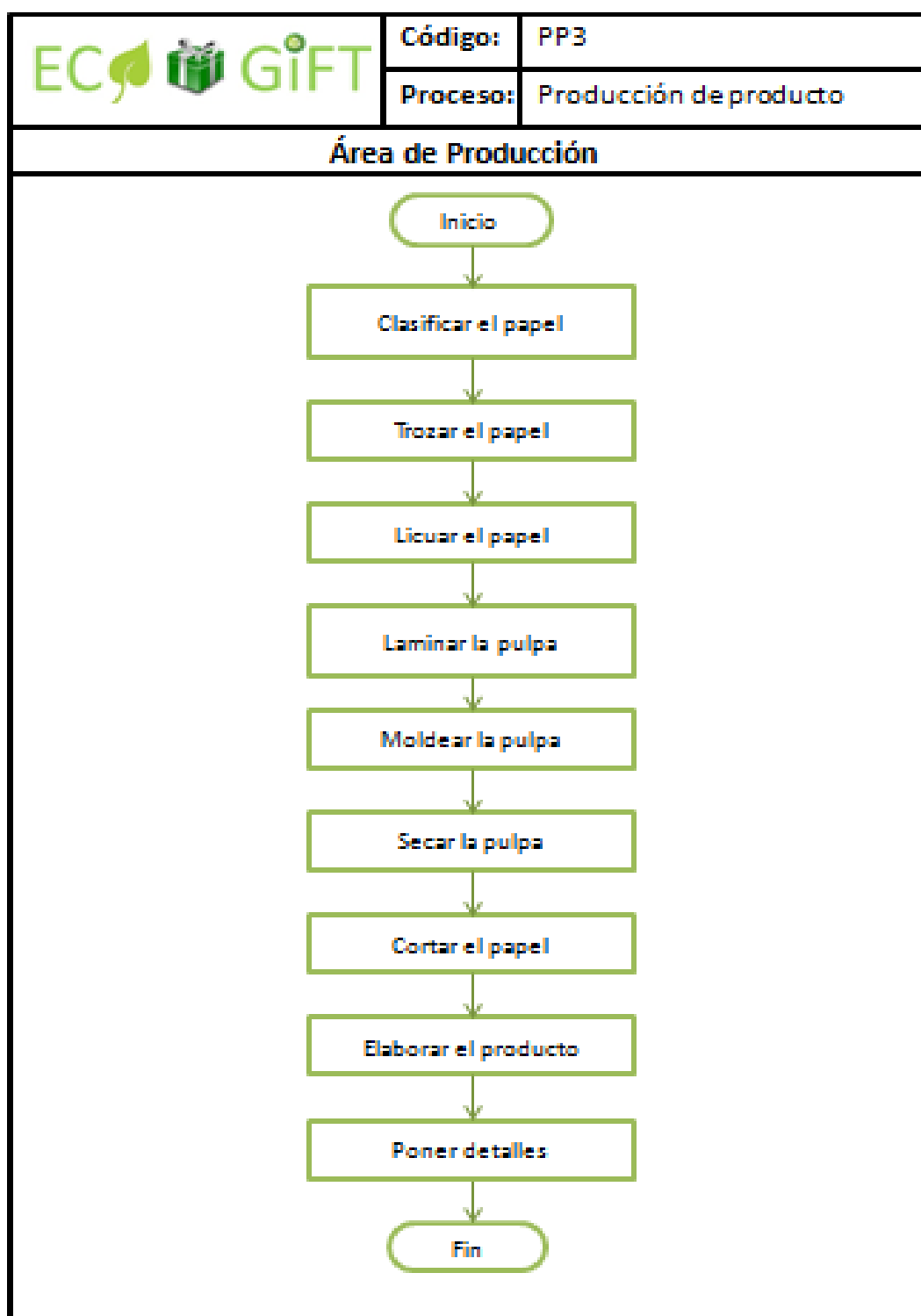
## Flujo grama de procesos Eco Gift



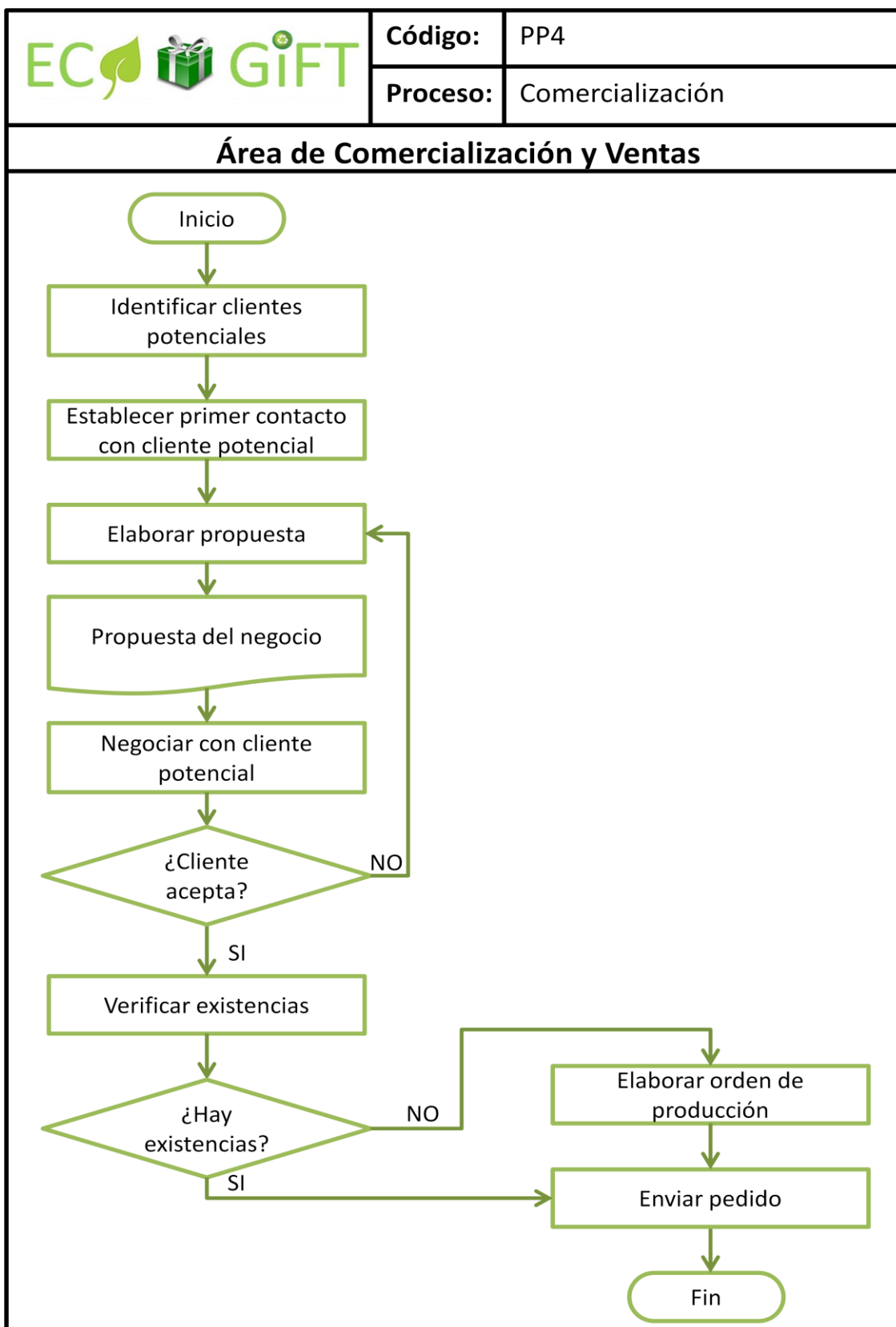
## Anexo 6



## Anexo 7



## Anexo 8



## Anexo 9

## Imágenes 3D del terreno de la empresa







