



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE
AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”

AUTORES:

BONILLA TACLE MARÍA GABRIELA.

CAPUTI CASTRO NINOSKA ADELAIDA.

TUTOR:

MSc. ING. BOLAÑOS JIJÓN ALEXIS FERNANDO.

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2020.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE
AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”**

AUTORES:

BONILLA TACLE MARÍA GABRIELA.

CAPUTI CASTRO NINOSKA ADELAIDA.

TUTOR:

MSc. ING. BOLAÑOS JIJÓN ALEXIS FERNANDO.

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2020.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO
UNIDAD DE TITULACIÓN

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Proyecto de Titulación

Tema:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE
AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”**

Trabajo de titulación presentado por:

María Gabriela Bonilla Tacle.

Ninoska Adelaida Caputi Castro.

Aprobado en su estilo y contenido por el Tribunal de Sustentación:



Firmado electrónicamente por:
**ALBERTO JACINTO
PAREDES OCHOA**

Presidente del Tribunal

Alberto Jacinto Paredes Ochoa.

Tribunal Principal

Mónica Marlene Baquerizo Anastacio.

Digitally signed by KARLA
CARMEN MIRANDA RAMOS
Date: 2020.12.02 22:09:52

Tribunal Principal

Karla Carmen Miranda Ramos.

Director(a) del Trabajo de Investigación

Alexis Fernando Bolaños Jijón.

Guayaquil, octubre del 2020.



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Bonilla Tacle María Gabriela. Caputi Castro Ninoska Adelaida.		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	MSc. Ing. Alexis Fernando Bolaños Jijón.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ingeniería Química		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento		
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	160
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Factibilidad, plan de negocio, medio ambiente, reutilización, viabilidad.		

RESUMEN

En el presente trabajo se pretende desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables, por ende, este método ayuda a determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa por medio de un estudio financiero y a su vez se realizará un estudio de mercado en donde se determinará si el producto es aceptado por los consumidores, para ello la empresa empleará una estrategia, la cual beneficiará tanto a la organización como a las partes interesadas al momento de producir y comercializar el producto, lanzando el marketing verde mediante un vídeo publicitario. Además, se creará un producto amigable con el medio ambiente a través de la aplicación la norma ISO 14001:2015 enfocándose en el apartado 8 con el fin de ayudar a tomar consciencia a la hora de comprar productos que no afecten al medio ambiente con el objetivo de optimizar recursos.

ADJUNTO PDF:	☒ SI	☐ NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0999919425 0984927184	E-mail: maria.bonillat@ug.edu.ec ninoska.caputic@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Universidad de Guayaquil	
	Teléfono: 2280086-2284505	
	E-mail: www.u.g.edu.ec	



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 18 de octubre del 2020.

Sr. /Sra.

Lcdo. Ricardo Fernández Arguelles, MBA.

Director de la Carrera.

Facultad de Ingeniería Química.

Universidad de Guayaquil.

Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación Plan de negocio para la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables de los estudiantes: Bonilla Tacle María Gabriela y Caputi Castro Ninoska Adelaida. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 15 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Mónica Marlene Baquerizo Anastacio MSc.

C.I: 0923284905.

Fecha: 18 de octubre del 2020.



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **MSc Alexis Fernando Bolaños Jijón**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado **Bonilla Tacle María Gabriela** con C.I **No.0931418073** y **Caputi Castro Ninoska Adelaida** con C.I **No.0924741051**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

Se informa que el trabajo de titulación: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **URKUND** quedando el **8%** de coincidencia.

URKUND

Document Information

Analyzed document	TESIS_Gaby-Ninoska -URKUND.docx (D80746507)
Submitted	10/5/2020 4:02:00 PM
Submitted by	
Submitter email	alexis.bolanosj@ug.edu.ec
Similarity	8%
Analysis address	alexis.bolanosj.ug@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / CHOEZ - MOLINA.docx	1
	Document CHOEZ - MOLINA.docx (D80723789)	
	Submitted by: henry.lavayenya@ug.edu.ec	
	Receiver: henry.lavayenya.ug@analysis.orkund.com	

<https://secure.orkund.com/view/77255242-725625-117647>

MSc Ing. Alexis Fernando Bolaños Jijón.

C.I: 0915356851.

Fecha: 05 de octubre del 2020.



**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN
INGENIERÍA QUÍMICA
INGENIERÍA EN SISTEMA EN CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

Guayaquil, 02 de octubre del 2020

Sr.

Lic. Ricardo Fernández Arguelles, MSc.

Director de ISCE (E)

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.”** del(los) estudiante **Bonilla Tacle María Gabriela** con C.I No.0931418073 y **Caputi Castro Ninoska Adelaida** con C.I No.0924741051, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MSc Ing. Alexis Fernando Bolaños Jijón.

C.I: 0915356851.

Fecha: 02 de octubre del 2020.



FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, **BONILLA TACLE MARÍA GABRIELA** con C.I No.0931418073 y **CAPUTI CASTRO NINOSKA ADELAIDA** con C.I No.0924741051, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CON ENFOQUE AMBIENTAL UTILIZANDO MATERIALES REUTILIZABLES.**” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN***, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Bonilla Tacle María Gabriela
0931418073

Caputi Castro Ninoska Adelaida
0924741051

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación en primer lugar a Dios por ser quien me dio fuerza y sabiduría para poder culminar una meta más para mi desarrollo profesional.

También dedico la culminación de mi trabajo de titulación a toda mi familia y seres queridos, por haberme convertido en la persona que soy, por comprenderme, aconsejarme, apoyarme y enseñarme a no darme por vencida, que siempre logre cumplir mis metas en todo momento de mi vida.

A los profesores y personal administrativo que forman parte de la Universidad de Guayaquil, ya que por sus enseñanzas y servicios impartidos durante mi periodo de estudio en la institución no hubiera sido posible.

MARÍA GABRIELA BONILLA TACLE.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de una manera muy especial a Dios por haber sido mi guía y mi sustento, para poder recorrer este pequeño e importante tramo de un largo camino que aún continua. A mi familia especialmente a mis padres Shesanya de los Ángeles Tacle Delgado y Luis Vicente Bonilla Méndez por darme la mejor herencia, la educación y por sobre todo no dejar que mi fe y mi fortaleza decaigan.

A mis tíos Viviana Tacle, Cecilia Tacle, José Luis Loaiza, y a todas aquellas personas; especialmente a mis amigas Adriana Bravo, Xiomara Aguayo, Lady Rodríguez, Hazel Yagual, Karen Córdova y mi enamorado Daniel Alarcón quienes de una u otra manera me apoyaron con su compañía, sus conocimientos y despejaron las dudas que saltaron en el transcurso del desarrollo del mismo.

Y un agradecimiento especial para mi tutor del trabajo de titulación Alexis Bolaños Jijón quién nos dio su ejemplo de rectitud, solidaridad, constancia, además de brindarnos su apoyo, paciencia y conocimientos en la elaboración y desarrollo del proyecto. Y, por último, pero no menos importante; agradezco a mi amiga y compañera de tesis Ninoska Adelaida Caputi Castro por estar siempre motivándome, apoyándome y por brindarme su amistad en todo este transcurso.

MARÍA GABRIELA BONILLA TACLE.

DEDICATORIA

Dedico de manera muy especial el presente trabajo de titulación
a mis padres Robert Jaime Caputi Quiñonez y
Adelaida Lucia Castro Ortega, como una pequeña muestra
de gratitud por haberme inculcado valores y por toda
la formación personal y profesional, por ser excelentes
ejemplos de vida a seguir y por haberme dado la oportunidad de
culminar mis estudios, teniendo en cuenta que sin ellos no hubiera
logrado este gran paso en mi vida.

A mi familia, ahijada Emily Daniela Castro, hermanos, amigas
Xiomara Aguayo, Adriana Bravo y a mi mejor amiga y compañera de
invaluables momentos Pamela Córdova, quien estuvo apoyándome
desde el inicio de mis estudios hasta concluir mi carrera
universitaria por ser una parte muy importante de mi vida;
gracias por brindarme su apoyo moral y de toda índole.

NINOSKA ADELAIDA CAPUTI CASTRO.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por darme la sabiduría necesaria para llevar a cabo el presente trabajo.

A mis padres, que son los pilares fundamentales en mi vida, gracias a ellos por brindarme ese apoyo incondicional en todo momento y su constante dedicación, puesto que sin ellos no podría ser la persona que soy ahora y por ser la base de mi inspiración y motivarme cada día a ser mejor.

Al Ingeniero Alexis Fernando Bolaños Jijón, quien para mi satisfacción académica fue tutor de mi tesis, teniendo en cuenta que sin su ayuda, conocimientos brindados y guía constante en el desarrollo de este proyecto no hubiera sido posible concluir con el mismo.

A los docentes de nuestra emblemática facultad de ingeniería química por transmitirnos sus conocimientos de manera desinteresada y enseñarnos que lo más importante de nuestra carrera es ser excelentes profesionales de calidad, contribuyendo al mejoramiento de la sociedad.

Y por último le quiero agradecer a mi amiga y compañera de tesis María Gabriela Bonilla Tacle por la confianza, apoyo y por haber compartido conmigo sus conocimientos y sobre todo su amistad.

NINOSKA ADELAIDA CAPUTI CASTRO.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. SITUACIÓN ACTUAL	2
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.2.1. ESPACIO	4
1.2.2. TIEMPO.....	5
1.2.3. UNIVERSO.....	5
1.3. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.1. FORMULACIÓN	5
1.3.2. SISTEMATIZACIÓN.....	5
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5. JUSTIFICACIÓN	6
1.5.1. TEÓRICA.....	6
1.5.2. PRÁCTICA	6
1.5.3. METODOLÓGICA	7
1.6. SUPUESTOS.....	7
1.6.1. SUPUESTO GENERAL	7
1.6.2. SUPUESTOS PARTICULARES	7
1.6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	9
CAPÍTULO II	10
2.1. MARCO REFERENCIAL	10
2.1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	10
2.2. MARCO TEÓRICO	12
2.2.1. PLAN DE NEGOCIO.....	12
2.2.2. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIO.....	14
2.2.3. ESQUEMA DE UN PLAN DE NEGOCIO.....	14
2.2.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	15
2.2.5. FACTIBILIDAD	17
2.2.6. VIABILIDAD FINANCIERA	18

2.2.7.	ENFOQUE AMBIENTAL.....	19
2.2.8.	VIABILIDAD AMBIENTAL	20
2.2.9.	NORMA ISO 14001:2015	22
2.2.10.	ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 14001:2015	23
2.2.11.	REUTILIZACIÓN.....	25
2.2.12.	RECICLAJE	26
2.2.13.	VENTAJAS DEL RECICLAJE	28
2.2.14.	MATERIALES REUTILIZADOS	29
2.2.15.	ORIGEN DEL VIDRIO.....	30
2.2.16.	RECICLAJE DEL VIDRIO	31
2.2.17.	EMPRESAS ECOLÓGICAS	31
2.2.18.	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL.....	32
2.3.	MARCO CONCEPTUAL.....	34
2.4.	MARCO CONTEXTUAL	37
2.5.	MARCO LEGAL	38
	CAPÍTULO III.....	55
3.1.	MARCO METODOLÓGICO	55
3.1.1.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.2.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	56
3.2.2.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	56
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	57
3.4.	ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS.....	60
3.5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	74
	CAPÍTULO IV	75
4.1.	PROPUESTA.....	75
4.1.1.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	75
4.2.	PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	75
4.2.1.	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	75
4.3.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	76
4.3.1.	MISIÓN.....	76
4.3.2.	VISIÓN	77
4.4.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y MATRIZ FODA	78
4.4.1.	FODA O DAFO.....	79

4.4.2.	MATRIZ FODA	80
4.5.	MARKETING MIX.....	80
4.5.1.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	80
4.5.2.	PRODUCTO.....	81
4.5.3.	PRECIO.....	82
4.5.4.	PLAZA.....	83
4.5.5.	PROMOCIÓN	85
4.6.	MARKETING VERDE	87
4.7.	PLAN FINANCIERO	89
4.7.1.	INVERSIÓN INICIAL	90
4.7.2.	ACTIVOS FIJOS.....	91
4.7.3.	MATERIA PRIMA.....	93
4.7.4.	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	94
4.7.5.	MANO DE OBRA DIRECTA	95
4.7.6.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	95
4.7.7.	MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	96
4.7.8.	PRESUPUESTO DEL PERSONAL.....	97
4.7.9.	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	97
4.7.10.	PROYECCIÓN DE COSTOS	98
4.7.11.	PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS	99
4.7.12.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	99
4.7.13.	FLUJO DE CAJA	100
4.7.14.	PUNTO DE EQUILIBRIO	102
4.7.15.	CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.....	102
4.7.16.	VALOR ACTUAL NETO	103
4.7.17.	TASA INTERNA DE RETORNO	104
4.8.	ELABORACIÓN DEL PRODUCTO Y APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 14001:2015 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN	105
4.8.1.	PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO	105
4.8.2.	APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 14001 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN	109
4.9.	MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES	111
4.10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114

4.10.1. CONCLUSIONES	114
4.10.2. RECOMENDACIONES	115
REFERENCIAS.....	116
ANEXOS	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operación de variables.....	9
Tabla 2 Población de la zona urbana del cantón de Guayaquil	57
Tabla 3 Términos del cálculo de la muestra	58
Tabla 4 Población por grupos de edad.	59
Tabla 5 Población dividida en parroquias y por sectores.	59
Tabla 6 Sectores divididos por rangos de edad.....	60
Tabla 7 Muestra aleatoria simple estratificada	60
Tabla 8 Matriz FODA.	80
Tabla 9 Proyección de residuos.	89
Tabla 10 Inversión Inicial.....	90
Tabla 11 Detalle de la Inversión Inicial.	90
Tabla 12 Muebles y Enseres.	91
Tabla 13 Equipos de Cómputo.....	91
Tabla 14 Edificaciones.	92
Tabla 15 Suministros de Limpieza.....	92
Tabla 16 Activos Diferidos.....	92
Tabla 17 Gastos de Insumos	93
Tabla 18 Materia Prima.	94
Tabla 19 Materia Prima/Botellas.	94
Tabla 20 Costos de Fabricación.....	94
Tabla 21 Mano de obra directa.	95
Tabla 22 Costos de Producción.....	95
Tabla 23 Servicios Básicos.....	96
Tabla 24 Marketing.	96
Tabla 25 Mantenimiento de Equipos de Computación.	96
Tabla 26 Presupuesto del Personal.....	97
Tabla 27 Depreciación de Activos Fijos.	98
Tabla 28 Proyección de Costos.....	98
Tabla 29 Ingresos por ventas.	99
Tabla 30 Estado de Pérdida y Ganancia.....	100
Tabla 31 Flujo de Caja	101
Tabla 32 Punto de Equilibrio.	102
Tabla 33 Precio de Venta.....	103
Tabla 34 Resultados de los Flujos de Caja.	104
Tabla 35 TIR.....	104
Tabla 36 Evaluación.....	104
Tabla 37 Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Plan de negocios	14
Figura 2 Estudio de mercado	16
Figura 3 Factibilidad	18
Figura 4 Viabilidad Financiera	19
Figura 5 Enfoque Ambiental	20
Figura 6 Viabilidad Ambiental	22
Figura 7 ISO 14001:2015	23
Figura 8 Reutilización	26
Figura 9 Reciclaje	28
Figura 10 Ventajas	29
Figura 11 Materiales Reutilizados	30
Figura 12 Beneficios de una empresa ecológica.....	32
Figura 13 Marketing Digital	34
Figura 14 Ubicación del Local	37
Figura 15 Rango por edades	61
Figura 16 Género	62
Figura 17 Sectores de la ciudad Guayaquil	62
Figura 18 Preocupación por el medio ambiente	63
Figura 19 Preservación y conservación del medio ambiente	64
Figura 20 Creación de una empresa que elabora recuerdos.	64
Figura 21 Idea innovadora.....	65
Figura 22 Venta de productos hecho con materiales reutilizables.....	66
Figura 23 Empresas que tengan los mismos productos	66
Figura 24 Logotipos de la empresa.....	67
Figura 25 Opciones de logotipo.....	67
Figura 26 Factores al comprar el producto.....	68
Figura 27 Lugar para adquirir el producto	69
Figura 28 Adquisición del producto	69
Figura 29 Causas al comprar por medio de forma online	70
Figura 30 Servicios de entrega a domicilio	71
Figura 31 Medios publicitarios.....	71
Figura 32 Ofertas que se ofrecerán	72
Figura 33 Motivación de compra.....	73
Figura 34 Recomendación del producto.....	73
Figura 35 Imagen empresarial	76
Figura 36 Misión de la organización.....	76
Figura 37 Visión de la organización.	77
Figura 38 Valores de la organización.....	77
Figura 39 Foda.....	79
Figura 40 Línea del producto.....	81
Figura 41 Logo empresarial.....	82

Figura 42 Eslogan empresarial	82
Figura 43 Precios de los productos	83
Figura 44 Localización de la organización.....	84
Figura 45 Publicidad en redes sociales (Facebook).....	85
Figura 46 Publicidad en redes sociales (Instagram)	86
Figura 47 Marketing Mix	86
Figura 48 Video Publicitario de la empresa aplicando marketing verde	87
Figura 49 Video Publicitario del Marketing Verde 1.2.....	88
Figura 50 Video Publicitario del Marketing Verde 1.3.....	88
Figura 51 Producto.....	93
Figura 52 Punto de Equilibrio	103
Figura 53 Etiqueta del producto	107
Figura 54 Tarjeta de Agradecimiento	107
Figura 55 Línea de proceso	108
Figura 56 Severidad del Riesgo	110

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Planteamiento del problema.....	124
Anexo 2. Informe de Devolución en compras.....	125
Anexo 3. Encuesta Online	126
Anexo 4. Encuesta 1.1.....	127
Anexo 5. Encuesta 1.2.....	128
Anexo 6. Encuesta 1.3.....	129
Anexo 7. Encuesta 1.4.....	130
Anexo 8. Encuesta 1.5.....	131
Anexo 9. Recolección de Materia Prima.....	132
Anexo 10. Separación de Materia prima.....	132
Anexo 11. Separación de Materiales	133
Anexo 12. Materiales.	133
Anexo 13. Proceso de elaboración del producto.	134
Anexo 14. Proceso de pintar el envase	134
Anexo 15. Proceso de pintar la tapa del envase.	135
Anexo 16. Proceso de decoración del producto.	135
Anexo 17. Proceso de añadir los últimos detalles del producto	136
Anexo 18. Etiquetado del producto	136
Anexo 19. Tarjeta de agradecimiento por haber comprado el producto.....	137
Anexo 20. Presentación del producto.	137
Anexo 21. Presentación del producto con tarjeta de agradecimiento.	138



FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

“Plan de Negocio para la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables.”

Autores: Bonilla Tacle María Gabriela – Caputi Castro Ninoska Adelaida.

Tutor: MSc. Ing. Alexis Fernando Bolaños Jijón.

RESUMEN

En el presente trabajo se pretende desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables, por ende, este método ayuda a determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa por medio de un estudio financiero y a su vez se realizará un estudio de mercado en donde se determinará si el producto es aceptado por los consumidores, para ello la empresa empleará una estrategia, la cual beneficiará tanto a la organización como a las partes interesadas al momento de producir y comercializar el producto, lanzando el marketing verde mediante un vídeo publicitario. Además, se creará un producto amigable con el medio ambiente a través de la aplicación la norma ISO 14001:2015 enfocándose en el apartado 8 con el fin de ayudar a tomar consciencia a la hora de comprar productos que no afecten al medio ambiente con el objetivo de optimizar recursos.

Palabras Claves: Factibilidad, plan de negocio, medio ambiente, reutilización, viabilidad.



FACULTY OF CHEMICAL ENGINEERING
CAREER ENGINEERING IN QUALITY SYSTEM AND ENTREPRENEURSHIP

“Business plan for the creation of a company with an environmental focus using reusable materials.”

Authors: Bonilla Tacle María Gabriela – Caputi Castro Ninoska Adelaida.

Advisor: MSc. Ing. Alexis Fernando Bolaños Jijón.

ABSTRACT

In this work, the aim is to develop a business plan for the creation of a company with an environmental focus using reusable materials, therefore, this method helps to determine the viability and feasibility of the company through a financial study and in turn it will be carried out a market study where it will be determined if the product is accepted by consumers, for this the company will use a strategy, which will benefit both the organization and the interested parties at the time of producing and marketing the product, launching green marketing through an advertising video. In addition, an environmentally-friendly product will be created through the application of the ISO 14001: 2015 standard focusing on section 8 in order to help raise awareness when buying products that do not affect the environment with the objective to optimize resources.

Key words: Feasibility, business plan, environment, reuse, viability.

INTRODUCCIÓN

El propósito del presente trabajo de titulación nace de una necesidad personal de crear conciencia a las personas e impulsar sobre el impacto ambiental que provoca la generación de residuos, es por eso que se decidió establecer mediante un plan de negocios para la creación de una microempresa que elabora y comercializa recuerdos para fiestas infantiles en la zona urbana del cantón del Guayas en la ciudad Guayaquil, en donde el producto se podrá diferenciar en el mercado debido a que está elaborado con botellas de vidrios reutilizadas. El estudio se elaboró a través de encuestas a la población Guayaquileña, cuyos resultados desempeñaron un alcance del producto en diferentes sectores tales como Norte, Sur y Centro.

Para los emprendedores ecuatorianos este cambio de cultura se convierte en una oportunidad de negocio por lo cual se encuentran incursionando en la elaboración de productos, utilizando materiales reutilizables, por otra parte, cabe señalar que la mayoría de los emprendimientos en el país fracasan principalmente por la falta de conocimiento en diseños de plan de negocio (Abril & Román , 2019, p. 24).

Por medio de un estudio de mercado Eco Bright Art permitirá el desarrollo de la empresa con el fin de establecer estrategias definiendo un segmento de mercado. De esta manera la empresa podrá ser reconocida nacionalmente en la producción de adornos infantiles.

Para concluir se analizará los datos que se obtuvieron y los objetivos que se plantearon. De tal manera que las recomendaciones se establecieron para que las futuras investigaciones tomen como referencia al trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1. SITUACIÓN ACTUAL

El mundo de los negocios es cada vez más competitivo y requiere de ampliar los diferentes mercados. “En Guayaquil el 100% de los desechos que recoge a diario el consorcio Puerto Limpio va directo al relleno sanitario Las Iguanas, en el norte de la ciudad. Pero clasificar y reutilizar los desperdicios no está dentro de las obligaciones contractuales del consorcio” (Coloma, 2019).

Actualmente existen muchas iniciativas culturales involucradas en emprender acciones enfocadas en la minimización del impacto ambiental provocado por los desechos, especialmente a través del reciclado y la reutilización. Se debe recalcar que la disminución del impacto ambiental por medio de actividades para la reducción de la generación de desechos es la principal y más importante gestión que se debe realizar, puesto que al tener procesos más limpios no serán necesarios invertir en recursos para reutilizar o reciclar los desechos.

Sin embargo, la gestión desde el origen (generación del desecho) en la mayoría de los casos, requiere de modificaciones en el diseño de los procesos y un alto nivel cultural de las personas, por lo tanto, requieren de otro tipo de iniciativas, mayor preparación técnica y más tiempo. Por este motivo, el reciclaje y reutilización de desechos son muy aceptados dentro del ámbito social, a la vez que pueden generar oportunidades de nuevos negocios, buscando crear nuevos productos que cubran las necesidades y preferencias de los diferentes tipos de clientes, generando rentabilidad y sostenibilidad, aplicando estrategias innovadoras capaces de captar la atención del consumidor, comprometiéndose a contribuir con el medio ambiente.

Es importante acotar que la reutilización de plásticos y vidrios ayudan a prevenir la contaminación del medio ambiente; algo que mejorará sin duda las zonas donde se alojan, ya que evitamos el almacenamiento de material contaminante consiguiendo que no se creen nuevos vertederos y que se haga una gestión más controlada de los existentes.

Este proceso busca identificar, determinar y considerar los distintos impactos del proyecto sobre el entorno, tanto en el corto y largo plazo, que en medida se transforma las características físicas del entorno. Por esta razón al ejecutar este proceso se generará un impacto positivo en el medio ambiente, al determinar una empresa del sector privado dedicado al reciclaje contribuirá a la matriz productiva lo cual ayuda a el surgimiento y diversificación de nuevos productos con el fin de disminuir el volumen de desechos y lograr un aprovechamiento económico para garantizar la existencia de un mercado consumidor a base de materiales reutilizables (Sisalima & Sinchi, 2016).

Analizando la situación actual se observó que se puede minimizar el impacto ambiental mediante la reutilización de materia prima contaminante, lo cual ayuda a conservar el entorno, evitando la emisión de gases de efecto invernadero. Por esta razón se busca reutilizar dichos materiales como plásticos, cartón y vidrios para la creación de un producto nuevo e innovador, como en el caso de este trabajo de titulación: los recuerdos para fiestas infantiles.

En relación con lo mencionado, se debe analizar y construir la viabilidad ambiental en su fase de planteamiento para poder garantizar la protección del ambiente y del desarrollo sostenible y así lograr la elaboración de un producto final con un excelente control en calidad y a su vez que tenga una capacidad suficiente para competir en el mercado de consumo con productos similares.

La falta de este producto en el mercado con estas características nos muestra que es posible entrar en este negocio y obtener de manera rápida la atención de los consumidores. En estudios a priori, se encuentra una gran demanda en el sector comercial, ya que por medio de una observación directa en algunas ciudadelas del norte de la ciudad de Guayaquil, se pudo contemplar que no existen productos a base de material reciclable, por esta razón el objetivo fundamental es elaborar un producto el cual permita poner en marcha novedosas técnicas de producción, para alcanzar un producto diferenciado y con un valor agregado que cumpla con la función de ayudar a tomar consciencia a la hora de comprar productos que no afecten al medio ambiente, buscando optimizar los recursos.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. ESPACIO

País: Ecuador.

Región: Costa.

Provincia: Guayas.

Cantón: Guayaquil.

Ciudad: Guayaquil.

Parroquia: Tarqui.

Sector: Ciudadela Colinas del Maestro "Rosita Paredes"

1.2.2. TIEMPO

A través de la investigación se obtuvieron datos que reflejan información de 5 años, porque permite tener los lineamientos necesarios para desarrollar y contribuir estrategias para el bosquejo del Plan de Negocio.

1.2.3. UNIVERSO

La población objeto de estudio está dirigida a personas económicamente activas, cuyas edades oscilan entre 18 años en adelante de género tanto masculino como femenino, además el mercado seleccionado está formado por posibles consumidores que compren recuerdos hechos a base de materiales reutilizables.

1.3. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. FORMULACIÓN

¿De qué manera el diseño de un plan de negocio ayudaría a establecer la factibilidad y viabilidad de un emprendimiento, para mejorar el impacto ambiental?

1.3.2. SISTEMATIZACIÓN

1. ¿Qué herramientas se pueden aplicar para observar la situación actual de la empresa?
2. ¿Es rentable la producción y comercialización de recuerdos infantiles con materiales reutilizados?
3. ¿De qué manera la norma ayudaría a ofrecer un producto que cumpla con las necesidades del cliente?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocio de adornos para fiestas infantiles mediante la reutilización de materiales con la finalidad de reducir la contaminación ambiental.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para conocer si los clientes desean comprar el producto que se va a ofrecer.
- Establecer la factibilidad y viabilidad financiera del proyecto para crear una empresa con enfoque ambiental.
- Elaborar un producto que sea amigable con el medio ambiente mediante la aplicación de la norma ISO 14001:2015 y que satisfaga las necesidades de los consumidores.

1.5. JUSTIFICACIÓN

1.5.1. TEÓRICA

La presente investigación busca diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables, dentro de la ciudad de Guayaquil. En el proceso de elaboración del proyecto se considera relevante las necesidades y expectativas del cliente, con el fin de obtener un impacto positivo en el mercado. Se utilizará como apoyo conocimientos adquiridos y teorías sustentadas, que permita el adecuado desarrollo de un plan de negocio, con el propósito de determinar que el proyecto sea viable, factible y sostenible al momento de su aplicación.

1.5.2. PRÁCTICA

Actualmente existe la necesidad de introducir un producto innovador y novedoso en el mercado, por tal motivo se decidió diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedica a la reutilización de materia prima de esta forma se procura concientizar a los clientes a la hora de comprar productos que no afecten al medio ambiente, buscando optimizar los recursos, un claro ejemplo es la empresa catalana DLand se encarga de reutilizar los envases de tetrapack, botellas de plástico y latas para

transformarlos en juguetes para niños, por cada venta la empresa envía a donación la misma cantidad a familias con escasos recursos (Susanna, 2018).

Es por ello que el plan de negocios permite establecer estrategias de marketing y realizar un análisis DAFO que impulsen la comercialización de recuerdos infantiles para captar y fidelizar a los clientes.

1.5.3. METODOLÓGICA

Desde el punto de vista metodológico es importante adquirir información fundamental a través de investigaciones, artículos y tesis. Asimismo, se utilizarán herramientas como: La matriz de aspectos e impacto ambientales el cual permite analizar los aspectos que afectan al medio ambiente y plantear posibles soluciones, por ende, se realizará una encuesta donde se recolectará datos e información para determinar el nivel de aceptación de los clientes de esta manera ayudará a establecer nuevas fuentes de trabajo y contribuirá la conservación del medio ambiente.

1.6. SUPUESTOS

1.6.1. SUPUESTO GENERAL

Si se diseña un plan de negocio de recuerdos infantiles mediante la reutilización de materiales, entonces se podrá evitar la contaminación ambiental.

1.6.2. SUPUESTOS PARTICULARES

- Al realizar un estudio de mercado se conocerá los clientes entonces podrán comprar el producto que se va a ofrecer.
- Al utilizar materiales desechados entonces se podrá elaborar productos amigables con el ambiente.

- Si se establece la factibilidad y viabilidad financiera del proyecto, se podrá crear una empresa con enfoque ambiental.

1.6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operación de variables.

Variables	Conceptos	Indicadores
Plan de Negocio	Es un documento que describe de manera detallada el negocio que se quiere emprender.	Demanda
		Utilidad
Producción	Conjunto de actividades que se enfoca en transformar la materia prima.	Análisis Financiero
Comercialización	Conjunto de acciones orientadas a comercializar un producto o servicio.	Estrategias de Marketing
Estudio de Mercado	Consiste en la recolección y análisis de datos sobre una muestra para verificar si es factible o no	Estrategias de Marketing
	Consiste en la realización de un análisis para ver la posibilidad que tiene una idea o proyecto para su ejecución y si es beneficiosos o no.	Análisis Financiero
Calidad	Es una estrategia que busca la excelencia de un producto cumpliendo con las necesidades y expectativas del cliente.	Satisfacción del cliente

Elaborado por: Fuente propia.

CAPÍTULO II

2.1. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Al diseñar y desarrollar un plan de negocio, por medio de su planificación y organización pasa así poder controlar los recursos y actividades que permitan conocer la rentabilidad del proyecto, para ello se planteó una idea empresarial la cual consiste en la reutilización de residuos sólidos que ayude a la protección del medio ambiente con el fin de reducir el material contaminante en el ambiente.

El proyecto realizado por Custodio Rivera Nestor Manuel, en el año 2018 con el tema de Plan de negocio para la creación de una empresa de gestión ambiental de residuos reciclables, destinado a pequeñas y medianas empresas, sector parque industrial de Sangolquí tiene como finalidad verificar la viabilidad comercial, operativa y financiera que impulsen la creación de pequeñas y medianas empresas con el fin de generar una oportunidad que permita crear una propuesta de valor sustentada en las necesidades del mercado (Custodio, 2018).

El proyecto mencionado tiene similitudes con el propuesto, como el plan de negocio para la creación de una empresa con enfoque ambiental teniendo como valor agregado los recuerdos elaborados con materiales reutilizables, los dos trabajos se encuentran enfocados en generar efectos tanto positivos como negativos ya que en el aspecto social no genera preocupación para las empresas de tal manera se aplicará estrategias innovadoras capaces de captar la atención del consumidor para satisfacer sus necesidades.

La tesis que se analizó fue realizada por Kathy Geraldine Porras Esquivel y Nancy Johanna Candela Tribiño, elaborada en el año 2017 cuyo tema es “Diseño de plan de negocios

con enfoque sostenible mediante la reutilización de botellas de vidrio y plástico para la elaboración de lámparas y otros objetos decorativos y de uso doméstico, para la puesta en marcha de su comercialización por catálogo” cuya finalidad es establecer una organización que se encargue de la elaboración y comercialización de lámparas esencialmente, objetos de decoración y de uso doméstico a partir de la reutilización y reciclaje de botellas de vidrio y plástico en la zona Norte de la ciudad de Bogotá. (Porrás & Candela, 2017)

El proyecto anteriormente mencionado tiene semejanzas, debido a que se refiere a la creación de un emprendimiento, que cumple con el objetivo de producir y distribuir recuerdos para fiestas infantiles por medio de la reutilización de residuos sólidos como son las botellas de vidrio y plástico, de tal manera se obtendrá un producto nuevo e innovador, el cual competirá en el mercado cumpliendo las expectativas de los usuarios estableciendo estándares de calidad y viabilidad ambiental, por lo que se puede determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, para buscar diversos enfoques al crear recuerdos infantiles.

La tesis que se analizó fue realizada por Mayra Elizabeth Campoverde Andrade y María Gabriela Sarmiento Pintado elaborada en el año 2018 cuyo tema es “Estudio de factibilidad para el negocio de recuerdos ecológicos, Ciudadela Alborada – Guayaquil, 2018.” cuya finalidad es analizar la viabilidad del negocio por medio de las ventas de recuerdos ecológicos su objetivo es contribuir al desarrollo económico sostenible y crear nuevos puestos de trabajo (Campoverde & Sarmiento, 2018).

Ambos proyectos de investigación tienen como objetivo fundamental la realización de estrategias de marketing para poder identificar las necesidades primordiales y analizar la viabilidad del negocio mediante los productos que se va a ofrecer a través de los recuerdos

infantiles, lo cuales serán fabricados con material reciclado en donde se crea por un lado el interés, cuidado y protección al medio ambiente.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. PLAN DE NEGOCIO

Según Castelán & Oros (2011) convertirse en un emprendedor, o mejor aún un empresario es todo un proceso, saber preparar un buen plan de negocios es de vital importancia dentro de dicho orden, pues no se trata simplemente de redactar un documento con todas las ideas que vienen a la mente, sino de una actividad que requiere de un pensamiento honesto sobre su concepto de negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas (p. 7).

Para Bóveda, Oviedo, & Yakusik (2015) un plan de negocio “es un documento donde el emprendedor detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento a realizar como: El proceso de generación de ideas, La captación y análisis de la información, Evaluación de la oportunidad y los riesgos, Toma de decisión sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento, Cambio de planes en empresas constituidas” (p.6).

Por esta razón es necesario disponer de ideas claras sobre el tipo de negocio que se va a emprender, para mejorar la competitividad dentro del mercado y poder cumplir con los objetivos establecidos.

El plan de negocios es vital para la creación de nuevas empresas, pero esto no significa que su planificación y estudio se tarde meses. “El tiempo para preparar un plan sólido puede ser de unos pocos días para negocios sencillos o incluso meses para las grandes empresas. Aun así, lo interesante es que los principales temas están presentes en cualquier tipo de negocios” (Navarrete, 2019).

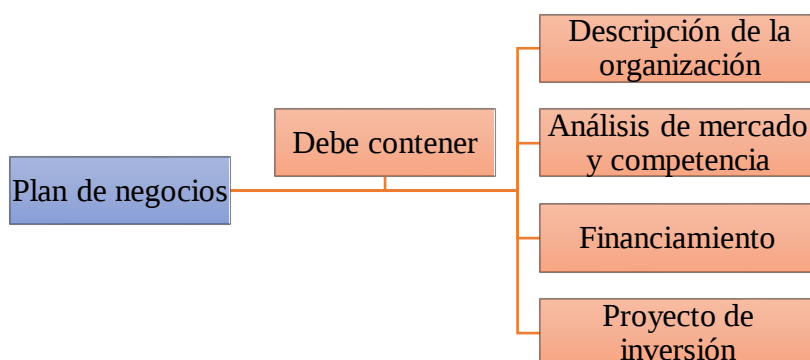
Para analizar y evaluar la viabilidad del proyecto es esencial utilizar un plan que sirva como guía para alcanzar un objetivo mediante una serie de pasos. Según Puente & Carrasco (2017) “definió el plan de negocios es un documento que se utiliza para analizar, evaluar y presentar un proyecto comercial. Con él se analizan las posibles alternativas para efectuarlas en un negocio, evaluando la factibilidad técnica, económica y financiera” (p. 2).

Para García, Reina, & Skotnicka (2019) “Un plan de negocio es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión”
“El plan de Negocios no sólo será la carta de presentación de la empresa, sino que servirá como herramienta de planificación y gestión que ayude a sustentar la idea, y a la vez servirá como herramienta para atraer nuevos accionistas” (Santos, 2015, p. 5).

El plan de negocios no es solo un documento formal en el cual se plantean ideas de desarrollo empresarial, sino que también se enfoca en el proceso de implantación del proyecto, estrategias a aplicar, las cuales ayudarán alcanzar los objetivos que se han establecido y a su vez el tiempo que se deben realizar (Arévalo & Vera, 2015).

“El plan de negocio es un documento donde quien desea emprender una aventura empresarial detalla la información acerca de su proyecto. Es un guion, en sentido amplio, que sirve como base y punto de partida de todo desarrollo empresarial” (Montalvo, 2018, p. 35).

“El Plan de Negocios puede tener varios formatos, pero en forma concisa describe los factores clave para su éxito. Define la visión de la empresa, analiza el mercado y la competencia, alimenta y perfecciona los planes operativos” (Urquiza, 2017, p. 9).

Figura 1 *Plan de negocios*

Fuente: Propia

2.2.2. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIO

“Un plan de negocio es una guía importante para aquel que está interesado en crear una empresa ya que da las herramientas para poder identificar todas las variables necesarias para la puesta en marcha” (Arenas, 2017, p. 10).

Al desarrollar un plan de negocio es de vital relevancia debido que permite saber por medio de una estructura clara y sencilla si su negocio es factible, además que al momento de establecer un análisis económico sabrá cuánto dinero necesita invertir.

2.2.3. ESQUEMA DE UN PLAN DE NEGOCIO

Al tratarse de un plan de negocio no existe una estructura como tal debido a que cambia al momento que se desarrolla ya que las características del producto o servicio que ofrezcan las empresas son diversas. Pero Urquiza (2017) propuso un esquema que se divide en:

1. **Descripción del proyecto:** Es un resumen de las partes del proyecto empresarial, las razones que justifican el inicio del proyecto, las ventajas competitivas con el resto de los competidores, etc.

2. **Definición del negocio:** se trata de describir cuáles son los productos y servicios que la empresa va a comercializar, las estrategias que se van a llevar a cabo para alcanzar esos objetivos y los datos básicos del negocio tales como nombre, ubicación y tipo de negocio.
3. **Estudio de mercado:** en esta parte se elabora un informe del análisis hecho previamente indicando cuál es el segmento de población al que va dirigido nuestro producto y cuál es el público potencial. Esta fase es crítica, ya que, en la mayoría de las ocasiones, será definitivo para identificar si nuestro negocio es viable o no.
4. **Estudio técnico:** en esta fase se definen los requisitos físicos, se describe el proceso productivo, el tamaño del negocio, la capacidad de producción y la disposición de planta.
5. **Organización:** en esta parte se detalla cuál va a ser la jerarquía de la compañía, desde los niveles más altos de la organización hasta los empleados rasos, incluyendo los cargos de los trabajadores, sus funciones, sueldos y los sistemas de información.
6. **¿Cómo nos financiamos?** En esta parte se detallan cuáles serán las fuentes de financiación y el destino de esta.
7. **Estudio de ingresos y gastos:** es imprescindible saber cuáles son los gastos de nuestro negocio en funcionamiento y los ingresos proyectados para acometerlo, evaluando las posibles desviaciones para ajustarlo lo máximo posible en futuros ejercicios.
8. Con todas las premisas anteriores, ya estamos en condiciones de evaluar la rentabilidad esperada y viabilidad del proyecto.

2.2.4. ESTUDIO DE MERCADO

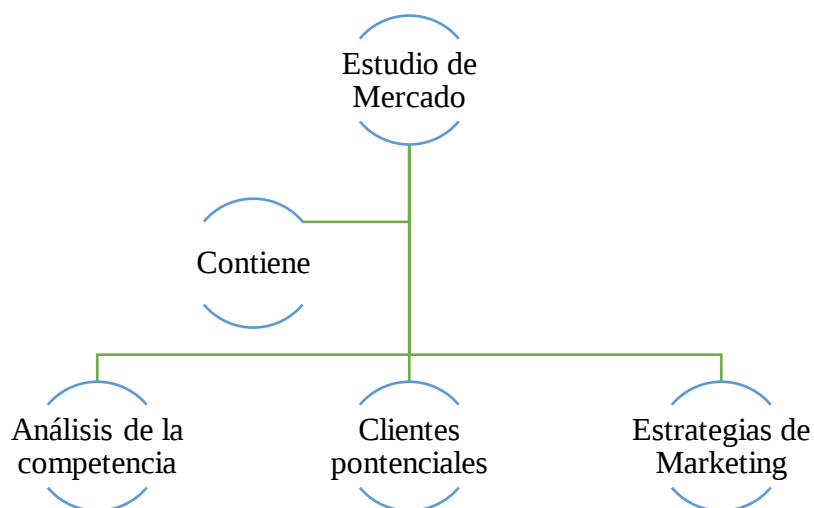
Fernandez (2017) afirma: “Un estudio de mercado facilita la toma de decisiones empresariales y ayuda a escoger una alternativa más acertada. Aumenta la probabilidad de éxito” (p. 15).

La finalidad de un estudio de mercado es analizar la oferta y la demanda de un producto o servicio, al concluir garantiza enormemente a tomar decisiones de manera correcta, adecuada y minimizando los riesgos. Tener en cuenta en cada emprendimiento que una idea, un nuevo producto que quieres lanzar, es recomendable realizar previamente un estudio de mercado. (Lindao , 2019, p. 13)

Según Morán (2017) “El estudio de mercado es el reconocimiento, compilación, y estudio de una información, usada para tomar determinaciones en el marketing, en si se trata de una investigación que se realiza para obtener resultados eficaces en seis etapas” (p. 36).

Al establecer un estudio de mercado y obtener datos de los futuros clientes ayudará a la empresa a tomar mejores decisiones al momento de crear un producto con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y poder destacarse de la competencia ya sea por estrategias de marketing o por precios.

Figura 2 Estudio de mercado



Fuente: propia

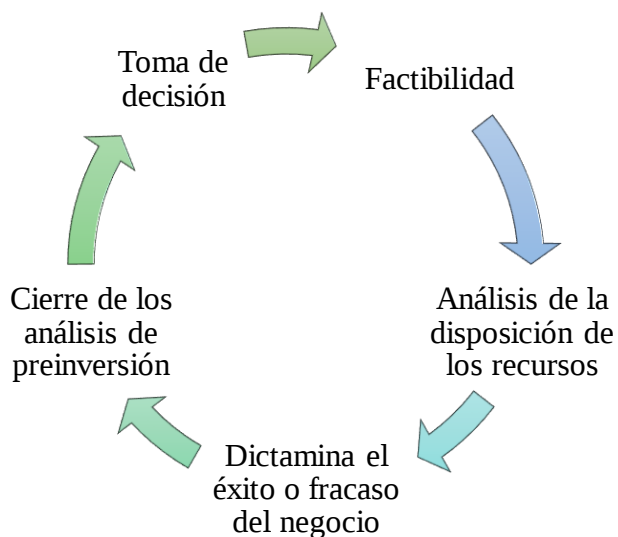
2.2.5. FACTIBILIDAD

Se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Duvergel & Argota, 2017, p. 50)

Para determinar un proyecto de factibilidad es esencial realizar un análisis sobre la disposición de los recursos para poder llevar a cabo los objetivos que se han propuesto en un proyecto o tarea, es decir que sirve como instrumento y orientación para la toma de decisiones tanto en el presente como en el futuro (Touriz, 2017, p. 41).

Un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de pre-inversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectiva y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. (Moncayo, 2018, p. 49)

Al realizar un estudio de factibilidad ayuda a las empresas a determinar si el negocio o proyecto es viable, por lo que facilita a tomar decisiones y mejorar estrategias.

Figura 3 *Factibilidad*

Fuente: propia

2.2.6. VIABILIDAD FINANCIERA

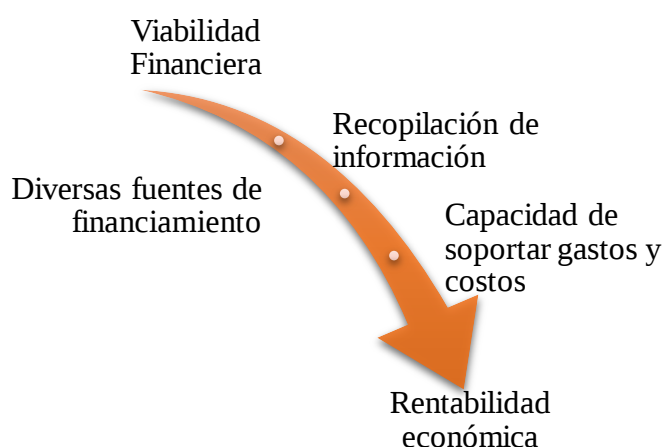
“Una viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos, también es útil para evaluar la posible expansión del negocio” (González, Rojas, & Ruelas, 2017, p. 60).

Neira (2016) señala que “El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder la empresa, es posible financiar todo el proceso productivo de la misma, y estas fuentes pueden ser propias, o fuentes externas” (Aguirre, Cañon, Gómez, & Rodríguez, 2018, p. 20).

Llevar a cabo un estudio de viabilidad financiera permite que se den a conocer resultados integrados, lo cual demuestra que un proyecto debe ser visto desde distintos enfoques para considerar todas las variables posibles y hacer que sus resultados sean provechosos para la sociedad. (Campos & Duarte, 2015, p. 82)

La viabilidad financiera hace referencia a la capacidad de soportar los gastos y costos a corto, mediano y largo plazo de un emprendimiento o negocio, logrando así alcanzar una rentabilidad económica, para ello es de vital relevancia realizar un análisis financiero para poder elaborar las proyecciones tanto económicas como financieras, las cuales permitan medir la viabilidad y rentabilidad que se espera obtener en el negocio.

Figura 4 *Viabilidad Financiera*



Fuente: propia

2.2.7. ENFOQUE AMBIENTAL

El Ministerio de Educación (2016) define “Un enfoque ambiental es aquella estrategia que busca integrar todas las áreas de aprendizaje, teniendo en cuenta la problemática ambiental tanto en nuestro entorno inmediato como en todo el planeta” (Belmira, 2018, p. 13).

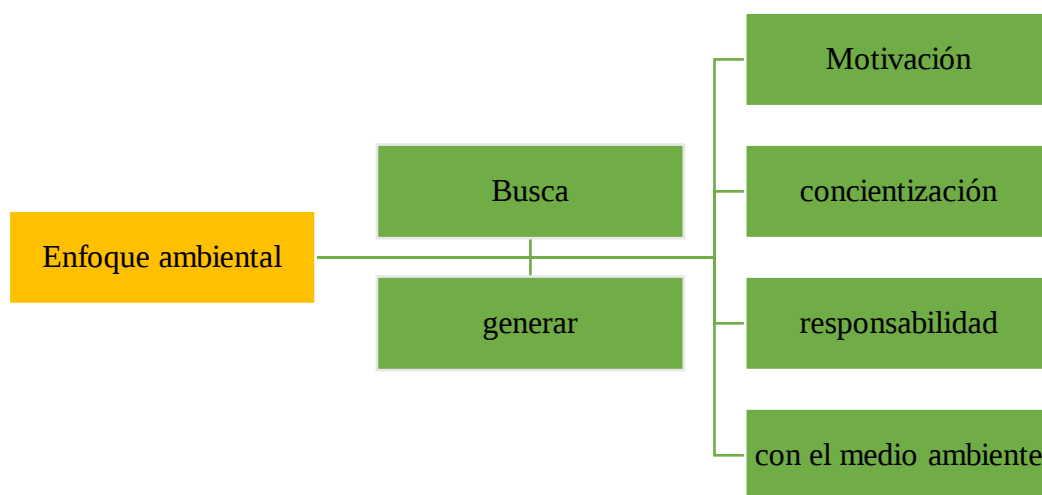
Según Moreno (2017) “el objetivo principal es la divulgación del conocimiento sobre el ambiente con el fin de ayudar para su preservación y utilización de sus recursos” (p. 9).

Con el afán de cada vez crear mayor conciencia social y medioambiental se desarrollan un sin número de conferencias a nivel mundial, se fundan instituciones en pro de los derechos del

medio ambiente, el cuidado de la tierra y todos los recursos naturales y animales. (Pérez, Espinoza, & Peralta, 2016, p. 170)

En otras palabras, el enfoque ambiental está directamente relacionado con la educación ambiental, la cual es primordial para el desarrollo de la consciencia ambiental cuyo objetivo es crear una población a nivel mundial, que cuenten con el conocimiento, competencia, motivación y que se preocupe del medio ambiente y sus problemas, a su vez, busca promover la educación ambiental para entender como las acciones de las personas pueden afectar el medio ambiente y como estas afectan el futuro.

Figura 5 *Enfoque Ambiental*



Fuente: propia

2.2.8. VIABILIDAD AMBIENTAL

En la década de los 70, debido al agravamiento de los problemas ambientales, el medio ambiente cobra reconocimiento y surge la necesidad de incorporar la variable ambiental como factor que garantiza un desarrollo sostenible; cuya finalidad es una concepción global y postular

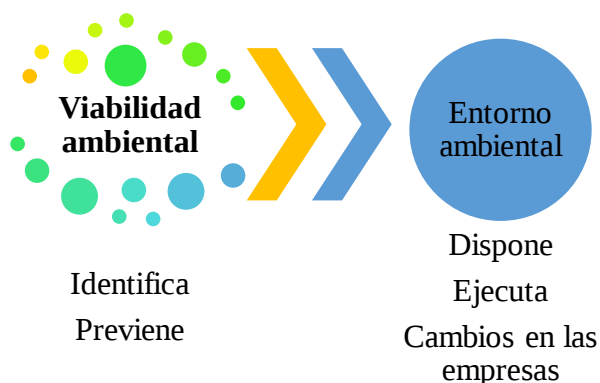
no puede haber desarrollo si no existe una preocupación social en su conjunto, por la conservación ambiental. (Betancourt, Correa, & Betancourt, 2019, p. 5)

Según Corzo & Chirinos (2019) la viabilidad Ambiental “relaciona la capacidad del ambiente de recuperarse ya sea por medios naturales o artificiales y de los promotores de los proyectos de hacer un manejo adecuado de las alteraciones positivas o negativas; que se pueda garantizar un nuevo equilibrio proyecto-ambiente”

La viabilidad ambiental es diferente al estudio del impacto ambiental que se realiza en el estudio de la viabilidad económica. En este último se determinan tanto los costos asociados con las medidas de mitigación parcial o total como los beneficios asociados con los daños evitados, incluyéndose ambos efectos dentro del flujo de caja del proyecto que se evalúa. (Sapag, 2001, p. 25)

La viabilidad ambiental determina posibles impactos sobre el medio ambiente, por lo que se lleva a cabo un análisis minucioso, su objetivo es identificar, predecir e interpretar los impactos ambientales, así como la prevención, corrección y valoración de cualquier proyecto al momento de su ejecución, su finalidad es ser aceptado, modificado o rechazado por parte de los órganos competentes, es decir, la viabilidad ambiental busca establecer un impacto al momento de hacer cambios en una empresa por lo que no afecte al entorno ambiental, un claro ejemplo sería los efectos de la contaminación que se producen al construir o hacer remodelaciones en edificios ya que ahí se genera desechos.

Figura 6 *Viabilidad Ambiental*



Fuente: propia

2.2.9. NORMA ISO 14001:2015

International Standardization Organization (ISO) año 2015 comenta que, los mayores beneficios logrados con la implementación de la certificación son el valor comercial, la reducción de emisiones de efecto invernadero y la optimización de la gestión de residuos; a esto se añade que proporciona una mejora en el manejo del riesgo empresarial y ventaja competitiva marcada. (Cubas & Mendoza, 2018, p. 23)

A continuación, se da a conocer algunos beneficios que ayudará a las empresas a prevenir que contaminen el medio ambiente:

1. Disminuir los accidentes laborales
2. Concientizar a los trabajadores
3. Reducir el daño al medio ambiente
4. Control y ahorro de consumo
5. Mejora continua
6. Control y ahorro de materia prima.

Figura 7 ISO 14001:2015



Fuente: propia

2.2.10. ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 14001:2015

“El logro de equilibrio entre el medio ambiente, la sociedad y la economía, se considera esencial para satisfacer las necesidades del presente sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades” (Sánchez, Olave, & Barón, 2017, p. 23).

Capítulo 4: Contexto de la organización

Es de vital relevancia que las organizaciones entiendan su contexto, con el fin de determinar las partes interesadas para poder establecer sus necesidades y expectativas por consiguiente se podrá obtener un mejor desempeño del Sistema de Gestión Ambiental.

Capítulo 5: Liderazgo

La Norma ISO 14001:2015 establece como requisito esencial que la gerencia ejerza o demuestre liderazgo y compromiso como consecuencia de ello, se debe asumir las responsabilidades de la efectividad del Sistema de Gestión Ambiental.

Capítulo 6: Planificación

Esta sección determina los siguientes parámetros: aspectos e impactos ambientales, requisitos legales aplicables además de riesgos y oportunidades de sus actividades para establecer los objetivos de mejora continua que debe ser coherente con la política ambiental.

Capítulo 7: Soporte

En esta cláusula se concentra en los recursos, comunicación y documentación que tiene la organización para la implementación y funcionamiento del Sistema de Gestión Ambiental.

Capítulo 8: Operación

En este capítulo se basa en los requisitos que deben cumplir respecto a la mitigación, gestión y el control del impacto ambiental de una organización, como consecuencia de ello, es necesario diseñar, implementar y mejorar continuamente sus operaciones y procesos para que el Sistema de Gestión Ambiental sea efectivo.

Capítulo 9: Evaluación del desempeño

En esta parte contiene las actividades esenciales para la corroboración de los resultados del desempeño, el cual comprende la medición y evaluación del Sistema de Gestión Ambiental que asegure la efectividad y la búsqueda de la mejora continua.

Capítulo 10: Mejora

En este último apartado se aglomeran todos los fundamentos para alcanzar la mejora continua, dicho de otro modo, esta cláusula se basa en los resultados y evaluación del análisis del

desempeño de los procesos, auditorías internas, revisión por parte de la gerencia de tal manera que se deba tener en cuenta las acciones correctivas y las no conformidades.

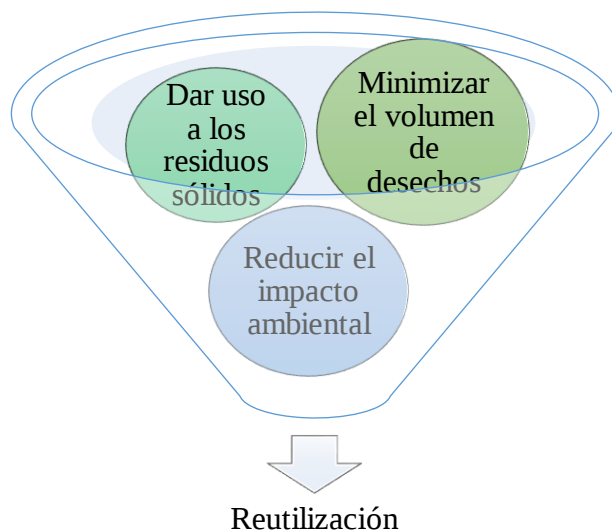
2.2.11.REUTILIZACIÓN

“La actividad de reutilización de desechos sólidos supone además de un ahorro de recursos, una reducción en el uso de energía, en los procesos de producción y en definitiva una racionalización del uso de los recursos” (Aguilera, 2016, pág. 219).

“La reutilización es volver a utilizar un objeto, material o residuo, para darle un nuevo uso. Es cualquier acción mediante la cual los residuos se vuelven a utilizar con una distinta finalidad para la que fueron creados” (Cañar, 2016, pág. 17).

“Los individuos optan por la reutilización de envases, contribuyendo de esta manera en la reducción de la extracción de materias primas que pudiesen ser utilizadas en la fabricación de un nuevo artículo” (Ruíz, Luzuriaga, & Rodríguez, 2015, pág. 7).

Dicho de otra manera, la reutilización hace mención de volver a emplear los residuos sólidos, dándole un nuevo uso y alargando su vida útil. Un claro ejemplo es que al usar ciertos productos pueden ser reutilizados sin alterar su composición, minimizando así el volumen de desechos y reduciendo el impacto en el medio ambiente, es de vital relevancia para el manejo de una formación ambiental dentro de la sociedad.

Figura 8 Reutilización

Fuente: Propia

2.2.12. RECICLAJE

El reciclaje es un proceso simple que nos puede ayudar a resolver muchos de los problemas creados por la forma de vida moderna. Se pueden salvar grandes cantidades de recursos naturales no renovables cuando en los procesos de producción se utilizan materiales reciclados. Los recursos renovables, como los árboles, también pueden ser salvados. (Peñate, Villa, & Chico, 2016, p. 24)

Según Sanmartín , Zhige, & Alaña (2017) citado por coreaga (1993) afirma que el reciclaje consiste en dar un aprovechamiento a los residuos sólidos que se generan y obtener de estos una materia prima que pueda ser incorporada de manera directa a un ciclo de producción o de consumo. El proceso de reciclaje es una actividad que conlleva a la utilización de energía para obtener nuevos productos en una planta recicladora.

Según Bermeo, Rea, López, & Pico (2018) citado por March (2006) afirma que con el adelanto de la ciencia y la tecnología el hombre va teniendo necesidades que le imponen desarrollar nuevos productos para satisfacer sus propias necesidades. Día tras día se está en contacto con objetos que van a la basura porque pensamos que ya no son útiles sin estar conscientes que con esa acción se pudiera estar contaminando el medio ambiente o despilfarrando energía.

Según Zabala (2018) citado por la Real Académica de la Lengua Española dice que el reciclaje es “someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar”. Esta actividad es considerada una buena práctica ambiental, ya que muchos de los artículos que usamos diariamente se elaboran a partir de la explotación de recursos naturales no renovables, como lo son el petróleo u otros recursos minerales.

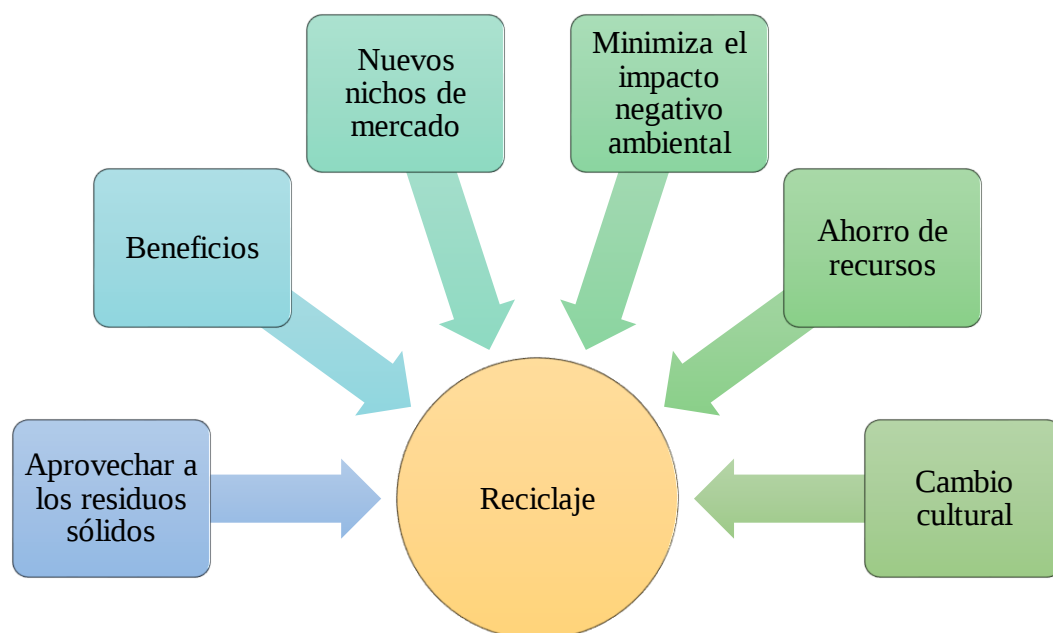
Según Bermeo, Rea, López, & Pico (2018) citado por Baquero y Fabían (2012) dice que en Ecuador el incremento de la cultura del reciclaje se ha utilizado como vía para ahorrar recursos y disminuir los negativos impactos ambientales de la basura.

Según Campoverde & Sarmiento (2018) citado por Roben (2003) el reciclaje es la actividad de rescatar los desechos sólidos al fin de devolver al ciclo económico, reutilizándolos o aprovechándolos como materia prima para nuevos productos, con lo que podemos lograr diversos beneficios económicos, ecológicos y social.

Según Silva & Figueroa (2017) citado por Martínez (2012) afirma que el impacto ambiental que el reciclaje representa se transforma en económico pues sus bajos costos hacen más notorio el beneficio que este deja a las organizaciones.

El reciclaje es un método que se puede utilizar para evitar la contaminación ambiental, por este medio se podrá elaborar nuevos productos y a su vez crear nuevos nichos de mercado y fomentar a los clientes un cambio de cultura al momento de generar residuos.

Figura v9 *Reciclaje*



Fuente: propia

2.2.13. VENTAJAS DEL RECICLAJE

Según Reyes , Pellegrini, & Reyes (2015) citado por Ruston y Denisson (1995) afirma:

- ✚ Reduce la contaminación y fortalece la conservación de los recursos naturales.
- ✚ Beneficia la conservación de la energía, porque se requiere menos para hacer los productos provenientes del reciclaje.
- ✚ Evita los costos de disposición de desechos en los rellenos sanitarios.
- ✚ Disminuye el volumen de basura que se dispone a los rellenos sanitarios.
- ✚ Genera fuentes de empleo.

✚ Induce al respeto por la naturaleza.



Figura 10 *Ventajas*

Fuente: propia

2.2.14. MATERIALES REUTILIZADOS

“Son aquellos desechos sólidos que se reutilizan o se transforman en algún otro producto, existe variedad de materiales como: plásticos, cartón, papel, vidrio (en especial los frascos y botellas), latas, revistas, periódicos” (Campoverde & Sarmiento, 2018, p. 13).

Es un proceso por el cual se crea nuevos productos reutilizando materiales tanto como plásticos, vidrios, cartón y entre otros. Al aplicar técnicas de reciclaje se procura crear productos nuevos con el fin de incorporarse al mercado y de reducir la contaminación ambiental y evitar la generación de residuos.

Figura 11 *Materiales Reutilizados*



Fuente: propia

2.2.15. ORIGEN DEL VIDRIO

“Los primeros envases de vidrio no se remontan hasta la Prehistoria. Para situar el origen del vidrio fabricado, debemos irnos 3.000 años antes de Cristo, puesto que es uno de los materiales más antiguos, junto con la cerámica” (Ecovidrio, 2019).

Las botellas de vidrio se las realizan con materia prima a muy altas temperaturas ese es el proceso que lleva la fabricación de las botellas, algunos investigadores dicen que las fabricaciones de estos dañan la atmosfera del planeta porque este produce demasiada energía. (Carrasco, 2017, p. 22)

El vidrio se ha dividido en grupos composicionales por medio de sus características químicas en las materias primas empleadas en su fabricación. Los análisis arqueo-métricos determinaron la procedencia del vidrio, demostrando que el vidrio primario fue producido y comercializado en una gran escala a través del Mediterráneo durante la Antigüedad y la Edad Media. (Ares & Schibille, 2016, p. 195)

2.2.16.RECICLAJE DEL VIDRIO

El reciclaje de las botellas de vidrio es muy bueno porque si obtenemos 3.000 botellas se ahorra mucho de lo que consume la elaboración de este producto. Con las botellas de vidrio se pueden hacer infinidades de manualidades para el hogar y también para vender. (Carrasco, 2017, p. 22)

El reciclaje consiste en obtener una nueva materia prima, mediante un proceso fisicoquímico o mecánico a partir de productos y materiales ya en desuso. Así se consigue alargar el ciclo de vida de un producto, ahorrando materiales y beneficiando al medio ambiente. El reciclaje surge no sólo para eliminar residuos, sino para hacer frente al agotamiento de los recursos naturales del planeta. (Calero, Cruz, & Martín , 2016, p. 3)

Al reciclar el vidrio pasa por un ciclo importante de limpieza y tratamiento para poder reutilizarlo, pero nada complejo como para no hacerlo y sobre todo sabiendo que de esa manera aportaremos en gran parte al planeta y a la supervivencia humana que es la que está en peligro. (Silva & Figueroa, 2017, p. 10)

“De cada kilogramo de envase de vidrio reciclado se obtiene un kilogramo de nuevos envases. El vidrio no pierde ninguna de sus cualidades al ser reciclado. Los envases de vidrio permiten reciclarse indefinidamente” (Mora & Palacios, 2019).

2.2.17.EMPRESAS ECOLÓGICAS

El sector empresarial ha tomado fuerza en los últimos años especialmente en la sostenibilidad empresarial, el gobierno fomenta el equilibrio entre lo económico, social y ambiental. Por lo tanto, se encuentra representado por aquellas empresas que ofertan bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos, incorporando buenas prácticas económicas, sociales y ambientales con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la

conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio.

(Cárdenas, Flores, Peralta , & Lara, 2019, p. 683)

A continuación se da a conocer una empresa que ofrece servicios a través de materiales ecológicos como lo es Creartón: Produce folders, cuadernos, carpetas, papel y una variedad de artículos de oficina con material reciclado. Su objetivo es diseñar el producto para que sea ecológico desde su concepción hasta el fin de su vida útil, por lo que no utiliza plásticos, tintas o blanqueadores que dañan el ambiente y además ahorra agua. Todas sus materias primas provienen de fuentes sustentables y por lo mismo sus productos son 100% reciclables (Visión Digital, 2015).

Figura 12 Beneficios de una empresa ecológica



Fuente: propia

2.2.18. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

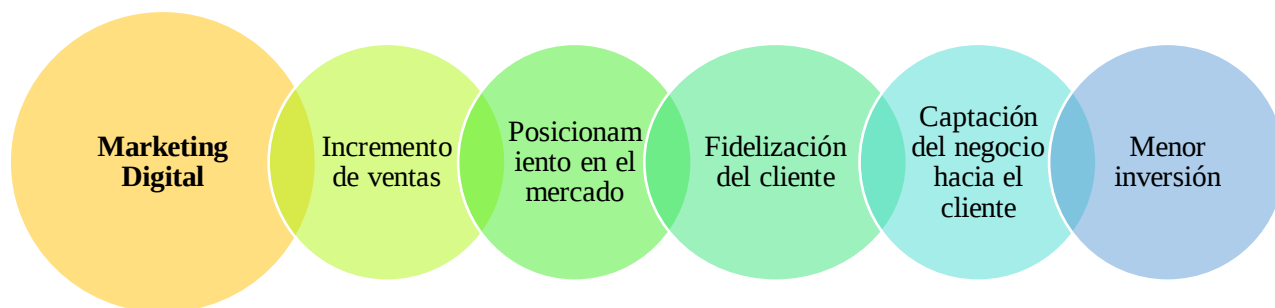
La evolución del internet potencia que el intercambio de información se realice de manera más rápida y eficiente; además, posibilita que los usuarios accedan de forma más fácil a bienes y servicios. Reduce los costos de la entrega de productos y servicios y sobrepasa los límites geográficos para facilitar el intercambio entre compradores y vendedores (Gangeshwer, 2013).

El marketing digital se ha convertido en una herramienta de impulso para muchas compañías en mercados nacionales e internacionales. Los cambios que se han presentado en el sector tecnológico, la gran mayoría de la persona posee un teléfono inteligente, donde se recibe una gran cantidad de información diaria, las redes sociales son las aplicaciones más utilizadas por la comunidad, por tanto, las PyMes han invertido en publicidad por medio de dichas redes. (Torres, Rivera , Cabarcas, & Castro, 2018).

El marketing digital impulsa la creación de demanda mediante el poder de Internet y constituye el proceso de comercialización de una marca a través de los canales digitales. Esta técnica de promoción representa un eslabón fundamental en la proliferación del comercio electrónico (Stokes, 2011).

Los aspectos relevantes sobre el marketing digital y el comercio electrónico en la actualidad son: la interacción constante con los clientes, el análisis del comportamiento de estos, el posicionamiento del negocio en los buscadores web, la correcta selección de los canales de comunicación con los clientes, el diseño adecuado del sitio y la seguridad en las transacciones financieras. Estos elementos constituyen puntos de referencia para aquellas empresas y negocios que deseen expandirse hacia el mercado digital de manera exitosa. (Perdigón, Viltres, & Madrigal, 2018).

Al implementar esta estrategia al negocio ayuda que la marca sea reconocida en el mercado por lo que permitirá incrementar las ventas, una de sus ventajas es que se podrá ajustar y optimizar la publicidad en tiempo real por lo que no se necesitará de mucha inversión, ya que las redes sociales son gratuitas.

Figura 13 *Marketing Digital*

Fuente: propia

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Aspecto ambiental

Es cualquier faceta en la que se encuentra la organización, ya que por medio de sus actividades interactúa con el medio ambiente y puede causar diversos impactos ambientales o modificaciones en el medio.

Cliente

Las personas que adquieren el producto o servicio, es por esto que las organizaciones se enfocan en satisfacer las necesidades y expectativas.

Contaminación

Es la presencia de agentes nocivos los cuales se encuentran presentes en el medio ambiente que pueden ser perjudiciales para los seres vivos.

Enfoque ambiental

Su objetivo es promover la educación y cultura ambiental para concientizar a las personas a ser responsables con el medio ambiente.

Factibilidad

Es la disposición de recursos los cuales son necesarios para poder cumplir con las metas u objetivos propuestos.

Impacto ambiental

Es cualquier tipo de alteración que afecta a las condiciones ambientales causadas por las actividades humanas.

Plan de negocio

Es un texto escrito donde se describen las actividades que se van a llevar a cabo para poder analizar la factibilidad y viabilidad del negocio.

Precio

Valor monetario asignado a un bien, servicio o producto que los clientes deben dar para poder realizar la transacción.

Producto

Los productos se pueden clasificar en tangibles e intangibles, tangibles son aquellos bienes que ha pasado por el proceso de manufactura, es decir que son los bienes que se pueden tocar.

Reutilización

Es la actividad de emplear materiales que son rechazados y darles una nueva aplicación con fines diferente para los cuales han sido creados.

Reciclaje

Es la obtención de materia prima a partir de los desechos sólidos para su posterior introducción en el ciclo de utilización, reduciendo de forma eficaz los desechos.

Sostenibilidad

Es la satisfacción de las necesidades presentes las cuales garantizan el equilibrio económico cuidado del medio que nos rodea y bienestar social.

Viabilidad

Consiste en la realización de un análisis para ver la posibilidad que tiene una idea o proyecto para su ejecución y si es beneficioso o no.

2.4. MARCO CONTEXTUAL

El lugar donde se va a emprender el negocio está ubicado en la Ciudadela Colinas del Maestro "Rosita Paredes" que se encuentra en la Avenida Francisco de Orellana ya que es una zona estratégica, debido a que está en un punto accesible de tal manera se considera que los clientes se potencialicen. Los términos bajo los cuales está ubicado el negocio en esa dirección es que se encuentra en un lugar lejos de la competencia y así se tendrá una ventaja por lo que se podrá incrementar las ventas. La recolección de la materia prima se realizará en dicho lugar, por el cual es un factor de vital relevancia para la producción y comercialización del producto que se va a ofrecer.

Figura 14 *Ubicación del Local*



Fuente: (Google maps, s.f.).

2.5. MARCO LEGAL

El presente trabajo se realiza bajo las actividades de reutilización de desechos sólidos, por lo cual se determina una ejecución jurídica a la hora de tomar acción. A continuación, se detallan códigos, políticas, leyes, reglamentos y otros documentos que se encuentran vigentes en el país, con el fin de crear una empresa con enfoque ambiental y así lograr cumplir los lineamientos respectivos.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.

Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” (Asamblea Nacional, 2008, p. 13).

Art. 67.- (...) 27. “El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza” (Asamblea Nacional, 2008, p. 33).

Art. 71.- “La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos” (Asamblea Nacional, 2008, p. 36).

Por su parte, el artículo 72 dice que:

La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces

para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas (Asamblea Nacional, 2008, p. 36).

Art. 74.- “Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado” (Asamblea Nacional, 2008).

Art. 83.- “Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

(...) 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible” (Asamblea Nacional, 2008, pág. 41).

Por su parte, el artículo 395 dice que la Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales (Asamblea Nacional, 2008, p. 192).

En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas.

Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. Responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

- (...) 2. Establecer mecanismos efectivos de prevención y control de la contaminación ambiental, de recuperación de espacios naturales degradados y de manejo sustentable de los recursos naturales.
- 3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente (Asamblea Nacional, 2008, pp. 192-193).

CONVENIO: OBJETIVOS MUNDIALES

Objetivos 12: Producción y consumo responsables.

Para lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos. La agricultura es el principal consumidor de agua en el mundo y el riego representa hoy casi el 70% de toda el agua dulce disponible para el consumo humano. La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes son vitales para lograr este objetivo. También es importante instar a las industrias, negocios y los consumidores a reciclar y reducir los desechos, como asimismo apoyar a los países en desarrollo a avanza hacia patrones sostenibles de consumo para el 2030.

El consumo de una gran proporción de la población mundial sigue siendo insuficiente satisfacer incluso sus necesidades básicas. En este contexto es importante reducir a la mitad el desperdicio per cápita de alimentos en el mundo a nivel de comercio minorista t de consumidores para crear cadenas de producción y suministro más eficientes. Esto puede aportar a la seguridad alimentaria y llevarnos hacia una economía que utilice los recursos de manera más eficiente. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015)

Código Orgánico Del Ambiente (COA) Registro Oficial Suplemento 983 de 12 de abril del 2017

Art. 1.- “Objeto. Este Código tiene por objeto garantizar el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, así como proteger los derechos de la naturaleza para la realización del buen vivir o sumak kawsay.” (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 10)

Art. 5.- “Derecho de la población a vivir en un ambiente sano”. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 12)

Art. 199.- “Objeto. Las acciones de control y seguimiento de la calidad ambiental tienen como objeto verificar el cumplimiento de la normativa y las obligaciones ambientales correspondientes, así como la efectividad de las medidas para prevenir, evitar y reparar los impactos o daños ambientales”. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 56)

Por otra parte, en el artículo 224 del Código Orgánico del Ambiente indica:

Objeto. La gestión integral de los residuos y desechos está sometida a la tutela estatal cuya finalidad es contribuir al desarrollo sostenible, a través de un conjunto de políticas

intersectoriales y nacionales en todos los ámbitos de gestión, de conformidad con los principios y disposiciones del Sistema Único de Manejo Ambiental. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 60).

Por consiguiente, en el artículo 225 dice que:

Políticas generales de la gestión integral de los residuos y desechos. Serán de obligatorio cumplimiento, tanto para las instituciones del Estado, en sus distintos niveles y formas de gobierno, regímenes especiales, así como para las personas naturales o jurídicas, las siguientes políticas generales:

(...) 5. El fomento al desarrollo del aprovechamiento y valorización de los residuos y desechos, considerándolos un bien económico con finalidad social, mediante el establecimiento de herramientas y mecanismos de aplicación. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 61).

Art. 226.- “Principio de jerarquización. La gestión de residuos y desechos deberá cumplir con la siguiente jerarquización en orden de prioridad:

1. Prevención;
2. Minimización de la generación en la fuente;
3. Aprovechamiento o valorización;
4. Eliminación; y,
5. Disposición final.” (Código Orgánico del Ambiente, 2018).

El Código Orgánico del Ambiente hace mención en el artículo 229 lo siguiente:

“Alcance y fases de la gestión. La gestión apropiada de estos residuos contribuirá a la prevención de los impactos y daños ambientales, así como a la prevención de los riesgos a la salud humana asociados a cada una de las fases. Las fases de la gestión integral de residuos sólidos no peligrosos serán determinadas por la Autoridad Ambiental Nacional.” (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 62).

No obstante, en el artículo 233 del mismo código se establece que:

“Aplicación de la Responsabilidad extendida Productor sobre la gestión de residuos y desechos no peligrosos, peligrosos y especiales. Los productores tienen la responsabilidad de la gestión del producto en todo el ciclo de vida del mismo. Esta responsabilidad incluye los impactos inherentes a la selección de los materiales, del proceso de producción y el uso del producto, así como lo relativo al tratamiento o disposición final del mismo cuando se convierte en residuo o desecho luego de su vida útil o por otras circunstancias. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 63).

Art. 243.- “Objeto. La Autoridad Ambiental Nacional impulsará y fomentará nuevos patrones de producción y consumo de bienes y servicios con responsabilidad ambiental y social, para garantizar el buen vivir y reducir la huella ecológica”. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 64).

Por consiguiente, en el artículo 245 dice que las:

Obligaciones generales para la producción más limpia y el consumo sustentable. Todas las instituciones del Estado y las personas naturales o jurídicas, están obligadas según corresponda, a:

(...) 2. Optimizar el aprovechamiento sustentable de materias primas;

(...) 4. Prevenir y minimizar la generación de cargas contaminantes al ambiente, considerando el ciclo de vida del producto;

(...) 9. Minimizar y aprovechar los desechos. (Código Orgánico del Ambiente, 2018, p. 65)

ACUERDO NO.028 SUSTITUYESE EL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA

CAPÍTULO VI

GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS, Y DESECHOS PELIGROSOS Y/O ESPECIALES

Por consiguiente, en el artículo 63 nos indica que:

“Viabilidad técnica- Además de la regularización ambiental, la Autoridad Ambiental Nacional otorgará a los Gobiernos Autónomos Descentralizados la viabilidad técnica a los estudios de factibilidad y diseños definitivos de los proyectos para la gestión integral de residuos sólidos no peligrosos, en cualquiera de sus fases.” (Ministerio de Ambiente , 2015, pp. 26-27).

ACUERDO NO. 061 REFORMA DEL LIBRO VI DEL TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN SECUNDARIA.

Esta Norma consiste:

CAPÍTULO VI

Gestión integral de residuos sólidos no peligrosos, y desechos peligrosos y/o especiales en los:

Por consiguiente, en el artículo 49 se indica que las:

“Políticas generales de la gestión integral de los residuos sólidos no peligrosos, desechos peligrosos y/o especiales. - Se establecen como políticas generales para la gestión integral de estos residuos y/o desechos y son de obligatorio cumplimiento tanto para las instituciones del Estado, en sus distintos niveles de gobierno, como para las personas naturales o jurídicas públicas o privadas, comunitarias o mixtas, nacionales o extranjeras, las siguientes:

(...) c) Minimización de generación de residuos y/o desechos;

(...) f) Fomento al desarrollo del aprovechamiento y valorización de los residuos y/o desechos, considerándolos un bien económico, mediante el establecimiento de herramientas de aplicación como el principio de jerarquización.

1. Prevención
2. Minimización de la generación en la fuente
3. Clasificación
4. Aprovechamiento y/o valorización, incluye el reúso y reciclaje
5. Tratamiento y
6. Disposición Final”. (Ministerio de Ambiente, 2015, p. 16).

SECCIÓN I

GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS Y/O DESECHOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS

Art. 55.- “De la gestión integral de residuos y/o desechos sólidos no peligrosos.

Una gestión apropiada de residuos contribuye a la disminución de los impactos ambientales asociados a cada una de las etapas de manejo de éstos”. (Ministerio de Ambiente, 2015, p. 18).

PARÁGRAFO VI

El Ministerio de Ambiente hace mención en el artículo 73 que del aprovechamiento

a)” Cuando los residuos sólidos no peligrosos ingresen a un nuevo ciclo productivo, se deberá llevar actas de entrega-recepción de los mismos por parte de los gestores ambientales autorizados por la Autoridad Ambiental competente. Si del proceso de aprovechamiento se generaren desechos, éstos deberán ser entregados al prestador del servicio”. (Ministerio de Ambiente, 2015, pp. 22)

ACUERDO NO. 161

Por consiguiente, en el artículo 155 del presente reglamento se indica que son los desechos especiales:

- a) “Aquellos desechos, que, sin ser peligrosos, por su naturaleza, pueden impactar el entorno ambiental o la salud, debido al volumen de generación y/o difícil degradación y para los cuales se debe implementar un sistema de recuperación, reúso y/o reciclaje con el fin de reducir la cantidad de desechos generados, evitar su inadecuado manejo y disposición, así como la sobresaturación de los rellenos sanitarios municipales.”
- (Ministerio de Ambiente, 2014, p. 38).

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, CODIFICACIÓN

Art. 2.- “La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización

de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.” (Ministerio de Ambiente, 2004, p. 1).

CAPITULO III

DE LOS MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN SOCIAL

Por consiguiente, en el artículo 28 hace mención que:

“Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas.” (Ministerio de Ambiente, 2004, p. 5)

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Por consiguiente, en el artículo 1 de la ley orgánica presenta como:

“Objeto y ámbito. - La presente Ley tiene por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y

solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 4)

En el artículo 5 de la Ley Orgánica hace alusión a las:

“Obligaciones del Estado. - Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:

1. Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable;
2. Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno; y,
3. Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 4).

CAPÍTULO III

FOMENTO AL EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS

En el artículo 14 hace mención a la Guía Nacional de Emprendimiento donde:

“La Secretaría Técnica del CONEIN generará una guía nacional para emprendedores que provea información al menos en los siguientes aspectos: macroeconómicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, además de un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el mundo, con información para exportar productos y servicios. La Secretaría Técnica, en coordinación con las demás entidades del Estado, actualizará semestralmente

la Guía Nacional de Emprendimiento y podrá incluir la información complementaria que crea necesaria.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 6)

CAPÍTULO V

FUENTES ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO Y GARANTÍAS

Artículo 24.- “Fuentes de financiamiento e inversión. - Quienes consten en el Registro Nacional de Emprendimiento tendrán acceso inmediato a los servicios financieros y a los fondos de inversión públicos que se generen a partir de la aplicación de esta ley.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 7)

En el artículo 25 hace mención acerca del:

“Capital semilla. - En el caso que el inversor sea el Estado ecuatoriano se procederá de conformidad con el artículo 620 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. En el caso que el inversor provenga del sector privado, el capital semilla podrá ser entregado mediante recursos no reembolsables, aporte de capital, notas convertibles en acciones, compra de acciones o participaciones y otros derechos de acuerdo al esquema societario y legal del emprendedor; capital semilla que se otorgará a proyectos de emprendimiento que no hayan superado todavía los veinticuatro (24) meses de vida.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 7).

DISPOSICIONES REFORMATARIAS

En la sexta disposición de la Asamblea Nacional menciona la sustitución del artículo 303 de la Ley de Compañías, por el siguiente:

“La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras “compañía en comandita” o su abreviatura. Si se trata de una compañía que ha adoptado la categoría de sociedad de beneficio e interés colectivo, podrá agregar a su denominación la expresión “Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo.” (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, p. 14).

LEY DE COMPAÑÍAS, CODIFICACIÓN

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

La Ley de Compañías menciona en el artículo 1 lo siguiente:

“Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.” (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014, p. 1).

En el artículo número 2 hace mención sobre las diferentes compañías de comercio: entre ellas se encuentran:

“La compañía en nombre colectivo; compañía en comandita simple y dividida por acciones; compañía de responsabilidad limitada; compañía anónima; y, compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación”. (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014, p. 1).

La Ley de Compañías especifica en el artículo 4 que:

“El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.” (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014).

Art. 5.- “Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.” (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014).

En el artículo 18 menciona que:

“La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil. De igual forma deberán remitir, los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil, la información electrónica relacionada con los procesos simplificados de constitución de compañías y otros actos y documentos que electrónicamente se hubieren generado de conformidad con la presente Ley y la reglamentación que la Superintendencia emitirá para el efecto. Las copias que los

funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.” (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014, p. 7)

Art. 19.- “La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio”. (Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación, 2014, p. 8).

LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO -LORTI

Art. 1.- “Objeto del impuesto. -Establece el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.” (Dirección Nacional Jurídica, 2018, p. 1).

Art. 4.- “Sujetos pasivos. -Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.” (Dirección Nacional Jurídica, 2018, p. 2).

Capítulo VI

CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS

La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno hace mención acerca de la obligación para llevar la contabilidad es decir que:

“Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y

sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.” (Dirección Nacional Jurídica, 2018, p. 31)

CAPÍTULO VII

DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO

Art. 22.- “Sistemas de determinación. - La determinación del impuesto a la renta se efectuará por declaración del sujeto pasivo, por actuación del sujeto activo, o de modo mixto.” (Dirección Nacional Jurídica, 2018, p. 32).

La “Ordenanza que norma el manejo de los desechos sólidos no peligrosos generados en el cantón Guayaquil”.

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO ÚNICO

Por otra, parte la Orden en el artículo 1 menciona que:

“Tiene como objetivo establecer las normas y disposiciones básicas que sobre el manejo de los desechos sólidos no peligrosos, deberán sujetarse las personas naturales o jurídicas, nacionales y extranjeras, públicas o privadas, así como regular las funciones técnicas y administrativas que le corresponde cumplir al Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayaquil de acuerdo a la competencia establecida en el Código Orgánico de

Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.” (Municipalidad de Guayaquil, 2010, pp. 1-2).

CAPÍTULO III

3.1. MARCO METODOLÓGICO

3.1.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria

Esta investigación es de carácter exploratorio pues nace de la observación directa en el área de estudio donde se determinaron factores significativos del problema, tales como la contaminación del medio ambiente, debido a los desechos de envases, los mismos que podrían ser utilizados en materia prima para transformarlos en recuerdos, por lo cual permite a los investigadores profundizar el tema mediante el estudio de factibilidad para un plan de negocio.

Investigación Descriptiva

Este estudio cumple con la característica de tipo descriptivo en virtud de la recolección de información y análisis que se realizará de los datos obtenidos por medio de la encuesta, buscando establecer estadísticamente el nivel de aceptación del producto involucrado junto con las partes interesadas de la empresa y los procesos relacionados a la creación del producto.

Investigación Documental

Uno de los requisitos fundamentales para la creación de un plan de negocio con un enfoque ambiental fundamentado en la norma ISO 14001 versión 2015, es el análisis y recolección de información pertinente, por tanto este estudio es documental ya que está sustentado en artículos científicos, libros, revistas, repositorios, sitios web, permitiendo garantizar la veracidad y autenticidad de la investigación con su correspondiente análisis con la finalidad de elaborar la propuesta del trabajo de investigación.

3.2.MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Deductivo

El método parte de los datos generales a específicos, se lo utilizó para investigar los mercados de recuerdos infantiles que se encuentran dentro del país, de tal manera se logró obtener un resultado universal que favorece dar una mejor perspectiva y prioridad a la creación de una empresa con enfoque ambiental utilizando materiales reutilizables.

Analítico

Se utilizó el método analítico lo cual permitió establecer y estudiar los gustos y preferencias de los diferentes tipos de clientes, generando rentabilidad y sostenibilidad, aplicando estrategias las cuales serán innovadoras para captar la atención del consumidor, comprometiéndose a contribuir con el medio ambiente.

Cuantitativo

Este método se implementará en la investigación por medio del análisis de datos numéricos obtenidos en la encuesta lo cual ayudará a la toma de decisiones. Uno de los tipos de investigación que se utilizará para elaborar el plan de negocio será a base de encuestas.

3.2.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Encuesta

Se aplicó la encuesta para obtener la información de la investigación, lo cual se estableció mediante un cuestionario de preguntas mixtas debido a que la encuesta está conformada por preguntas abiertas y cerradas, donde utilizaremos una muestra estadística en el que se dividirá

por sectores de la ciudad, de esta manera se tendrá en cuenta los gustos y preferencias de los futuros clientes de los recuerdos infantiles hechos con materiales reutilizados (Véase en anexos 3-4-5-6-7-8).

Observación

La técnica que se utilizó fue la de observación directa ya que nos facilita analizar el comportamiento de un grupo de personas que se encuentran en el sector, de tal manera se consiguió un número mayor de datos por lo consiguiente permitió realizar un mejor sondeo de hechos.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población que se tomó para este estudio son las personas que viven en las parroquias urbanas de la ciudad de Guayaquil con un rango de edad de 15 años en adelante.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), la ciudad de Guayaquil tiene 2.291.158 de habitantes en su zona urbana.

Tabla 2 *Población de la zona urbana del cantón de Guayaquil*

Población de la zona urbana del cantón de Guayaquil		
Sexo		Total
Masculino	Femenino	
1.127.137	1.164.021	2.291.158

Fuente: propia.

Muestra

Se tomará una muestra empleando el método probabilístico aleatorio simple estratificado debido que hemos asumido por información empírica de consumidores, que las preferencias de compra del guayaquileño varían de acuerdo con la zona geográfica donde habita. Se clasificaron por sectores: norte, sur y centro y se determinó un rango de edad de 15 años en adelante.

Fórmula del tamaño de la muestra aleatoria estratificada: (López & Fachelli, 2015, p. 22)

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

Tabla 3 *Términos del cálculo de la muestra*

Términos	Descripción
n	Muestra
Z	Nivel de confianza del 95%= 1,96
p	proporción esperada (5% = 0,5)
q	probabilidad de que no sea Aceptado (1-p)
e	Margen de Error 5%

Fuente: propia.

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 1.631.304,5 * (0.5) * (1 - 0.5)}{(0.05)^2 (1.631.304,5 - 1) + (1,96)^2 * (0.5) * (1 - 0.5)} = 384,069$$

Tabla 4 *Población por grupos de edad.*

Porcentaje de población por grupos de edad	
0 a 14 años	28,80%
15 y más	71,20%

Fuente: propia.

Tabla 5 *Población dividida en parroquias y por sectores.*

Parroquias	Norte	Sur	Centro
1. Tarqui:	1.050.826		
2. Ximena:		546.254	
3. Febres Cordero:			343.836
4. 9 de octubre:			5.747
5. Ayacucho:			10.706
6. Bolívar:			6.758
7. Chongón:			36.726
8. García Moreno:			50.028
9. Letamendi:			95.943
10. Olmedo:			6.623
11. Pascuales:	74.932		
12. Pedro Carbo:			4.035
13. Roca:			5.545
14. Rocafuerte:			6.100
15. Sucre:			11.952
16. Urdaneta:			22.680
17. Periferia:	12.467		
TOTAL	1.138.225	546.254	606.679

Fuente: propia.

Tabla 6 Sectores divididos por rangos de edad

Rangos de edad	Norte	Sur	Centro	Total
	1.138.225,00	546.254	606.679	2.291.158
15 años y más - 71,20%	810.416,20	388.932,85	431.955,45	1.631.304,5
0 – 14 años - 28,80%	327.808,80	157.321,15	174.723,55	659.853,5

Fuente: propia.

Cálculo de la muestra aleatoria simple estratificada

Tabla 7 Muestra aleatoria simple estratificada

Sectores	Población	Fracción	Muestra
Norte	810.416,20	0,496790269	190
Sur	388.932,85	0,238418302	92
Centro	431.955,45	0,264791429	102
Total	1.631.304	1	384

Fuente: propia

3.4. ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE DATOS

La técnica de análisis que se utilizará en la investigación es de tipo cuantitativo por lo que se graficará, analizará y se comparará los datos que se obtuvieron por medio de la investigación.

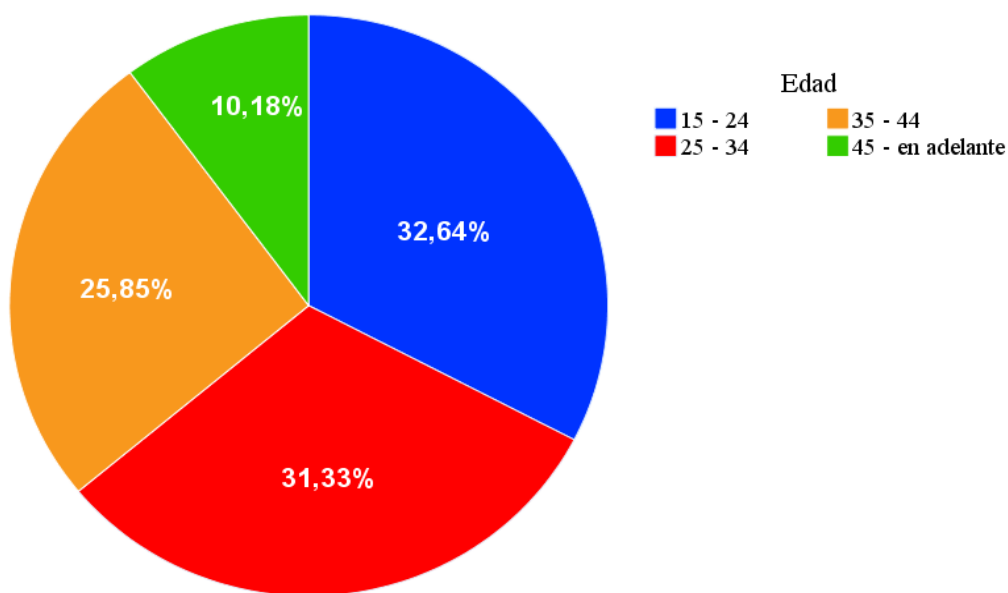
Por consiguiente, el instrumento que se utilizó para la recolección de datos es una encuesta que permitió establecer información sobre la producción y comercialización de recuerdos infantiles hechos a base de materiales reutilizables. La investigación de mercado se realizó a 384 personas de forma digital debido a la situación que atraviesa el país. Las encuestas se realizaron en el sector norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil, concentrándonos en un rango de edad de 15 años en adelante

Estas encuestas fueron analizadas de tal manera que se pudo obtener resultados con el fin de tener conocimiento acerca de los posibles clientes que aceptarían o estarían dispuestos a

adquirir recuerdos elaborados a base de material reutilizable y si el proyecto que se va a emprender sería viable y factible.

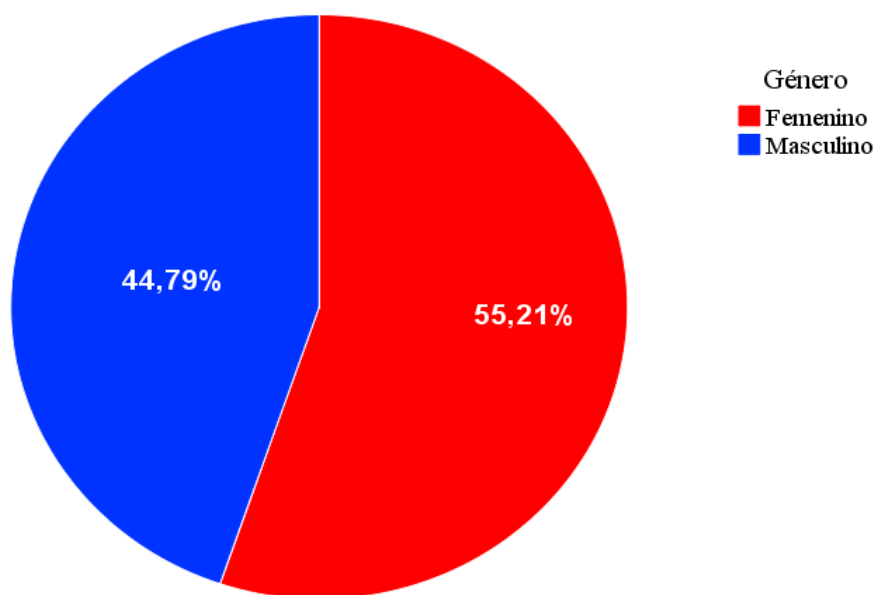
Se creó una base de datos, apoyándonos del programa IBM SPSS Statistics versión 24, para la presentación de dicha información, por lo que se utilizó gráficos de pastel, se clasificó las respuestas y se realizó la posterior tabulación.

Figura 15 *Rango por edades*



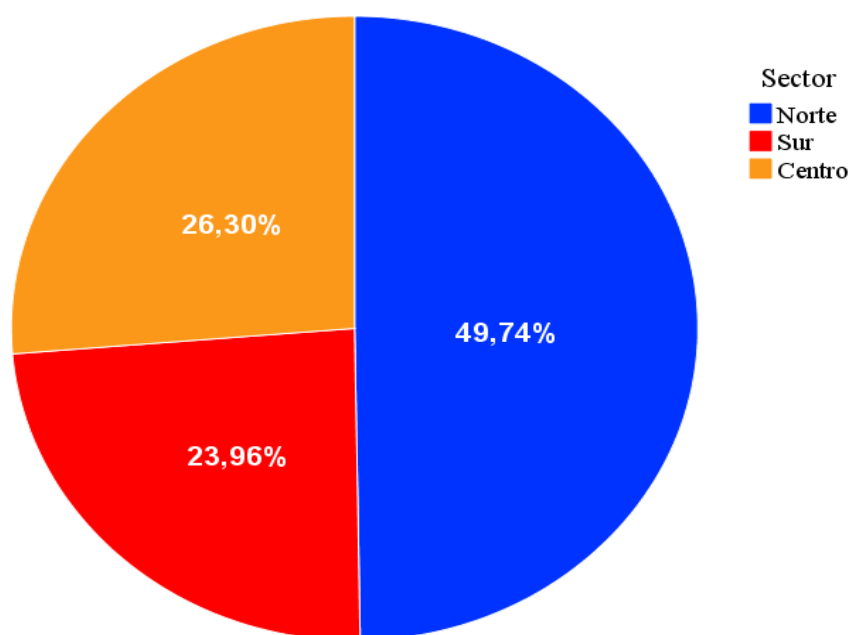
Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Según los datos obtenidos se puede observar que el grupo que tuvo más participación al momento de realizar la encuesta pertenecen al rango de edad de 15 a 24 años con un 32,64% de la población.

Figura 16 Género

Elaborado por: Fuente propia.

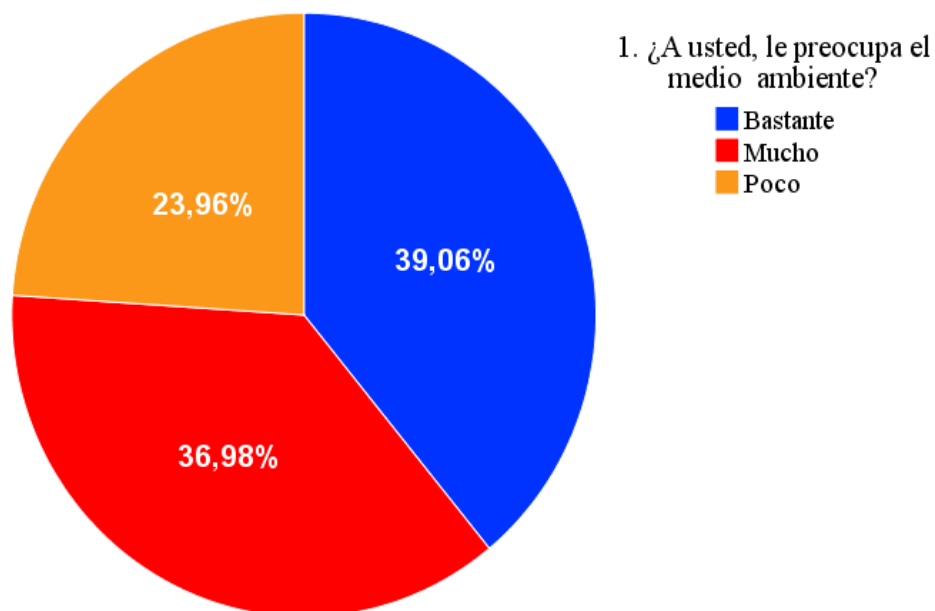
Análisis: Según los datos obtenidos se puede observar que el grupo que tuvo más participación al momento de realizar la encuesta pertenecen al género femenino con un 55,21% de la población.

Figura 17 Sectores de la ciudad Guayaquil

Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 49,74% de las personas viven en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

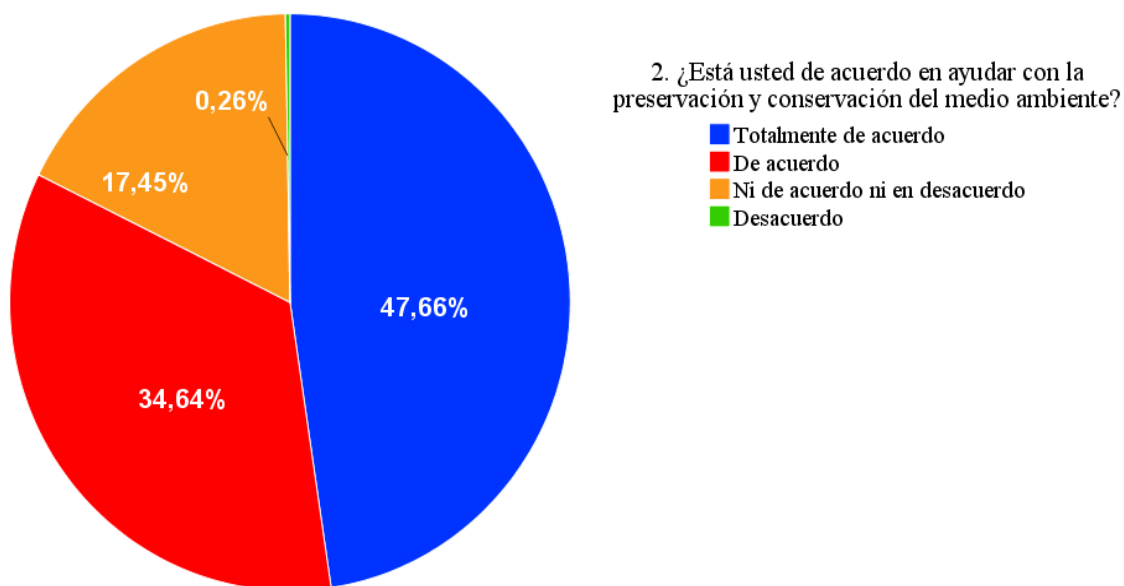
Figura 18 Preocupación por el medio ambiente



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Del 100% de las personas encuestadas, podemos observar que el 39,06% les preocupa bastante el medio ambiente y el 23,06% les preocupa poco y esto puede ser el resultado de la falta de conocimiento o interés acerca de los cambios que están sucediendo en el medio ambiente.

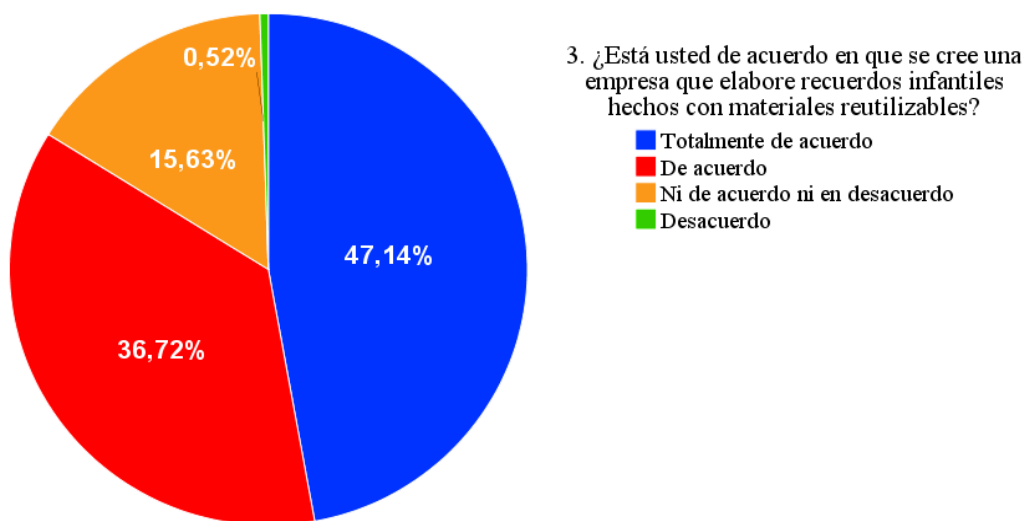
Figura 19 *Preservación y conservación del medio ambiente*



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: En este gráfico se aprecia que el 100% de los encuestados, el 47,66% está totalmente de acuerdo con ayudar a la preservación y conservación del medio ambiente, seguido del 34,64% está de acuerdo, esto quiere decir que hay un porcentaje pequeño al cual no le preocupa el medio ambiente.

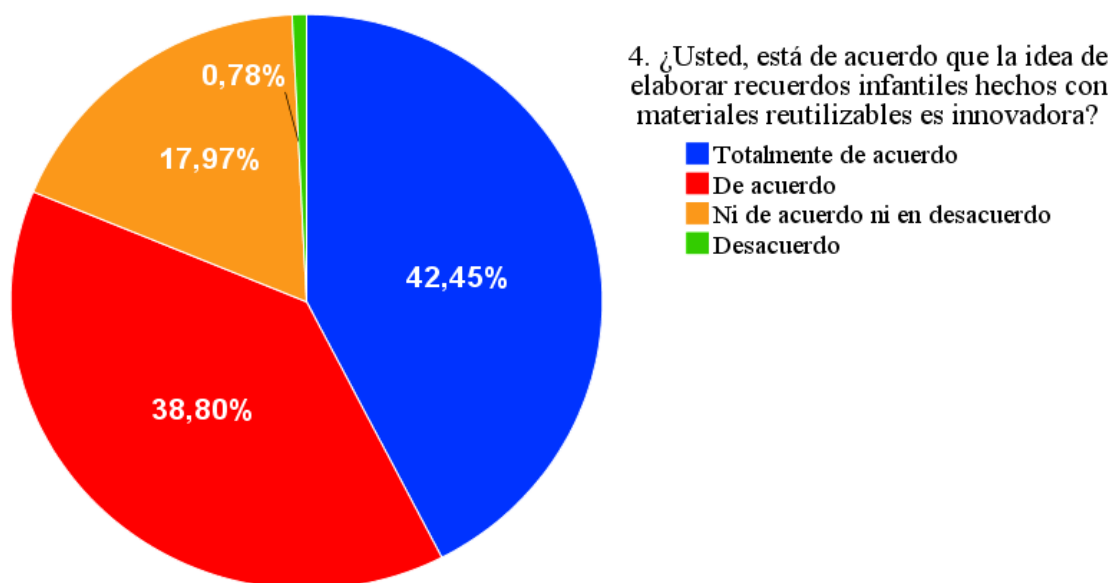
Figura 20 *Creación de una empresa que elabora recuerdos.*



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Según los resultados expuestos en la encuesta se observa que el 47,14% se encuentra totalmente de acuerdo en la creación de una organización que elabore recuerdos a base de material reutilizable, seguido del 36,72% que se encuentra de acuerdo, es decir que se puede apreciar que la población encuestada tiene aceptación por dicha creación.

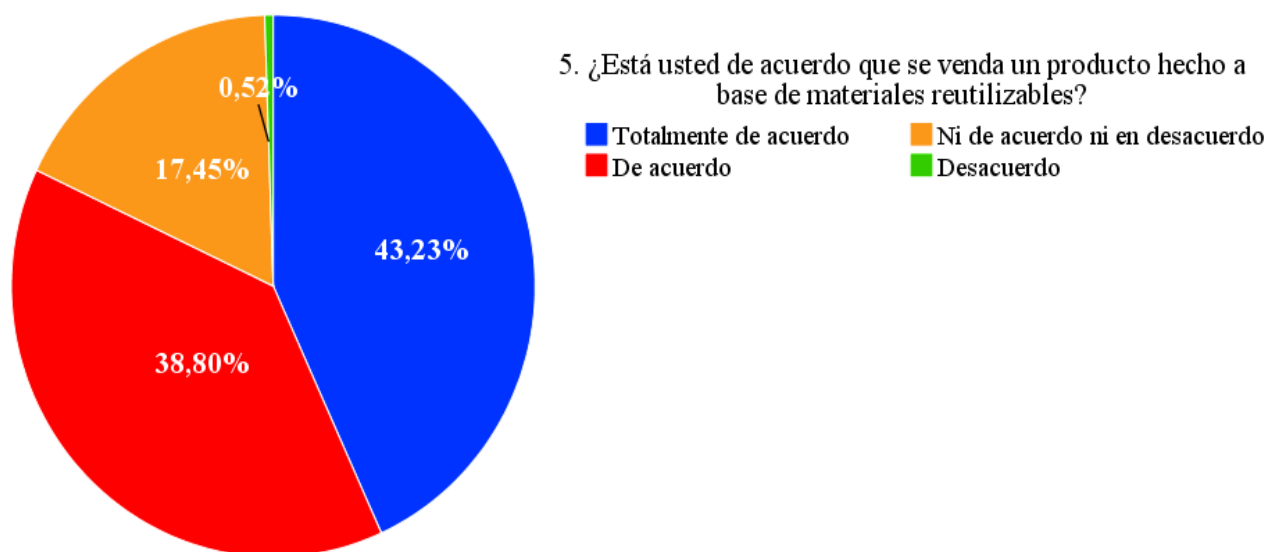
Figura 21 *Idea innovadora*



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Podemos apreciar en el siguiente gráfico que el 42,45% de los encuestados está totalmente de acuerdo con elaborar recuerdos infantiles con materiales reutilizables ya que es una idea nueva e innovadora y el 38,80% está de acuerdo, esto quiere decir que es un emprendimiento atractivo.

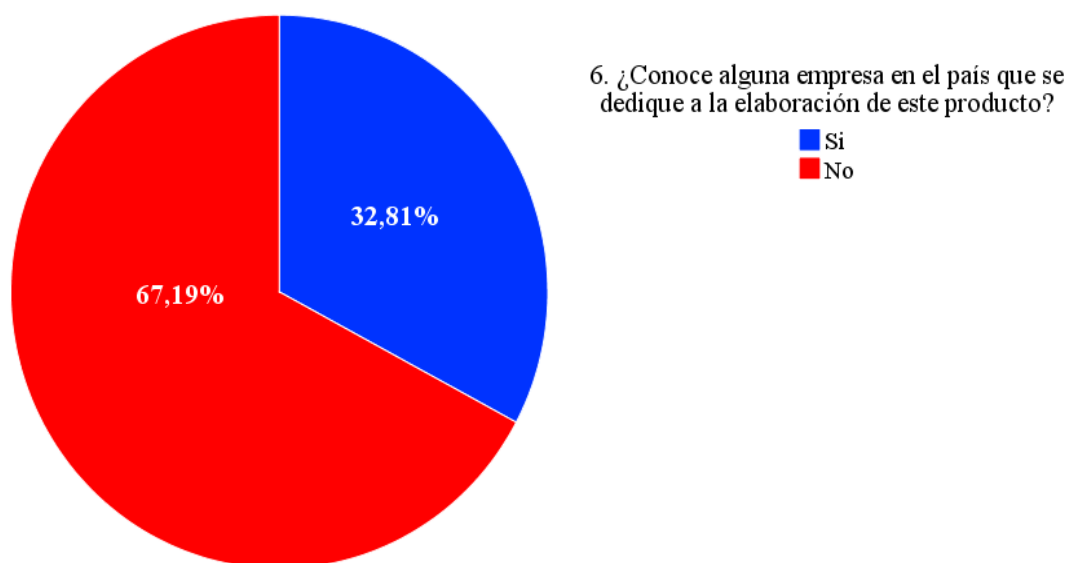
Figura 22 *Venta de productos hecho con materiales reutilizables*



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: En la muestra realizada se obtuvieron los siguientes resultados; el 43,23% está totalmente de acuerdo que se venda un producto hecho con materiales reutilizables, seguido por el 38,80% de la población que están de acuerdo en la venta de dicho producto, en otras palabras, se debería hacer énfasis en la venta de este producto.

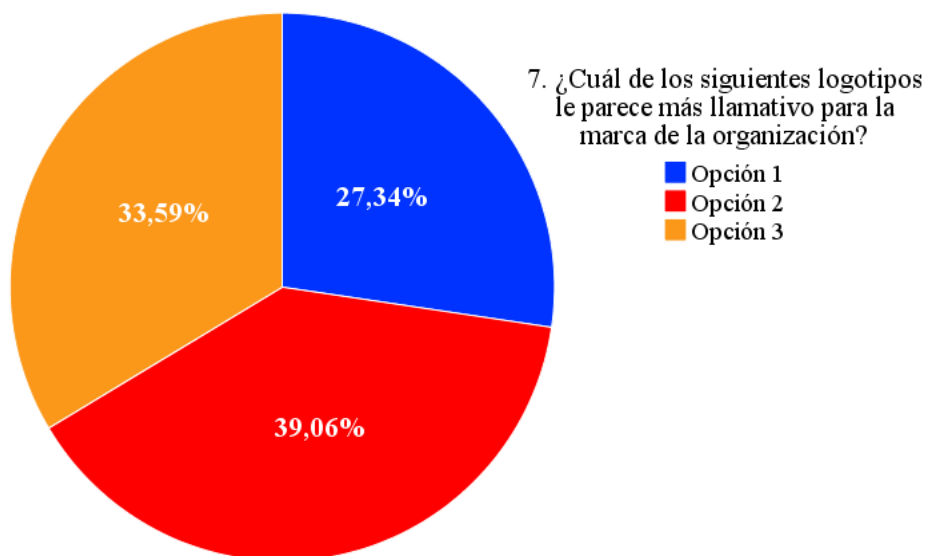
Figura 23 *Empresas que tengan los mismos productos*



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Podemos concluir que el 67,19% de las personas encuestadas no tienen conocimiento acerca de empresas que elaboren y comercialicen recuerdos para fiestas infantiles.

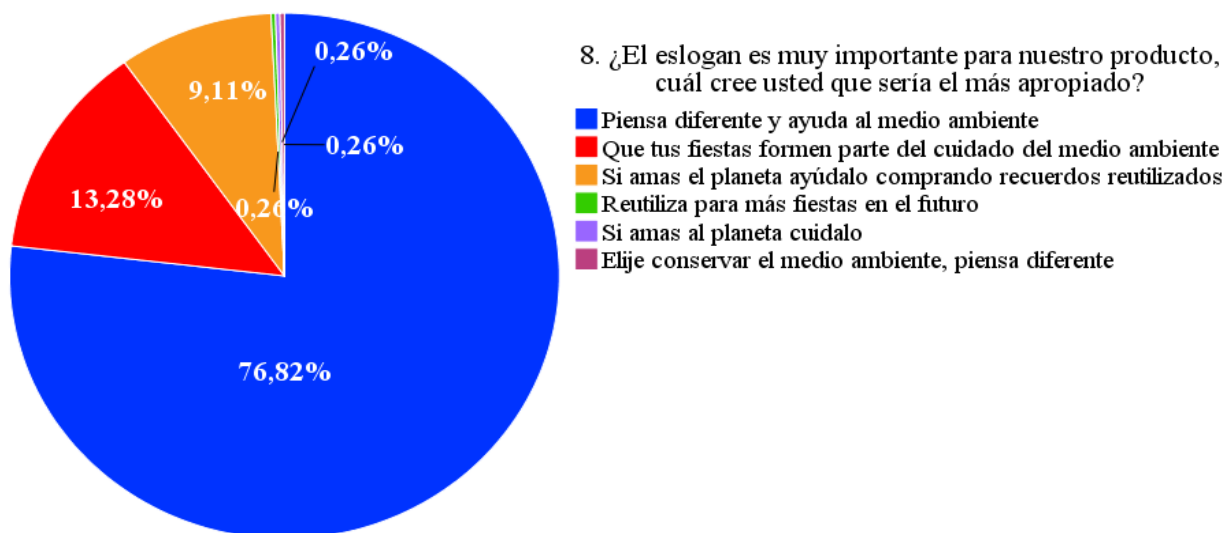
Figura 24 Logotipos de la empresa



Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Las personas encuestadas respondieron con un 39,06 % que les llama más la atención la opción 2 para que sea el logotipo para la marca de la organización.

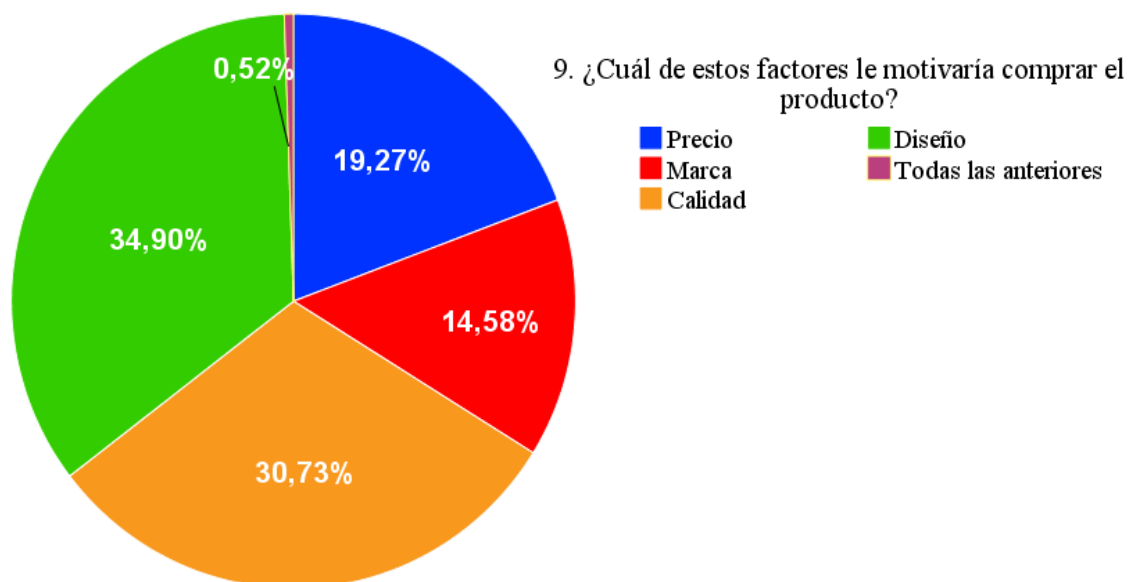
Figura 25 Opciones de logotipo



Elaborado por: Fuente propia.

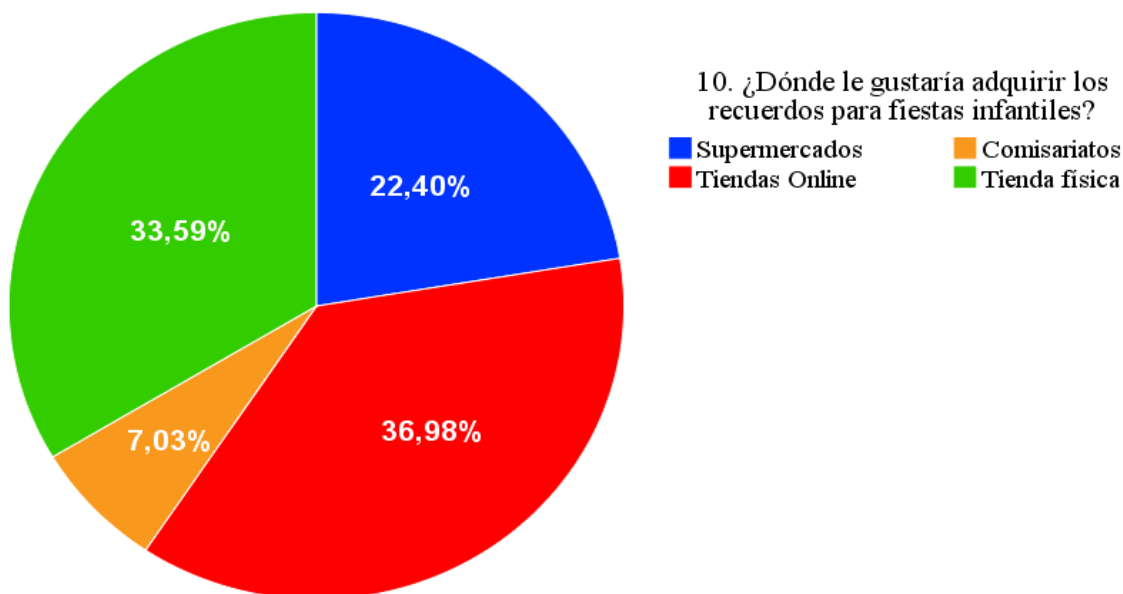
Análisis: El eslogan que más llamó la atención a los encuestados es “Piensa diferente y ayuda al medio ambiente” el cual tuvo una acogida del 76,82%.

Figura 26 Factores al comprar el producto



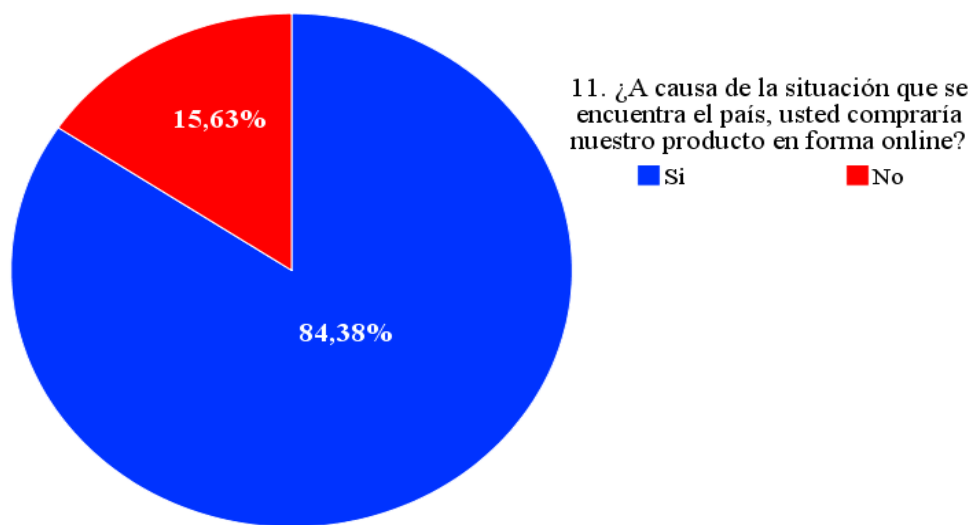
Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: De acuerdo con el presente gráfico podemos apreciar que del 100% de los encuestados, el 34,90% eligieron la opción de diseño del producto ya que para los encuestadores les llama más la atención al momento de realizar su compra; seguido del 30,73% la opción de calidad les agrado, ya que es un requisito al momento de adquirir un producto.

Figura 27 Lugar para adquirir el producto

Elaborado por: Fuente propia.

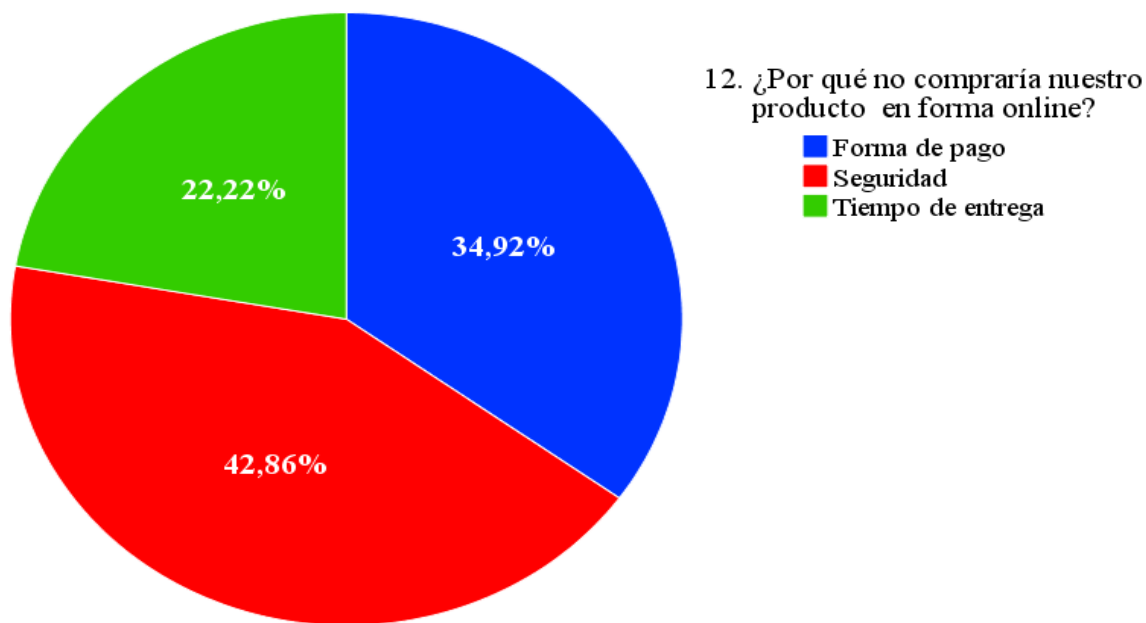
Análisis: En esta muestra que realizó, según las respuestas que dieron los encuestados se puede clasificar que el 36,98% prefieren adquirir los recuerdos para fiestas infantiles en tiendas online lo cual es un factor positivo debido a la situación actual del país, seguido por las tiendas físicas con el 33,59%.

Figura 28 Adquisición del producto

Elaborado por: Fuente propia.

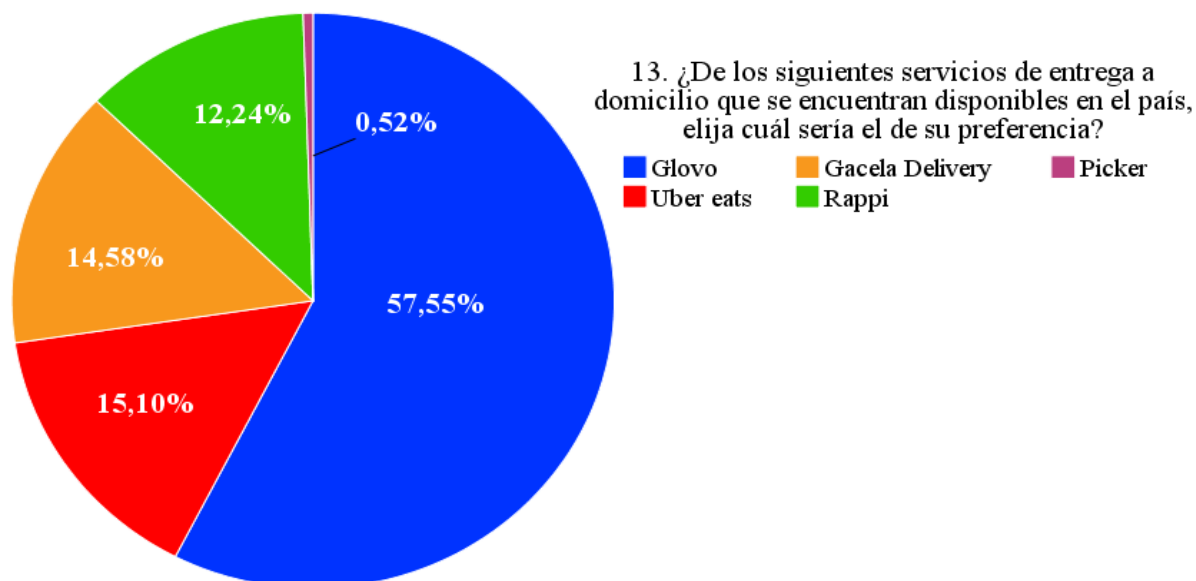
Análisis: Podemos concluir que el 84,38% de las personas encuestadas comprarían el producto por medio de vía online y un 15,63% que no les agradaría comprar en línea.

Figura 29 Causas al comprar por medio de forma online



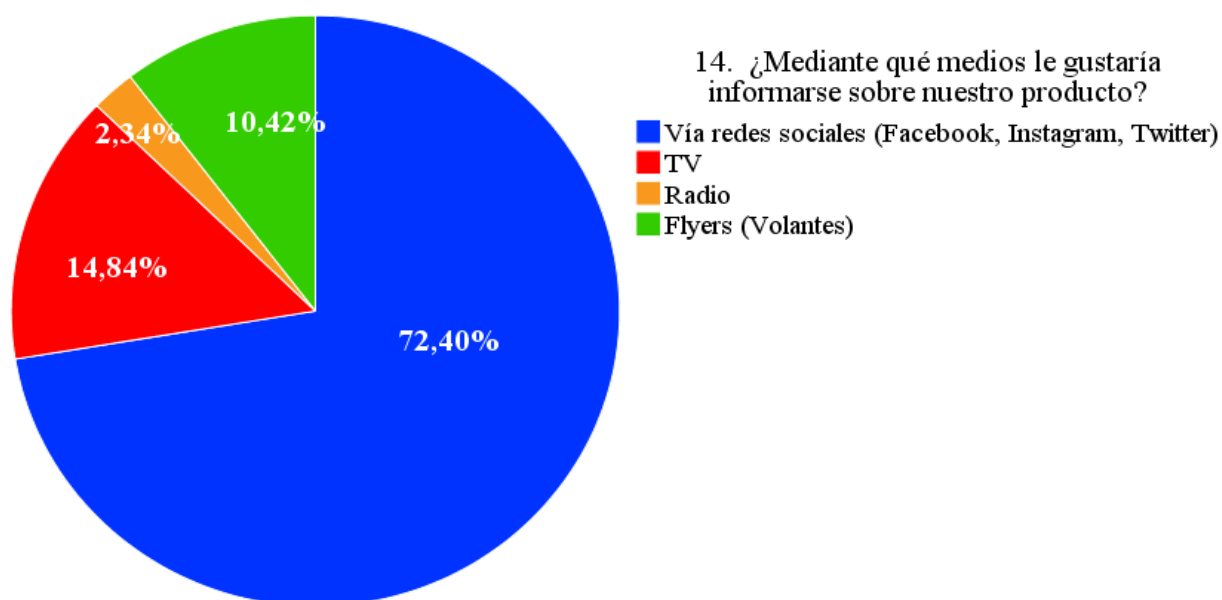
Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Podemos observar que un 42,86% de las personas encuestadas no comprarían el producto vía online por motivo de seguridad, seguido por un 34,92% no se siente conformes con las formas de pago.

Figura 30 Servicios de entrega a domicilio

Elaborado por: Fuente propia.

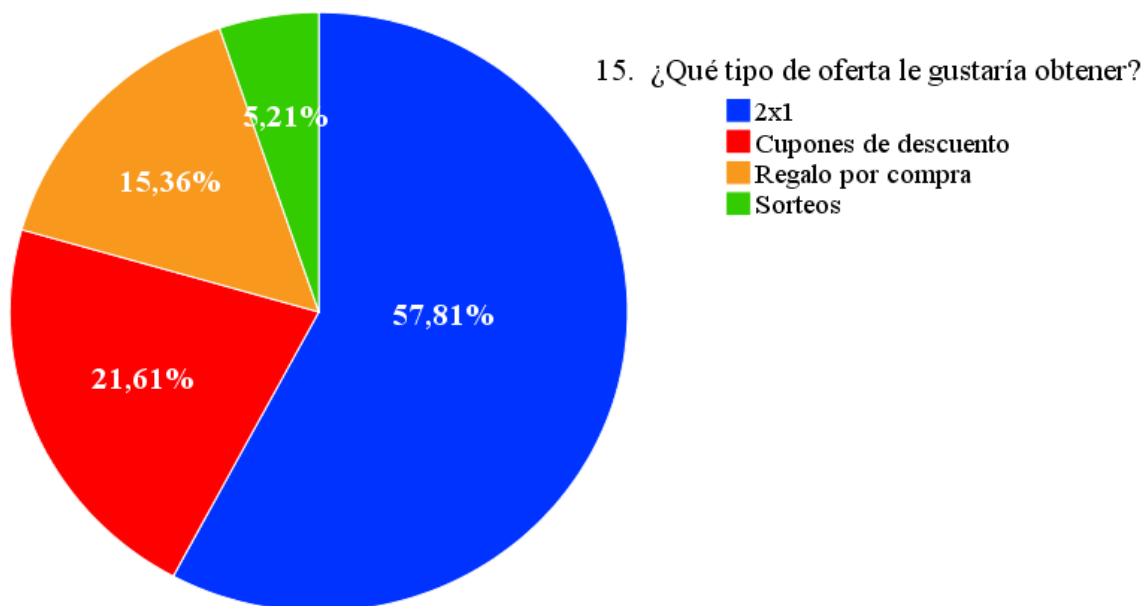
Análisis: Según los resultados expuestos en las encuestas se observa que el 57,55% de los encuestados prefieren el servicio de entrega por Glovo ya que es la aplicación más utilizada en la ciudad de Guayaquil.

Figura 31 Medios publicitarios

Elaborado por: Fuente propia.

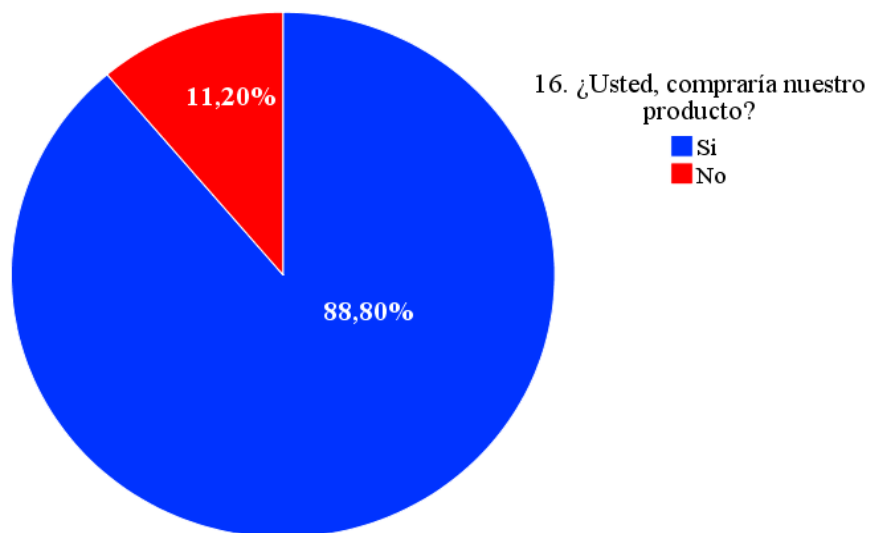
Análisis: Podemos apreciar en el siguiente gráfico que el 72,40% prefieren las redes sociales para informarse sobre el producto que se ofrecerá ya que los encuestados disponen de dispositivos tecnológicos.

Figura 32 Ofertas que se ofrecerán



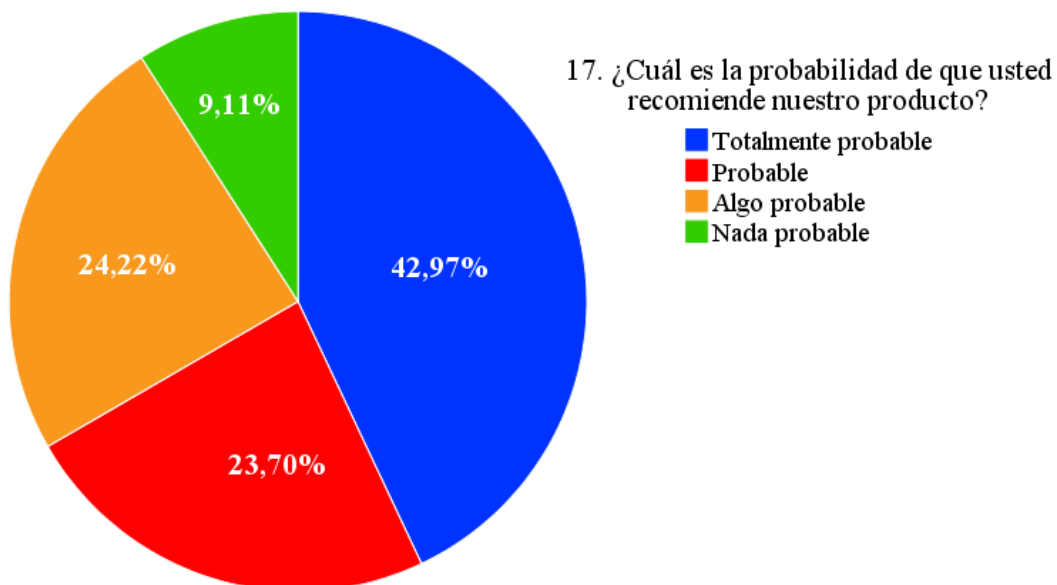
Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: En la muestra realizada se obtuvieron los siguientes resultados, el 57,81% de los encuestados están interesados en obtener el 2x1 y el 21,61% están interesados en los cupones de descuento ya que es muy beneficioso al momento de comprar.

Figura 33 Motivación de compra

Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: En esta muestra realizada según las respuestas que dieron los encuestados el 88,80% de las personas manifestaron que los recuerdos para fiestas infantiles hechos con materiales reutilizables disponen de una magnífica aceptación del producto en el mercado.

Figura 34 Recomendación del producto

Elaborado por: Fuente propia.

Análisis: Según los resultados expuestos en las encuestas se observa que el 42,97% está totalmente de acuerdo con recomendar el producto.

3.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

En conclusión, se puede apreciar que los resultados de la encuesta son muy favorables ante la propuesta planteada, dado que al elaborar productos hechos con materiales reutilizables se minimizará la generación de los desechos, esto permitirá concienciar a las personas sobre el cuidado del medio ambiente, debido a lo cual implicará un impacto positivo haciendo que el negocio sea viable; por esta razón las personas están dispuestas a comprar productos amigables con el medio ambiente, por ende, se implementará estrategias de marketing que ayudarán a la fidelización del cliente ante la nueva idea del emprendimiento.

CAPÍTULO IV

4.1. PROPUESTA

4.1.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Este capítulo tiene el propósito de realizar los objetivos que se plantearon en el capítulo I, donde se pondrá en marcha la creación de una empresa que utiliza materiales reutilizados, de tal manera se realizará los respectivos análisis tanto interno como externo por ende permitirá al emprendimiento fijar sus fortalezas y debilidades.

La realización del plan de negocio tiene como objetivo orientar a la organización mediante estrategias, las cuales permitirá alcanzar las metas propuestas de la empresa ayudando a incrementar al desempeño laboral al momento de realizar sus tareas de forma ordenada, eficaz y eficiente.

4.2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

4.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Eco Bright Art es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de adornos para fiestas infantiles, hecho con materiales reutilizables, su actividad comercial se realiza en la Ciudadela Colinas del Maestro Mz 634 Villa 19 ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Es importante acotar que la organización cumple con la función de ayudar a tomar consciencia a las personas a la hora de comprar productos que no afecten al medio ambiente.

4.2.1.1. IMAGEN DE LA EMPRESA

Figura 35 *Imagen empresarial*

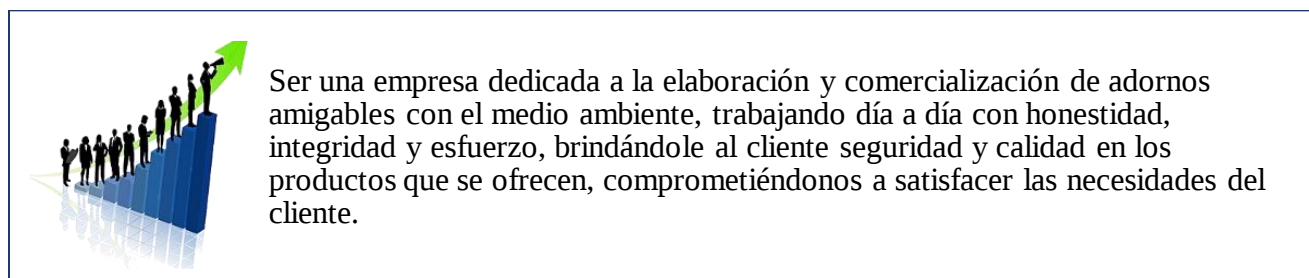


Elaborado por: Fuente propia.

4.3. MISIÓN Y VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

4.3.1. MISIÓN

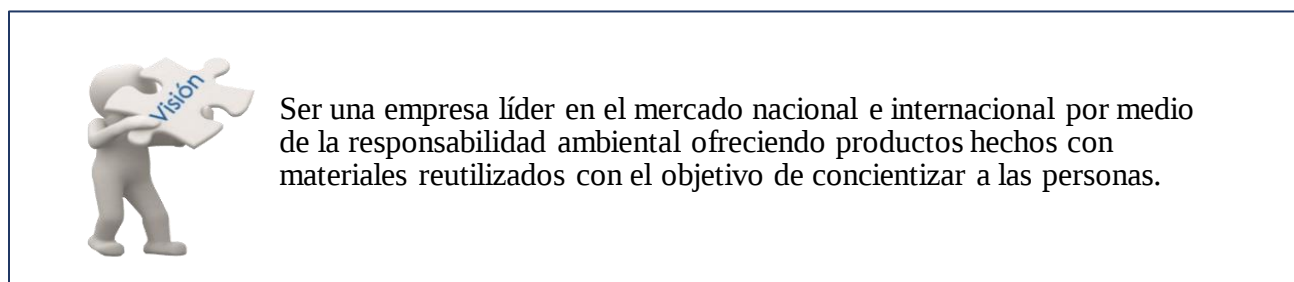
Figura 36 *Misión de la organización.*



Elaborado por: Fuente propia

4.3.2. VISIÓN

Figura 37 Visión de la organización.



Elaborado por: Fuente propia

4.3.3. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN

Figura 38 Valores de la organización.



Elaborado por: Fuente propia

4.4. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y MATRIZ FODA

El análisis interno facilita determinar con precisión las fortalezas y debilidades que la empresa Eco Bright Art puede controlar y observar el nivel de desempeño.

Las actividades administrativas, comerciales, contables y técnicas son áreas que dan origen a dichas fuerzas y debilidades, como consecuencia de ello la empresa debe ejecutar estrategias para aprovechar tales fuerzas y disminuir debilidades.

El análisis externo tiene como objetivo identificar las oportunidades y amenazas estratégicas que se crean en el ambiente operativo del negocio, es aquí donde se analizan los factores económicos, sociales, culturales, gubernamentales y competitivos que podrían beneficiar o perjudicar al negocio en el futuro. Las amenazas y oportunidades están en gran medida, fuera del control de una organización (Orbe, 2015, p. 27).

En otras palabras, el análisis FODA O DAFO es una evaluación interna y externa de la empresa, por lo tanto, se analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, por lo que es de vital relevancia para la empresa determinar estos cuatro elementos, para más adelante disminuirlos o en dado caso eliminarlos.

4.4.1. FODA O DAFO

Figura 39 Foda



Elaborado por: Fuente propia.

4.4.2. MATRIZ FODA

Tabla 8 *Matriz FODA.*

MATRIZ DE ESTRATEGIAS	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FO F3:O1 Aprovechar la reutilización de materiales con el fin de ayudar a la preservación y cuidado del medio ambiente por medio del producto.	ESTRATEGIAS DO D2:O1 Crear un mercado unificado junto con la competencia para generar mayores ingresos y poder aprovechar la reutilización de materiales para crear diversos productos.
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS FA F1:A2 Aumentar la publicidad en redes sociales acerca de los productos hechos con materiales reutilizables para que la marca sea reconocida.	ESTRATEGIAS DA D1:A3 Buscar personal competente, el cual este comprometido en ayudar al medio ambiente.

Elaborado por: Fuente propia.

4.5. MARKETING MIX

4.5.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

La marca del producto es Eco Bright Art significa “arte ecológico brillante”, la palabra ECO hace referencia a ecológico, el cual vincula las prácticas de preservación y conservación, las siguientes palabras Bright Art hace alusión al cuidado del medio ambiente por medio del arte. También este nombre ayudará a que el producto se posicione en la mente de los clientes, como unos de los primeros en la producción y comercialización de adornos hechos con materiales reutilizables de vidrios, captando así la mayor cantidad de consumidores.

4.5.2. PRODUCTO

Eco Bright Art es el nombre de la organización que se encarga de la reutilización de vidrios para la elaboración de adornos suntuosos, el tipo de segmento al que se dirige es a niños y jóvenes, con un nivel socio económico medio-alto. Estos adornos serán producidos de manera artesanal manteniendo los estándares de calidad con el fin de lograr un producto que cubra con las necesidades y expectativas del cliente.

Figura 40 Línea del producto



Producto

Elaborado por: Fuente propia.

4.5.2.1. LOGOTIPO

El logotipo consta de dos tipos diferentes de letras ya que el objetivo es llamar la atención del consumidor, su isotipo lleva en la letra o un gorrito y en la letra t un globo ya que son adornos para fiestas infantiles.

Figura 41 Logo empresarial



Elaborado por: Fuente propia.

4.5.2.2. ESLOGAN

Figura 42 Eslogan empresarial



Elaborado por: Fuente propia.

Se eligió este eslogan porque alude que a la hora de comprar el producto contribuye a la disminución de residuos sólidos, ya que el fin de la empresa es brindar un producto amigable con el medio ambiente lo cual nos diferencia de la competencia.

4.5.3. PRECIO

El precio que establece Eco Bright Art a los clientes será variado dependiendo del modelo del producto con el fin de ser una empresa competitiva en el mercado nacional, en cuanto a su estrategia la organización aplicará una estrategia que es entregar de los productos a

domicilio mediante el servicio de Servientrega que el consumidor puede utilizar cuando lo desee, lo cual tendrá un valor de \$1,50 del transporte.

Figura 43 *Precios de los productos*



Elaborado por: Fuente propia.

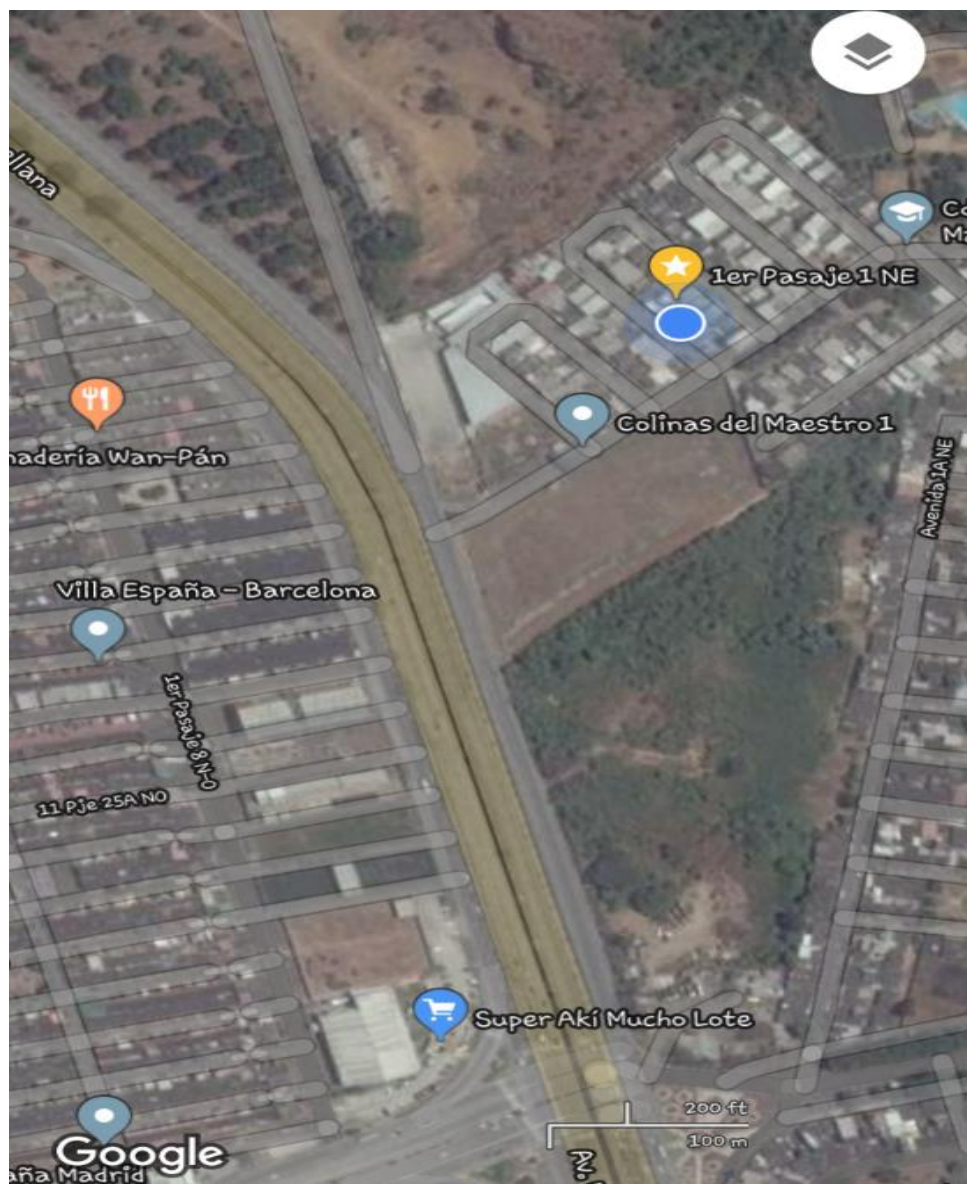
4.5.4. PLAZA

La plaza cubre la parte norte, sur y centro de la ciudad de Guayaquil y la empresa está ubicada en Ciudadela Colinas del Maestro Mz 634 Villa 19, se la consideró porque es una zona estratégica debido a que está en un punto accesible a las diversas zonas. Además, que carece de competencia al ser única en ese sector como consecuencia de ello se obtendrá una ventaja competitiva incrementando así las ventas.

Como una estrategia de plaza con visión a futuro se pretenderá cambiar el servicio de entrega utilizando la aplicación de nombre Glovo que se encarga del servicio de entrega a domicilio, debido a que se puede tener acceso a todas las ciudadelas del norte, sur y centro fue escogida estratégicamente por la cantidad de hogares que se encuentran en las zonas de la ciudad, para ello los repartidores, se encargaran de trasportar el producto, ahorrando así tiempo a

los consumidores, el canal de distribución que se va a utilizar será por medio de redes sociales para dar a conocer el producto.

Figura 44 Localización de la organización



Elaborado por: (Google maps, s.f.).

4.5.5. PROMOCIÓN

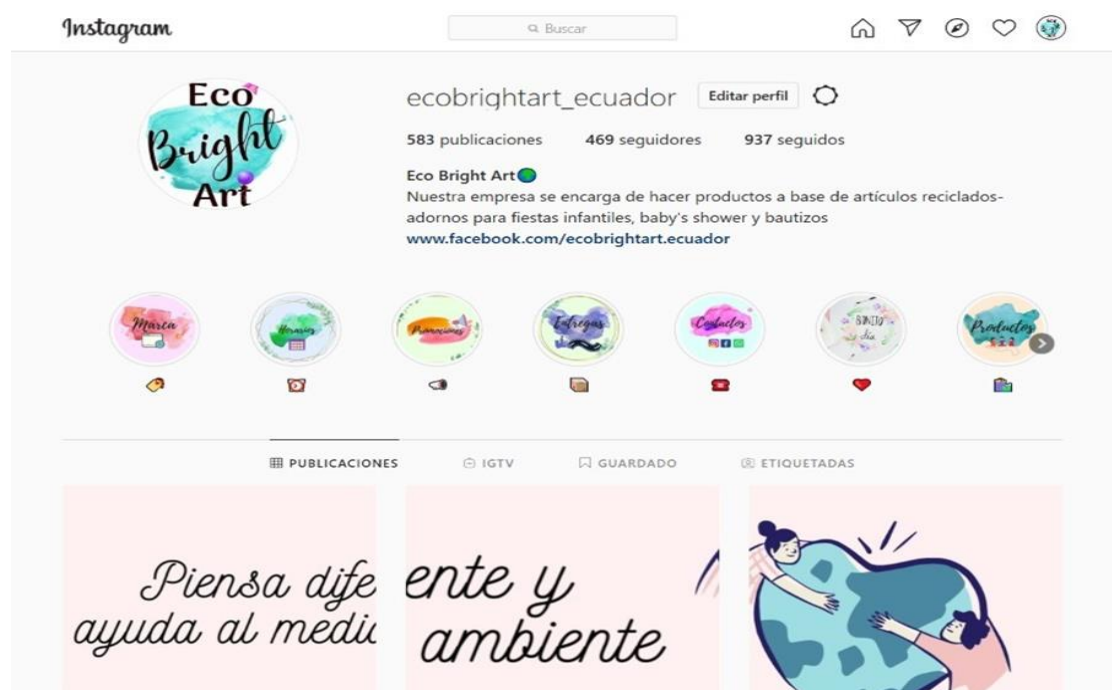
Se llevará a cabo mediante redes sociales como: Facebook e Instagram en donde se creará publicidad gratuita, con el fin de abarcar una mayor cantidad de mercado, para dar a conocer al cliente el producto que ofrece la empresa como son los adornos para fiestas infantiles, también se encuentra información adicional donde se localiza el negocio para que el cliente pueda retirar el producto, tendrá un horario de atención que se dará a conocer en las cuentas oficiales de la empresa. Como oferta Eco Bright Art aplicará la promoción del tipo 2x1, donde los consumidores se llevarán 2 adornos y pagarán 1, pero si el consumidor elige 2 adornos y tiene el mismo valor se procederá a descontar el adorno de menor valor.

Figura 45 Publicidad en redes sociales (Facebook)



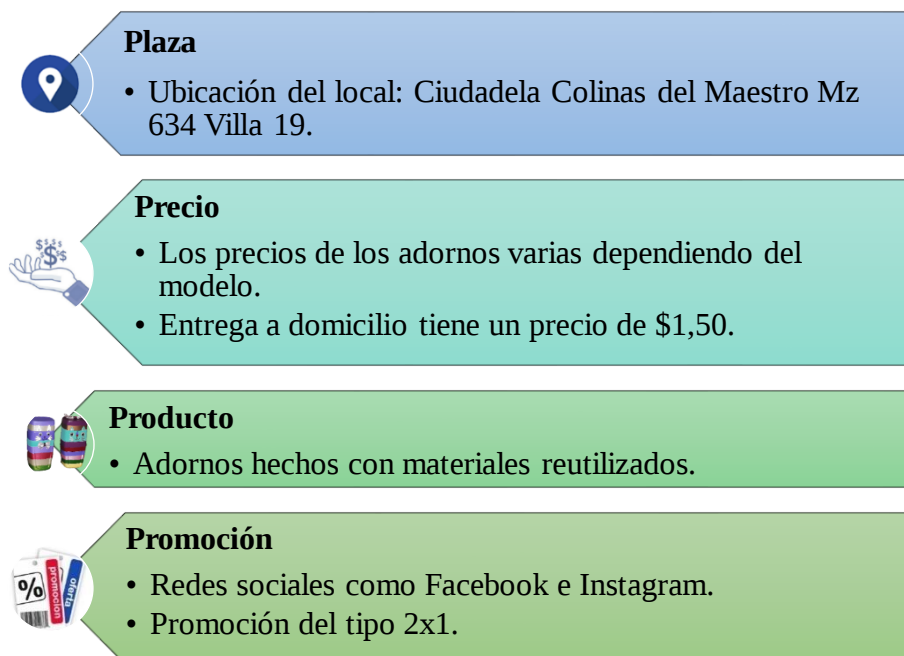
Elaborado por: Fuente propia.

Figura 46 Publicidad en redes sociales (Instagram)



Elaborado por: Fuente propia.

Figura 47 Marketing Mix



Elaborado por: Fuente propia.

4.6. MARKETING VERDE

“La Asociación Americana de Mercadeo define al Marketing verde desde diferentes enfoques. Desde un enfoque comercial lo define como el mercadeo de productos que se suponen ambientalmente seguros, desde un enfoque social lo define como el desarrollo y mercadeo de productos diseñados para minimizar los efectos negativos sobre el medio ambiente o para mejorar su calidad y desde un enfoque ambiental lo define como los esfuerzos de las organizaciones para producir, promover, empacar, y recuperar los productos de una manera que sea sensible o responda a las preocupaciones ecológicas”. (Novillo , Pérez, & Muñoz, 2018, p. 101).

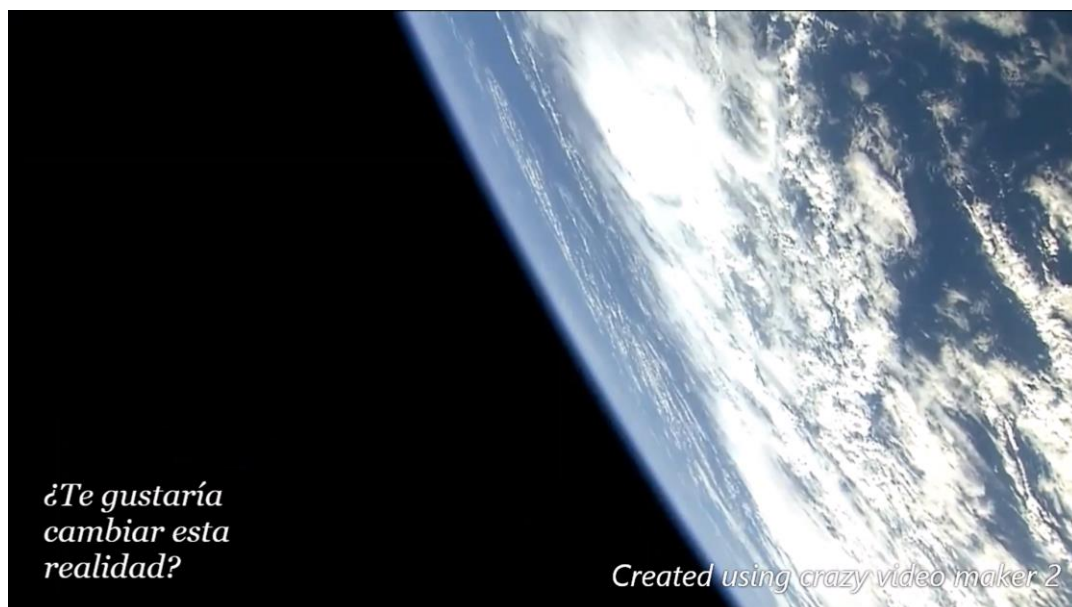
Como se puede observar en la figura 48, 49 y 50 en donde la empresa Eco Bright Art aplica una estrategia de marketing conocido como el marketing verde en donde se dará a conocer que al producir y vender el producto no afectará y ayudará a minimizar la contaminación del medio ambiente con el fin de mitigar efectos negativos en el mundo.

Figura 48 Video Publicitario de la empresa aplicando marketing verde



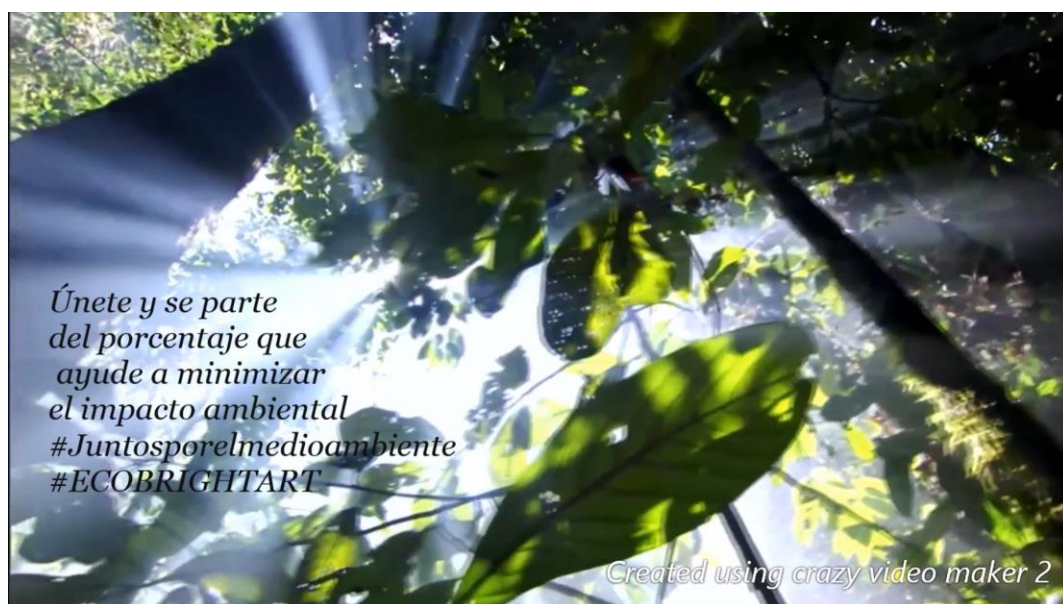
Elaborado por: Fuente propia.

Figura 49 Video Publicitario del Marketing Verde 1.2



Elaborado por: Fuente propia.

Figura 50 Video Publicitario del Marketing Verde 1.3



Elaborado por: Fuente propia.

4.7. PLAN FINANCIERO

“El Plan Financiero es un informe de las acciones a emprender en el futuro. La mayoría de las decisiones se implantan en periodos extensos, lo que significa que se requiere mucho tiempo para ponerlas en marcha” (Portilla, 2015, p. 9).

El plan financiero se llevó a cabo por medio de todos los valores que con lleva la elaboración de adornos como lo son: gastos operacionales, costo unitario, precio de venta del producto, proyección por ventas que se sustenta en el *Valor Actual Neto (VAN)*, la *Tasa Interna de Retorno (TIR)* y por último en el Punto de Equilibrio (PE) donde me ayudara a ver si la empresa es viable.

Tabla 9 *Proyección de residuos.*

Proyección de generación de residuos de la ciudadela										
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidades de botellas de vidrios recolectadas	76	74	76	74	300	3600	3708	3819,24	3933,8172	4051,8317

Elaborado por: Fuente propia

En esta tabla 9 se puede observar el consumo de botellas de vidrios en la ciudadela del maestro ya que se encuentran 300 familias y cada familia consume al menos varios enseres en donde nos beneficiara al momento de la recolección de la materia prima con el fin de poder elaborar adornos. Además, se incrementará con el pasar de los años ya que la ciudadela se está expandiendo por lo que esto beneficiará para la recolección de materia prima.

4.7.1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial se constituye por los gastos operativos, capital de trabajo e inversión fija. Por ende, la inversión es de \$ 3.614,75 como se puede observar en la tabla 10 y en la tabla 11 se observa el monto mayor correspondiente a activos fijos de \$1.695,00.

Tabla 10 *Inversión Inicial.*

Inversión Inicial	
Inversión Fija	\$ 1.695,00
Gastos Operativos	\$ 1.884,73
Capital de Trabajo	\$ 35,02
Total de Inversión	\$ 3.614,75

Elaborado por: Fuente propia

Para el capital de trabajo se tomó en cuenta los costos de la mercadería y los gastos relacionados con la venta del producto.

Tabla 11 *Detalle de la Inversión Inicial.*

Detalle de Inversión Inicial		
Activos no Corrientes		Valor Total
	Área de Administración	
Equipos de Cómputo		\$ 780,00
Muebles y Enseres		\$ 915,00
Total de Inversión Fija		\$ 1.695,00
	Gastos Operacionales Mensual	
Gastos Administrativos		\$ 418,00
Gastos Sueldos		\$ 525,00
Suministros de limpieza		\$ 25,60
Gastos de Marketing		\$ 200,00
Depreciación		\$ 22,53
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 693,60
Total de Gastos Operacionales		\$ 1.884,73
	Capital de Trabajo	
Costo de Venta (Mercadería)		\$ 3,52
Producción de los recuerdos		\$ 30,00
Gasto Delivery		\$ 1,50
Total del Capital de Trabajo por mes		\$ 35,02

Elaborado por: Fuente propia

4.7.2. ACTIVOS FIJOS

4.7.2.1. MUEBLES Y ENSERES

En la tabla 12 se detalla el valor de los muebles y equipos de oficina con un total de \$ 915,00 los que corresponden a las siguientes adquisiciones: escritorio, sillas ejecutivas, archivadores, aire acondicionado, basureros, entre otros.

Tabla 12 *Muebles y Enseres.*

Activos Fijos			
Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Extractor de olores de pintura	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Mesa de Trabajo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sillas Ejecutivas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Aire Acondicionado	1	\$ 245,00	\$ 245,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Basureros	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Archivador/ Estantería	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 915,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.2.2. EQUIPOS DE CÓMPUTO

En la tabla 13 se presentan los costos de los equipos de computación con un total de \$ 780,00.

Tabla 13 *Equipos de Cómputo*

Equipos de Cómputo			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Computadora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Teléfono	1	\$ 200,00	\$ 180,00
Impresora EPSON 220	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total			\$ 780,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.2.3. EDIFICACIONES

En la tabla 14 se puede apreciar el costo del alquiler del local el cual, se estableció en \$300,00.

Tabla 14 *Edificaciones.*

Alquiler del Local			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Alquiler	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Total			\$ 300,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.2.4. SUMINISTROS DE LIMPIEZA

Tabla 15 *Suministros de Limpieza.*

Suministros de Limpieza			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Kit de limpieza	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Escobas	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Recogedor de basura	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Mallas	4	\$ 0,50	\$ 2,00
Delantal, mandil impermeable	2	\$ 3,80	\$ 7,60
Kit de desinfección	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Total			\$ 25,60

Elaborado por: Fuente propia

4.7.2.5. ACTIVOS DIFERIDOS

En los activos diferidos se consideraron los gastos, cuyo valor de USD \$300,00 cubre los gastos de la patente municipal, gastos de notarías, permiso del cuerpo de bombero, entre otros.

Tabla 16 *Activos Diferidos.*

Activo Diferido				
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Valor Mensual
Constitución de la microempresa	1	\$ 700,00	\$ 300,00	\$ 25,00
Total			\$ 300,00	\$ 25,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.3. MATERIA PRIMA

La tabla 17 muestra cada material que se necesita para elaborar el producto.

Producto: Hecho con botellas de vidrio, su diseño es con tempera acrílica con colores pasteles y colores llamativos, se usa cinta adhesiva decorativa, ojos pegables, cinta de tela, pistola de silicón y barras de silicón.

Figura 51 *Producto.*



Elaborado por: Fuente propia

Tabla 17 *Gastos de Insumos*

Gastos de insumos para un mes						
Descripción	Cantidad (set de 6 unidades)	Cantidad 1 unidad	Costo unitario	Costo total	Unidades Producidas	Costo unitario
Pinceles	1		\$ 1,50	\$ 1,50	6	\$ 0,25
Cinta adhesiva decorativa	1		\$ 0,90	\$ 0,90	6	\$ 0,15
Cinta	1		\$ 0,35	\$ 0,35	6	\$ 0,06
Ojos pegables de diferentes tamaños	1		\$ 0,60	\$ 0,60	100	\$ 0,01
Tempera Acrílica	6		\$ 15,00	\$ 90,00	72	\$ 1,25
Barras de Silicón	1		\$ 0,10	\$ 0,10	85	\$ 0,00
Pliego de cartulina	1		\$ 1,00	\$ 1,00	24	\$ 0,04
Cartuchos de impresoras		4	\$ 4,00	\$ 16,00	100	\$ 0,16
Cuerda para manualidades		1	\$ 1,50	\$ 1,50	85	\$ 0,02
Tijeras		2	\$ 1,50	\$ 3,00	110	\$ 0,03
Pistola de Silicón		1	\$ 3,00	\$ 3,00	6	\$ 0,50
Total			\$ 29,45	\$117,95	600	\$ 2,46

Elaborado por: Fuente propia

Tabla 18 *Materia Prima.*

MATERIA PRIMA			
Costos Variables			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	
Pinceles	1	\$	0,25
Cinta adhesiva decorativa	1	\$	0,15
Ojos pegables de diferentes tamaños	1	\$	0,01
Cinta de tela	1	\$	0,06
Pistola de silicón caliente	1	\$	0,50
Barras de silicón	2	\$	0,00
Tempera Acrílica	1	\$	1,25
Tijeras	1	\$	0,03
Cuerda para manualidades	1	\$	0,02
Pliegos de cartulina	1	\$	0,04
Cartuchos	1	\$	0,16
Total		\$	2,46

Elaborado por: Fuente propia

Tabla 19 *Materia Prima/Botellas.*

Materia Prima (Botellas reutilizables)			300 unidades faltantes
Descripción	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Botellas de Vidrios	\$ 0,10	\$ 30,00	\$ 360,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.4. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 20 *Costos de Fabricación.*

Costos Indirectos de Fabricación	Unidades del Producto	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Cartones	204	\$ 1,00	\$ 204,00	\$ 2.448,00
Plástico de burbuja para embalaje	408	\$ 1,00	\$ 408,00	\$ 4.896,00
Etiqueta		\$ 0,20	\$ 81,60	\$ 979,20
Total		\$ 2,20	\$ 693,60	\$ 8.323,20

Elaborado por: Fuente propia.

En la tabla 21 se establece el monto del salario anual del operador que asciende de \$ 466,67.

4.7.5. MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 21 *Mano de obra directa.*

MANO DE OBRA DIRECTA "EMPRESA ECO BRIGHT ART"							
BENEFICIOS DE LEY							
Cargo	Sueldo	Décimo tercer	Décimo cuarto	9,45% Aporte Personal	11,15 % Aporte Patronal	Total mensual	Total anual
Operador	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 0,00	\$ 466,67	\$ 5.637,80
Total	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 0,00	\$ 466,67	\$ 5.637,80

Elaborado por: Fuente propia

4.7.6. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Mediante un proceso técnico se obtienen y registra el costo unitario de fabricación, a esto se le conoce como el costeo, lo que se lo conoce como los materiales directos, más la mano de obra, más los costos generales de fabricación conocidos como indirectos en un periodo de tiempo (Gallegos, 2017, p. 29).

En el presupuesto del costo mensual de los costos de producción es de \$1.192,73 que se encuentra en la tabla 22 y el costo anual es de \$14.350,55.

Tabla 22 *Costos de Producción.*

Costos de Producción						
	Mensual	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$ 32,46	\$ 389,55	\$ 393,52	\$ 397,53	\$ 401,59	\$ 405,68
CIF	\$ 693,60	\$ 8.323,20	\$ 8.408,10	\$ 8.493,86	\$ 8.580,50	\$ 8.668,02
MOD	\$ 466,67	\$ 5.637,80	\$ 5.695,31	\$ 5.753,40	\$ 5.812,08	\$ 5.871,37
Total	\$1.192,73	\$14.350,55	\$14.496,92	\$14.644,79	\$14.794,17	\$14.945,07

Elaborado por: Fuente propia

4.7.6.1. SERVICIOS BÁSICOS

En la tabla 23 se encuentra los costos de los servicios básicos para el área de proceso que lleva un monto de \$93,00.

Tabla 23 *Servicios Básicos.*

Servicios Básicos	
Descripción	Valor Mensual
Servicio de Internet	\$ 38,00
Servicios Eléctricos	\$ 25,00
Servicios de Agua Potable	\$ 10,00
Servicios de Telefonía Móvil (Claro)	\$ 20,00
Total	\$ 93,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.6.2. MARKETING

En la tabla 24 se puede observar los costos que tendrá la empresa para promocionar el producto que asciende de \$200.

Tabla 24 *Marketing.*

Marketing	
Descripción	Valor Mensual
Promociones	\$ 200
Publicidad en redes sociales	\$ 0
Total	\$ 200

Elaborado por: Fuente propia

4.7.7. MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Tabla 25 *Mantenimiento de Equipos de Computación.*

MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo anual
Computadora	1	\$ 50	\$ 50	\$ 600
Teléfono	1	\$ 30	\$ 30	\$ 360
Impresora EPSON 220	1	\$ 55	\$ 55	\$ 660
TOTAL			\$ 135,00	\$ 1.620,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.8. PRESUPUESTO DEL PERSONAL

Como se puede observar en la tabla 24 se encuentra el presupuesto del personal en donde solo se tendrá un administrador por el momento, en un futuro la empresa contratará más personal, se tendrá un vendedor freelance en donde ayudará a la empresa a vender el producto ya que trabaja de manera autónoma debido a la capacidad de proporcionar sus servicios sin determinar un contrato exclusivo con un solo cliente u organización. (Ramírez, 2018)

Tabla 26 *Presupuesto del Personal.*

PRESUPUESTO DEL PERSONAL "EMPRESA ECO BRIGHT ART"							
Cargo	Sueldo	BENEFICIOS DE LEY				Total mensual	Total anual
		Décimo tercer	Décimo cuarto	9,45% Aporte Personal	11,15 % Aporte Patronal		
Gerente	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00		\$ 50,18	\$ 525,00	\$ 6.350,18
Vendedor (freelance)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 50,18	\$ 525,00	\$ 6.350,18

Elaborado por: Fuente propia

4.7.9. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Como se puede observar en la tabla 27 la depreciación de equipos de cómputo será de 5 años y la de muebles y equipos de oficina será de 8 años lo cual nos da un valor total de \$ 1.695,00.

Tabla 27 Depreciación de Activos Fijos.

Depreciación de Activos fijos										
Activo Fijo	Valor	Vida útil	Vida útil (meses)	Depreciación Mensual	Depreciación Anual	Depreciación 2021	Depreciación 2022	Depreciación 2023	Depreciación 2024	Depreciación 2025
Muebles y Enseres	\$ 915,00	8	96	\$ 9,53	\$ 114,38	\$ 114,38	\$ 114,38	\$ 114,38	\$ 114,38	\$ 114,38
Equipos de Cómputo	\$ 780,00	5	60	\$ 13,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00	\$ 156,00
Total	\$1.695,00			\$ 22,53	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38

Elaborado por: Fuente propia

4.7.10.PROYECCIÓN DE COSTOS

Como se puede observar en la tabla 28 se encuentra los costos que se generan al crear los adornos hechos con materiales reutilizables, en donde se escoge la opción de precio de costo unitario y se incrementa el 20% a partir del segundo año.

Tabla 28 Proyección de Costos

Producto	Costo mensual	Costo unitario	Gasto mensual	Gasto anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto A	600	\$ 2,23	\$ 1.338,00	\$ 16.056,00	\$ 19.267,20	\$ 22.478,40	\$ 25.689,60	\$ 28.900,80
TOTAL	600	\$ 2,23	\$ 1.338,00	\$ 16.056,00	\$ 19.267,20	\$ 22.478,40	\$ 25.689,60	\$ 28.900,80

Elaborado por: Fuente propia.

4.7.11.PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

Son el resultado previo a sus operaciones de oferta y demanda a cambio de un rubro económico, siendo parte del estado de pérdidas o ganancias determinándolo luego de la resta entre ingresos y egresos generando la rentabilidad de la actividad financiera (Muñoz, 2020, p. 8).

Como se puede observar en la tabla 29 se encuentra los ingresos por ventas en donde si se escoge la opción de precio de venta unitario con un incremento del 20% a partir del segundo año.

Tabla 29 *Ingresos por ventas.*

Producto	Venta mensual	Precio unitario	Ingreso mensual	Ingreso anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto A	600	\$ 3,52	\$ 2.110,37	\$ 25.324,42	\$ 30.389,30	\$ 36.467,16	\$ 43.760,60	\$ 52.512,71
TOTAL	600	\$ 3,52	\$ 2.110,37	\$ 25.324,42	\$ 30.389,30	\$ 36.467,16	\$ 43.760,60	\$ 52.512,71

Elaborado por: Fuente propia

4.7.12.ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados muestra la información de las partidas que se generaron de tal manera permita informar las posibles pérdidas y ganancias que ha generado la empresa. A través de la clasificación de pérdidas y ganancias informa cómo ha generado cada resultado económico (Valencia, 2016).

Tabla 30 Estado de Pérdida y Ganancia.

ESTADO DE RESULTADOS O ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 25.324,42	\$ 30.389,30	\$ 36.467,16	\$ 43.760,60	\$ 52.512,71
Costos de Producción	\$ 16.056,00	\$ 19.267,20	\$ 22.478,40	\$ 25.689,60	\$ 28.900,80
Utilidad bruta	\$ 9.268,42	\$ 11.122,10	\$ 13.988,76	\$ 18.071,00	\$ 23.611,91
GASTOS OPERATIVOS					
COSTOS FIJOS	\$ 8.505,28	\$ 8.632,28	\$ 8.761,83	\$ 8.893,96	\$ 9.028,74
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 763,14	\$ 2.489,82	\$ 5.226,93	\$ 9.177,03	\$ 14.583,17
(-) 15%Trabajadores	\$ 114,47	\$ 373,47	\$ 784,04	\$ 1.376,55	\$ 2.187,48
(-) 25% IR	\$ 190,78	\$ 622,45	\$ 1.306,73	\$ 2.294,26	\$ 3.645,79
UTILIDAD NETA	\$ 457,88	\$ 1.493,89	\$ 3.136,16	\$ 5.506,22	\$ 8.749,90

Elaborado por: Fuente propia

4.7.13.FLUJO DE CAJA

“Según Cardona (2017) citado por Gutiérrez (2015) afirma que el flujo de caja es el resultado de comparar el conjunto de cobros y de pagos que se producen en un período de tiempo determinado. (p. 4)

Tabla 31 *Flujo de Caja*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Años	0	1	2	3	4	5
Inversión en Activos Fijos	\$ 3.614,75					
Activos Diferidos	\$ 300,00					
Total Inversión	\$ -3.914,75					
Ventas		\$ 25.324,42	\$ 30.389,30	\$ 36.467,16	\$ 43.760,60	\$ 52.512,71
(-) Costos De Producción		\$ 16.056,00	\$ 19.267,20	\$ 22.478,40	\$ 25.689,60	\$ 28.900,80
Utilidad bruta		\$ 9.268,42	\$ 11.122,10	\$ 13.988,76	\$ 18.071,00	\$ 23.611,91
Gastos Operativos						
(-) Sueldos del Personal		\$ 6.350,18	\$ 6.477,18	\$ 6.606,72	\$ 6.738,86	\$ 6.873,63
(-) Depreciación		\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38
(-) Gastos de Operación		\$ 1.884,73	\$ 1.884,73	\$ 1.884,73	\$ 1.884,73	\$ 1.884,73
(-) Interés		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total De Gastos Operativos		\$ 8.505,28	\$ 8.632,28	\$ 8.761,83	\$ 8.893,96	\$ 9.028,74
Margen Operacional		\$ 763,14	\$ 2.489,82	\$ 5.226,93	\$ 9.177,03	\$ 14.583,17
(-) Participación de trabajadores 15%		\$ 114,47	\$ 373,47	\$ 784,04	\$ 1.376,55	\$ 2.187,48
(-) Impuestos 25%		\$ 190,78	\$ 622,45	\$ 1.306,73	\$ 2.294,26	\$ 3.645,79
Margen Neto		\$ 457,88	\$ 1.493,89	\$ 3.136,16	\$ 5.506,22	\$ 8.749,90
(+) Depreciación		\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38	\$ 270,38
(-) Inversión	\$ -3.914,75					
(-) Capital Propio	\$ -					
Flujo Efectivo Neto	\$ -3.914,7	\$ 728,26	\$ 1.764,27	\$ 3.406,54	\$ 5.776,59	\$ 9.020,28
Flujo Neto	\$ -3.914,7	\$ 728,26	\$ 1.764,27	\$ 3.406,54	\$ 5.776,59	\$ 9.020,28
Saldo Anterior		\$ -3.914,75	\$ -3.186,49	\$ -1.422,23	\$ 1.984,31	\$ 7.760,90
Saldo final de caja		\$ -3.186,49	\$ -1.422,23	\$ 1.984,31	\$ 7.760,90	\$ 16.781,18

Elaborado por: Fuente propia

4.7.14. PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni pérdida contable en la operación” (Palacios, 2016, p. 20).

En la tabla 31 se puede observar los costos fijos, costos variables y precio de venta unitario en donde nos permitirá determinar el punto de equilibrio. En la empresa se puede obtener un nivel de equilibrio a partir de la venta de 266 unidades mientras que el P.E. en función de utilidades es de 0. Para poder establecer el precio de venta de todos los productos se aplicó un 30% de ganancia lo cual nos da un total de \$3,52 al igual que en los costos variables como se aprecia en la tabla 18.

Tabla 32 *Punto de Equilibrio.*

Punto de equilibrio	
Costos Fijos	\$ 253,60
Precio	\$ 3,52
Costos variables Unitario	\$ 2,56
P.E.	\$ 265,50
Utilidad	\$ 0,00

Elaborado por: Fuente propia

4.7.15. CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

$$P.V. = \frac{\text{Costo de Venta}}{1 - \% \text{ Utilidad}}$$

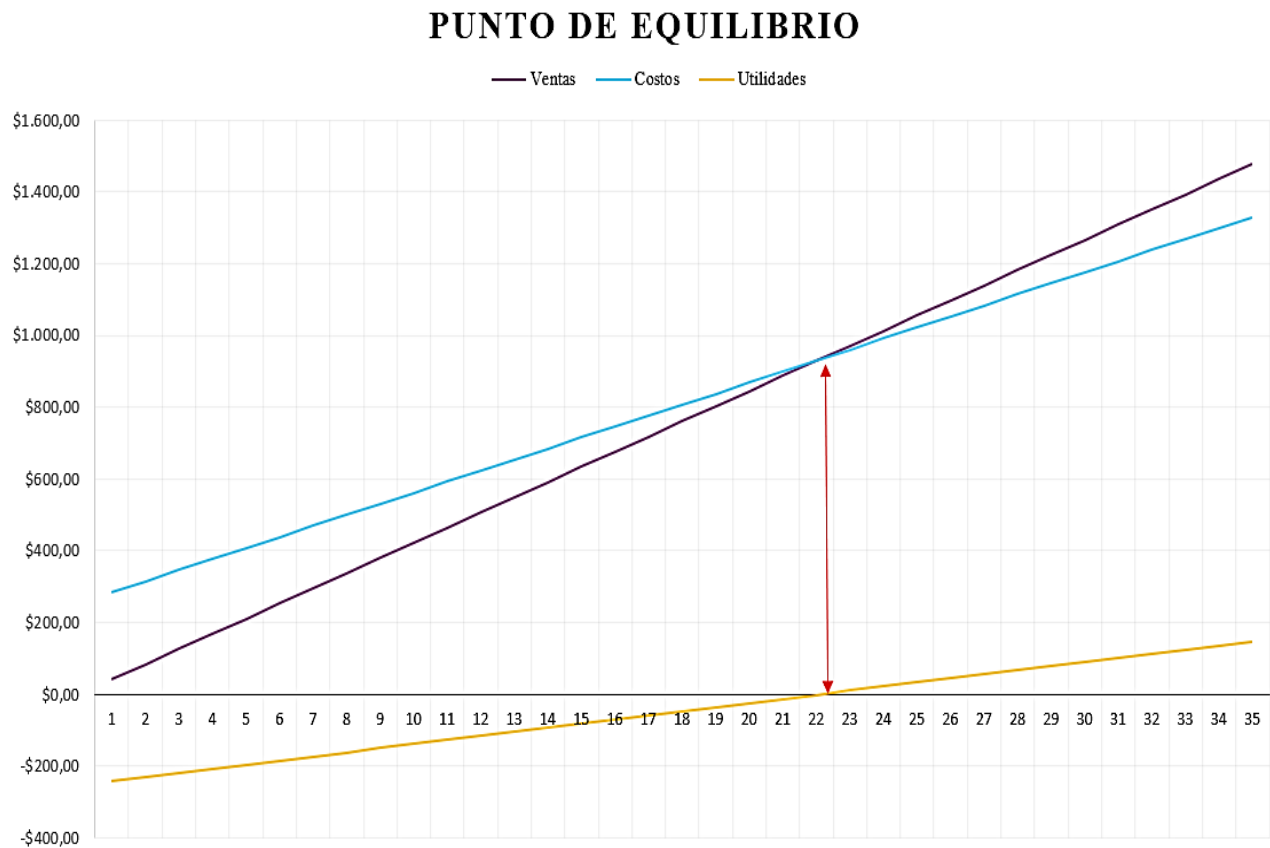
$$P.V. = \frac{2,46}{1 - 30\%} = 3,52$$

Tabla 33 Precio de Venta.

Precio de Venta	
\$	3,52

Elaborado por: Fuente propia

Figura 52 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Fuente propia

4.7.16. VALOR ACTUAL NETO

“El Valor actual neto (VAN) es un método para apoyar el proceso de selección evaluación de un proyecto desde el punto de vista financiero. Este indicador corresponde a la suma de los flujos de caja netos proyectados descontados a cierta tasa” (Gómez, 2017, p. 14).

Tabla 34 Resultados de los Flujos de Caja.

Período	FLUJO NETO
1	\$728,26
2	\$1.764,27
3	\$3.406,54
4	\$5.776,59
5	\$9.020,28

Elaborado por: Fuente propia

Como se puede apreciar en la tabla 35 el VAN es mayor a la inversión inicial por lo que la empresa es viable.

4.7.17. TASA INTERNA DE RETORNO

“La tasa interna de retorno (TIR) es otra herramienta para el análisis del valor del dinero en el tiempo, estrechamente relacionada con el valor actual neto. En otras palabras, es la tasa que indica si es o no una inversión viable” (Gómez, 2017, p. 15).

Tabla 35 TIR.

	VAN
	\$ -3.914,75
	\$728,26
	\$1.764,27
	\$3.406,54
	\$5.776,59
	\$9.020,28
TIR	\$15.254,21

Elaborado por: Fuente propia

Tabla 36 Evaluación.

VAN	\$16.682,28
TIR	58%

Elaborado por: Fuente propia

4.8. ELABORACIÓN DEL PRODUCTO Y APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 14001:2015 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

La organización Eco Bright Art, decidirá el grado de control necesario que va a implementar dentro de sus procesos, es por ello que la empresa acogerá la Norma ISO 14001:2015 centrándose específicamente en apartado 8, cláusula 8.1, donde se pretende planificar y controlar las operaciones de cada proceso, posteriormente mencionados, gracias a ello se puede demostrar que la empresa es viable, debido a que trabaja con botellas reutilizables ayudando a la minimización de los impactos ambientales.

4.8.1. PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

4.8.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

- **Recepción de la materia prima:** Es la primera fase del proceso para la elaboración de adornos, en el cual es importante tener en cuenta la verificación de la materia prima para evitar que se encuentre en malas condiciones (Véase en anexo 9).
- **Selección de la materia prima:** En este proceso se separa las botellas que se encuentran en buen estado mediante un análisis visual sabiendo cual es el tamaño que se requiere para hacer el producto (Véase en anexos 10-12), es decir si las botellas no están en mal estado pasan la siguiente fase del proceso, en caso contrario se desechan. Si los materiales de decoración para las botellas como: pinceles, cinta scotch decorativa, ojos plegables de diferentes tamaños, cinta de tela, pistola de silicón caliente, barras de silicón, tempera acrílica, entre otros, se encuentran en mal estado se devuelve al proveedor indicando el porqué de la devolución (en un informe detallado). Así mismo se llena el formato de devolución (Véase en anexo 2).

- **Almacenar:** Después de pasar por el proceso de selección se procederá a su posterior almacenamiento, teniendo en consideración una infraestructura cerrada y climatizada además de la iluminación con el fin de garantizar la perfecta conservación del producto. Por ende, todos los productos, deben ser inspeccionados antes de pasar por la siguiente línea de producción.
- **Pintar y secar:** En este proceso tiene como objetivo la uniformidad de la pintura donde se escogerá los colores para pintar el envase y realizar el modelo del adorno. Con mucha concentración y precisión se procederá a pintar el envase cuidando que no surja ninguna imperfección, este mismo procedimiento se hará con la tapa del envase se pinta con el color escogido y por último se procederá a dejar secar la pintura (Véase en anexos 13-14-15).
- **Decoración:** En esta línea de producción se añaden los últimos detalles decorativos del adorno, se procede a ponerle brillo, para mejorar su apariencia y lograr captar la atención del cliente (Véase en anexos 16-17).
- **Etiquetar:** En esta parte del proceso es muy importante ajustarse a las leyes gubernamentales que están vigentes en el país, al momento de ingresar las etiquetas debe contener la información del producto, esta fase constituye la etapa final del proceso de elaboración (Véase en anexos 18-19).

Figura 53 Etiqueta del producto



Elaborado por: Fuente propia

- **Empaquetar:** Una vez terminada las fases anteriores del proceso se procederá a empaquetar el producto ya terminado para su posterior comercialización.

Figura 54 Tarjeta de Agradecimiento

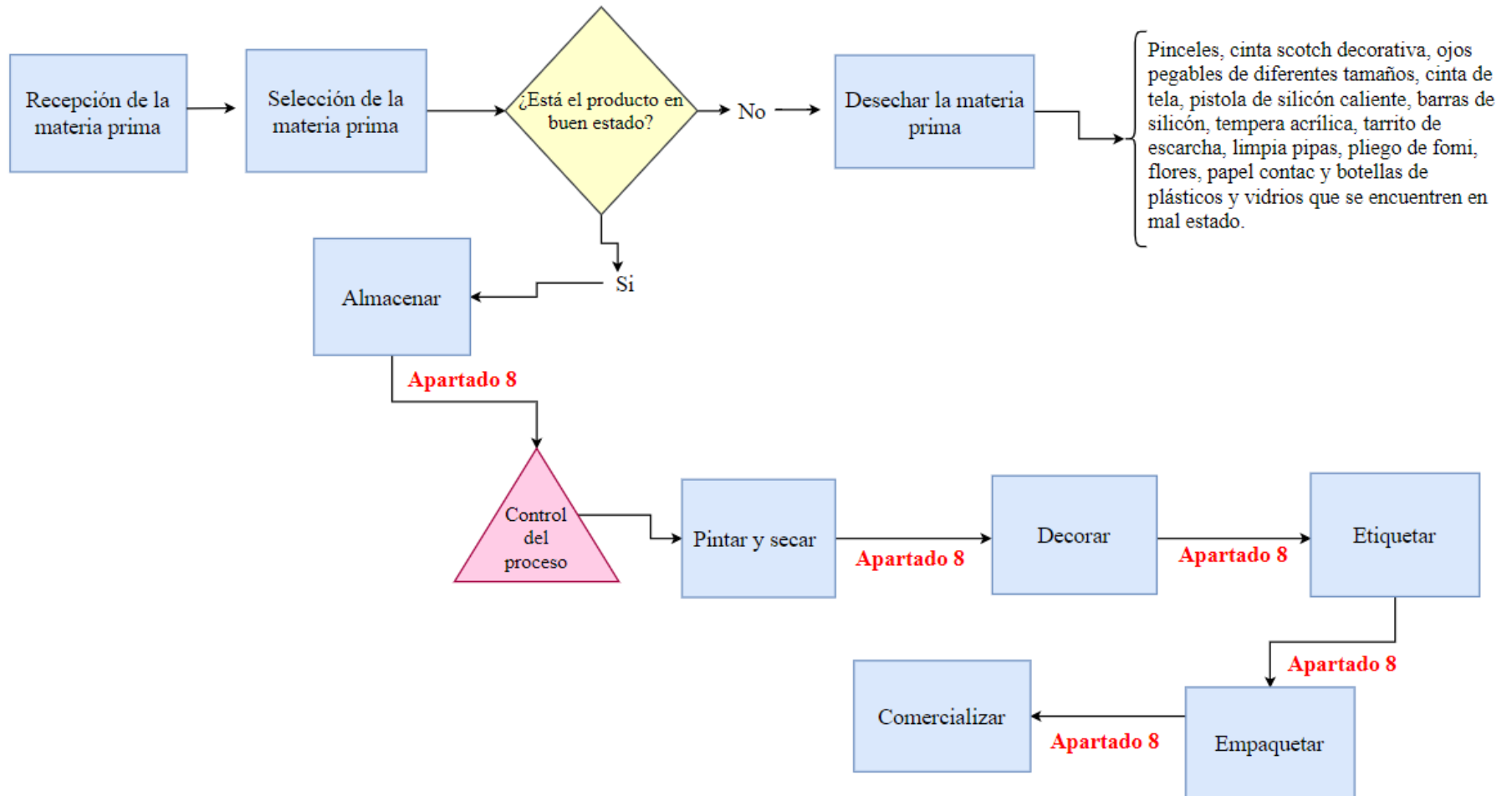


Elaborado por: Fuente propia

- **Comercializar:** En esta parte el vendedor freelance se encargará de promocionar el producto en las redes sociales, donde se encontrará información acerca del producto y los horarios de atención.

4.8.1.2. DIAGRAMA DE PROCESO PARA ELABORAR Y COMERCIALIZACIÓN RECUERDOS A BASE DE MATERIALES REUTILIZABLES.

Figura 55 Línea de proceso



Elaborado por: Fuente propia

4.8.2. APLICACIÓN DE LA NORMA ISO 14001 EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Como se lo menciono antes se aplicará el apartado 8 de la norma ISO 14001:2015 en donde se realizó una matriz de análisis de riesgos para determinar para controlar los niveles de ocurrencia de un incidente dentro de la organización.

4.8.2.1. ANÁLISIS DE RIESGOS

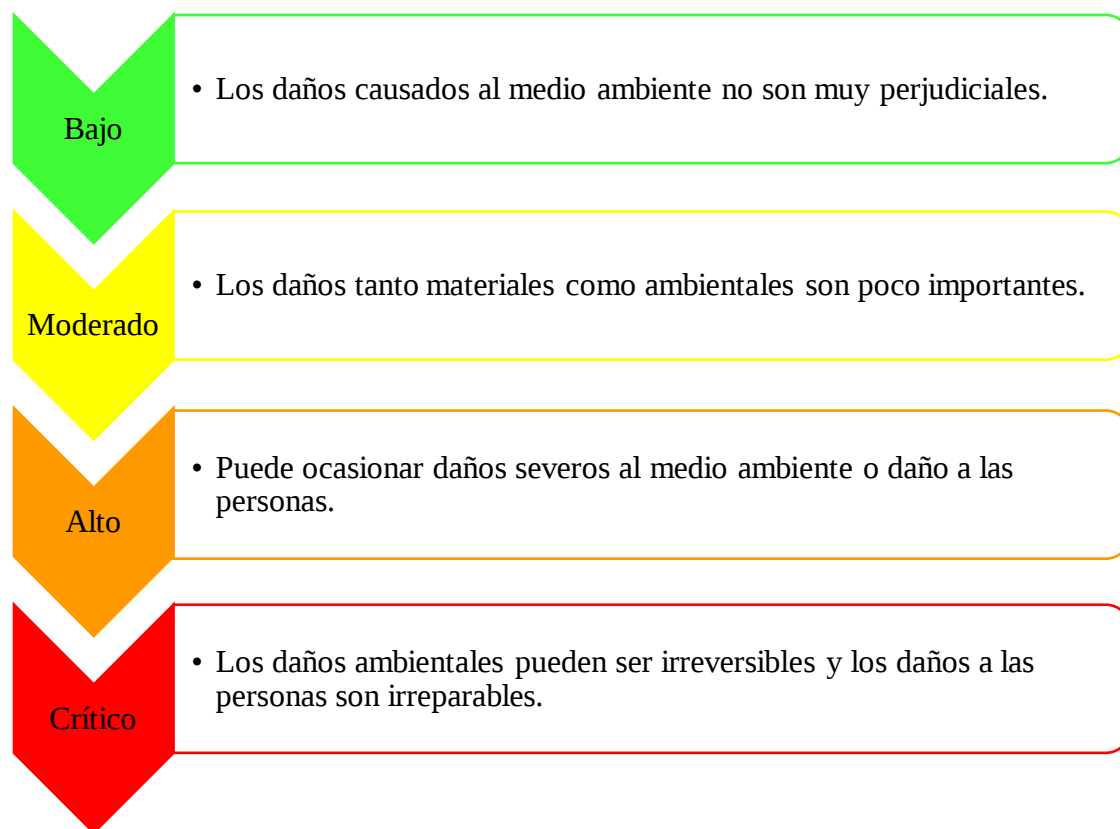
“La identificación y evaluación de los riesgos ambientales tiene como fin priorizar los riesgos con mayor probabilidad de ocurrencia de accidentes y/o estados de emergencia que puedan afectar el capital humano, procesos, instalaciones o el entorno ambiental” (Roldán & Salinas, 2017, p. 2).

Los peligros ambientales que fueron determinados y posteriormente evaluados en base al diagrama de flujo de la organización Eco Bright Art, ayudaron a establecer los posibles escenarios donde pueda haber un accidente y su probabilidad de ocurrencia, del mismo modo, permitió ponderar el daño medioambiental.

4.8.2.2. SEVERIDAD DE EVALUACIÓN

A continuación, se procedió a la identificación de los posibles riesgos, para ello se apoyó en la metodología de evaluación.

Según Bermeo (2015) dice que los valores asignados para la evaluación del Grado de Severidad del Riesgo son los siguientes. (p. 48)

Figura 56 *Severidad del Riesgo*

Elaborado por: Fuente propia

4.8.2.3. EVALUACIÓN DE RIESGO

“Para realizar la evaluación de los riesgos asociados a los peligros previamente identificados, se debe asignar niveles de probabilidad de ocurrencia y de severidad potencial de daño a las personas, para luego ponderar el valor del riesgo utilizando la siguiente fórmula” (Ruck, 2015, p. 19).

$$\text{Riesgo} = \text{Probabilidad} \times \text{Severidad}$$

4.8.2.4. JERARQUIZACIÓN DEL RIESGO

“Para la jerarquización del riesgo se considera los riesgos bajo situaciones de emergencia y se los clasificará en riesgos tolerables y no tolerables. Riesgos en situaciones de emergencia cuya significancia sea menor o igual a cuatro, se constituyen en riesgos tolerables” (Bermeo, Repositorio Universidad Politécnica Salesiana, 2015, pág. 49).

4.9. MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES

“La identificación y priorización de aspectos e impactos ambientales se hace indispensable, ya que permite definir la política e identificar los objetivos y los programas ambientales” (Cortes & Pedraza, 2016, p. 56).

El objetivo fundamental de este método es “poner en relación todos los elementos del proyecto con todos los elementos del medio, se consigue una visión inmediata y muy completa de los aspectos a estudiar, al observar que cruces no presentan interacción alguna y cuales sí” (Cabanilla, 2017, p. 42).

Tabla 37 *Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales*

MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES ECO BRIGHT ART										
Proceso	Actividades	Aspectos Ambientales	Descripción Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental	Recurso Afectado	Evaluación del riesgo			Jerarquización del riesgo	Control Operacional
						Severidad	Probabilidad	Riesgo		
Almacenar	Almacenamiento de la materia prima en un lugar apropiado.	Consumo de energía eléctrica.	Consumo de energía en las actividades diarias.	Agotamiento de recursos naturales.	Energético	1	2	2	Tolerable	Instalación y mantenimiento de lámparas y bombillos ahorradores- uso de luz artificial.
Pintar y Secar	Uniformidad de la pintura.	Generación de olores.	Manejo de sustancias químicas- solventes.	Contaminación del aire. Incomodidad de la comunidad.	Aire.	2	3	6	Significativo	Instalación y mantenimiento de un extractor de olores para pinturas.
Decorar	Se añaden los últimos detalles decorativos al recuerdo.	Generación de residuos aprovechables.	Generación de residuos de fomi, papel contac y cinta scotch decorativa.	Contaminación del suelo.	Suelo	1	2	2	Tolerable	Identificar y clasificar los desechos para ser aprovechados.

Etiquetar	Es donde se procederá a etiquetar el producto para su posterior empaquetado.	Generación de residuos no aprovechables.	Generación de residuos peligrosos. Finalización de la vida útil del equipo de cómputo, baterías, cargadores, entre otros.	Contaminación del suelo.	Suelo	2	1	2	Tolerable	Conservar limpios los alrededores de desechos sólidos peligrosos.
Empaquetado	El producto ya terminado se condiciona para empaquetarlo y comercializarlo.	Utilización de plástico de burbujas para embalaje.	Generación de residuos de plástico y cartón.	Agotamiento de recursos naturales.	Energético	2	3	6	Significativo	Instalación y mantenimiento de lámparas y bombillos ahorradores- uso de luz artificial.
				Contaminación del suelo.	Suelo					Entregar los desechos no peligrosos a la empresa puerto limpio.

Elaborado por: Fuente propia

4.10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.10.1. CONCLUSIONES

En el primer objetivo se detalla la propuesta del estudio de mercado que se desarrolló con ayuda de herramientas de Marketing, por esta razón se pudo identificar la misión, visión, valores y FODA con su respectivo análisis, se utilizó estrategias de marketing mix las cuales son: Producto, precio, plaza y promoción en donde se detallan las estrategias de fidelización del cliente y reconocimiento de la marca.

Se elaboraron estados financieros para examinar la viabilidad del proyecto propuesto, por ende, se analizó por detalle el resultado de rentabilidad y el resultado del TIR que es de 50% de tal manera es mayor a las opciones de inversión que se promete, El VAN es positivo, por lo que finiquita la propuesta del segundo objetivo y determina que el proyecto es viable y factible conforme a los resultados que se obtuvieron en el análisis financiero y en los indicadores de rentabilidad financiera TIR y VAN.

La implementación de este proyecto causará un impacto positivo en el medio ambiente ya que al utilizar materiales reutilizables ayudará a disminuir la contaminación de las diferentes zonas donde se alojan, es por esto que se implementará la norma ISO 14001:2015 enfocándonos en el apartado 8 Planificación en donde se creó una matriz de riesgos donde se evaluó la severidad, probabilidad y riesgo de los aspectos e impactos ambientales que surgen en los procesos de la empresa Eco Bright Art, por ende, esta matriz ayudará a crear un producto nuevo e innovador y amigable con el medio ambiente como los son los recuerdos para fiestas infantiles.

4.10.2.RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un plan de acción como herramienta de gestión para la ejecución las actividades necesarias para llevar al negocio cumplir de los objetivos establecidos.
- Realizar distintas estrategias de marketing estableciendo una continua fidelización entre la empresa y el cliente y llevar a cabo las condiciones y procesos que se vayan a ejecutar para que la empresa en un futuro tenga éxito.
- Se recomienda realizar un análisis de mercado, el cual va a permitir observar cómo va evolucionando la oferta, demanda e ingresos con el pasar del tiempo.
- Se recomienda actualizar el plan financiero para poder abrir nuevas sucursales.
- Se sugiere aumentar la estructura organizacional conforme a lo estipulado para asegurar un buen desempeño en la producción de adornos, por ende, se logra especificar que cada persona sea responsable de cada una de sus tareas de esta manera ayudará a mejorar las operaciones de la organización.
- Fomentar una cultura ambiental a todo el personal mediante capacitaciones referentes a las normativas y reglamentos vigentes, esto permitirá tener ideas creativas e innovadoras, por ende, esto beneficiará a la empresa para lanzar nuevos modelos de recuerdos hechos a base de materiales reutilizados.
- Se recomienda crear convenios con otras ciudadelas para poder obtener más materia prima y así disminuir las compras.

REFERENCIAS

- Abril, X., & Román, K. (Septiembre de 2019). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47065>
- Aguilera, I. (2016). Reutilización de Residuos Sólidos en la Promoción de la Cultura. *Revista Científic*, Vol.1(Nº1), pp.212-230. Obtenido de http://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/17/14
- Aguirre, I., Cañon, S., Gómez, A., & Rodríguez. (2018). *Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16076/1/ANALISIS%20DE%20VIA%20BILIDAD%20FINANCIERA%20Empresa%20distribuidora%20XYZ%20%281%29.pdf>
- Arenas, Y. (03 de Enero de 2017). *Repositorio Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/15942>
- Ares, J., & Schibille, N. (2016). La Hispania antigua y medieval una a través de del vidrio: la aportación de la arqueometría. *Elsevier*(56), 195-204.
- Arévalo, F., & Vera, M. (Mayo de 2015). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10042>
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 151. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7/Ley+Org%C3%A1nica+de+Emprendimiento+e+Innovaci%C3%B3n.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=76783625-5a7e-4ba0-888b-7e12adad61e7>
- Belmira, M. (2018). *Repositorio Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13589/MARCELO_VELIZ ESTRATEGIAS METODOLOGICAS PARA EL DESARROLLO DEL ENFOQUE AMBIENTAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bermeo, J. (2015). *Repositorio Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/13422/1/UPS-GT001778.pdf>
- Bermeo, J., Rea, V., López, R., & Pico, M. (2018). El reciclaje la industria del futuro en el Ecuador. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 22(87), 29-36. Obtenido de <http://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/183/240>
- Betancourt, C., Correa, V., & Betancourt, B. (2019). *AIDIS*. Obtenido de <https://aidisnet.org/wp-content/uploads/2019/07/360-Mexico-oral.pdf>

- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para Elaboración de un Plan de Negocio. Japon: Productiva Servicio de Desarrollo Empresarial.*
- Cabanilla, L. (2017). *Repositorio Digital de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.* Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7666/1/T-UCSG-PRE-ING-IC-188.pdf>
- Calero, P., Cruz, A., & Martín, M. (8 de Julio de 2016). *Universidad de la Laguna.* Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2750/ANALISIS+DEL+SECTOR+DEL+RECICLAJE+DE+VIDRIO.pdf?sequence=1>
- Campos, M., & Duarte, M. (2015). *Repositorio Piloto Universidad de Colombia.* Obtenido de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00002412.pdf>
- Campoverde, M., & Sarmiento, M. (2018). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37443/1/TESIS%20Recuerdos%20Ecologicos.pdf>
- Cañar, M. (2016). *Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato.* Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1718>
- Cárdenas, F., Flores, C., Peralta, Á., & Lara, P. (7 de Junio de 2019). Sostenibilidad empresarial en relación a los objetivos del desarrollo sostenible en el Ecuador. *Reciamuc (Revista científica de investigación actualización del mundo de las ciencias)*, 3(1), 670-699. doi:[https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.\(1\).enero.2019.670-699](https://doi.org/10.26820/reciamuc/3.(1).enero.2019.670-699)
- Carrasco, T. (2017). El reciclaje de vidrio y su impacto en la conservación del medio ambiente. *Explorador Digital*, 1(4), 22-31. doi: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i2.319>
- Castélan, A., & Oros, L. (Diciembre de 2011). *Eumed.net.* Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2011b/cvom.pdf>
- Código Orgánico del Ambiente. (2018). Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Coloma, L. (28 de Junio de 2019). Guayaquil, sin una ordenanza que promueva eficazmente el reciclaje. *El telégrafo.* Obtenido de <http://tinyurl.com/y2fd6gzj>
- Congreso Nacional la Comisión de legislación y codificación. (2014). *Ley de compañías.* Registro Oficial 312. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Cortes, D., & Pedraza, A. (2016). *Biblioteca Virtual Universidad Industrial de Santander.* Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165550.pdf>

- Corzo, L., & Chirinos, J. (Septiembre de 2019). La viabilidad ambiental: Una mirada desde los proyectos socio integradores. *Revista Polo del Conocimiento*, Vol.4(nº9), p.108-132. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1102/pdf>
- Cubas, G., & Mendoza, K. (2018). *Repositorio de Tesis USAT*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1464/1/TL_CubasLopezGina_MendozaCabreraKaren.pdf
- Custodio, N. (2018). *Repositorio Digital de la Universidad de las Américas* . Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9397>
- Dirección Nacional Jurídica. (2018). *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno-LORTI*. Registro Oficial Suplemento 463. Obtenido de <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- Duvergel, Y., & Argota, L. (2017). estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos. *Revista 3C Tecnología*, Vol.6(Nº4), p.46-63. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Ecovidrio*. (10 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://hablandoenvidrio.com/historia-del-vidrio-i/>
- Fernandez , F. J. (2017). *Estudio de Mercado*. Lulu. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=yuskDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Gallegos, C. (2017). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26559/1/T4132i.pdf>
- Gangeshwer, D. (2013). E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context. *International Journal of u- and e- Service, Science and Technology*, 6, 187-194.
- García, J., Reina, M., & Skotnicka, A. (2019). La importancia del plan de empresacomoherramienta de gestión paraemprendedores tecnológicos. *Revista Esapacios*, 40(3).
- Gómez, O. (2017). *Repositorio Institucional de la Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6092/1/T2559-MFGR-Gomez-Evaluacion.pdf>
- González, A., Rojas, O., & Ruelas, I. (2017). Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en una metodología mixta. *Revista de Desarrollo Económico*, Vol.4(Nº13), p.57-63. Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_7.pdf

- Google maps. (s.f.). Obtenido de
<https://www.google.com/maps/search/colinas+del+maestro+/@-2.0762993,-79.9143369,780m/data=!3m1!1e3>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Obtenido de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Lindao , Y. (12 de Julio de 2019). *Repositorio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano*. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1211>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Investigación social cuantitativa*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona (1ª edición ed.). Barcelona: Grup de Recerca en Educació i Treball. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoccua_cap2-4a2017.pdf
- Ministerio de Ambiente. (2015). *Acuerdo No. 061 Reforma del Libro VI del Texto Unificado de Legislación Secundaria*. Quito: Registro Oficial No 316. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu155124.pdf>
- Ministerio de Ambiente . (2015). *Acuerdo del Ambiente N°028*. Quito. Obtenido de <http://ecuadorforestal.org/wp-content/uploads/2010/05/Libro-VI-Calidad-Ambiental.pdf>
- Ministerio de Ambiente. (2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Ministerio de Ambiente. (2014). *Acuerdo n° 161*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/AM-161-Reforma-al-Titulo-V-y-VI-del-TULSMA-RO-631-01-02-2012.pdf>
- Ministerio de Ambiente. (2015). *Acuerdo n° 0.61*. Quito. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu155124.pdf>
- Ministerio de Educación. (2016). Obtenido de http://www.minedu.gob.pe/educacion-ambiental/ambiental/enfoque_ambiental.php
- Ministerio del Ambiente de la República del Ecuador. (2004). *Ley de Gestión Ambiental*. Quito. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Moncayo, C. (2018). *Repositorio Digital Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>
- Montalvo, J. (Septiembre de 2018). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/34812>
- Mora , D., & Palacios, J. (11 de Junio de 2019). *Repositorio Dictum*. Obtenido de <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/1733>

- Morán, M. (Febrero de 2017). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*.
Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14978>
- Moreno, D. (31 de Diciembre de 2017). Los riesgos naturales del cambio climático y Educación Ambiental en el Sureste de la Península Ibérica. *Revista Estudios Ambientales*, Vol.5(Nº2), p.4-23. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/33/3315003/html/index.html>
- Municipalidad de Guayaquil. (2010). *Ordenanza que norma el manejo de los desechos sólidos no peligrosos generados en el cantón Guayaquil*. Guayaquil. Obtenido de <https://guayaquil.gob.ec/Ordenanzas/Protecci%C3%B3n%20y%20Gesti%C3%B3n%20Ambiental/23-12-2010.%20Ordenanza%20que%20norma%20el%20manejo%20de%20los%20desechos%20s%C3%B3lidos%20no%20peligrosos%20generados.pdf>
- Muñoz, K. (2020). *Repositorio Digital Universidad Estatal del Sur de Manabí*. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2369/1/TESIS%20FINAL%20KAINA%20M.M..pdf>
- Navarrete, M. (Enero de 2019). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41042>
- Neira, E. (2016). *Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10910/1/T-UCE-0003-CA215-2016.pdf>
- Novillo, L., Pérez, M., & Muñoz, J. (2018). Marketing verde, ¿tendencia o moda? *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), pp. 100-105. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-100.pdf>
- Oceana. (17 de Mayo de 2019). Obtenido de https://chile.oceana.org/sites/default/files/13_05_informe_plasticos_digital_final.pdf
- Orbe, M. (2015). *Repositorio Digital Universidad Internacional del Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/767/1/T-UIDE-1002.pdf>
- Palacios, J. (2016). *Repositorio Digital Universidad Laica Vicente Rocafuerte*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1559/1/T-ULVR-0345.pdf>
- Peñate, C., Villa, C., & Chico, J. (2016). *Repositorio Digital Areandina*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/658>
- Perdigón, R., Viltres, H., & Madrigal, R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12, 192-208.
- Pérez, M., Espinoza, C., & Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible para el futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, Vol.8(Nº3), p.169-178. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>

- Pinzón, A., Pérez, A., & Mariño, L. (2020). *Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17563/1/2020_plan_negocios_creaci%C3%B3n.pdf
- Porras, K., & Candela, N. (2017). *Repositorio Institucional Universidad Distrital*. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/6574/1/CandelaTribi%C3%B1oNancyJohanna2017.pdf>
- Portilla, M. (2015). *Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Trujillo*. Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4718/portilladiaz_miluska.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). Obtenido de <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-12-responsible-consumption-and-production.html>
- Puente, M., & Carrasco, V. (2017). Plan de negocios una guía empresarial para pequeños negocios. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, pp.1-13.
- Ramírez, A. (2018). *Repositorio Institucional Universidad Iberoamericana Puebla*. Obtenido de <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/3624/PlanIt-escrito.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Reyes, A., Pellegrini, N., & Reyes, R. (2015). El reciclaje como alternativa de manejo de los residuos sólidos en el sector minas de Baruta, Estado Miranda, Venezuela. *Revista de Investigación*, 39(86), 157-170. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3761/376144131008.pdf>
- Rojas, S. (2015). *Repositorio Académico de la Universidad de San Martín de Porres*. Obtenido de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/1048>
- Roldán, S., & Salinas, G. (2017). *Repositorio Institucional Universidad Nacional Agraria La Molina*. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2769/T01-R64-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruck, J. (2015). *Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana*. Obtenido de <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3262/TESIS%20PARA%20LIBRO%20JUAN%20JUNIOR%20RUCK%20LEMONS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruíz, M., Luzuriaga, H., & Rodríguez, A. (2015). El Comportamiento del consumidor y la cultura de reciclaje de residuos sólidos: Caso Mancomunidad Patate –Pelileo. *Revista Digital de Medio Ambiente*(N°36), pp.1-15. Obtenido de <https://mirevistadigital.files.wordpress.com/2015/07/ar1-nc2ba36.pdf>

- Sánchez, J., Olave, S., & Barón, D. (2017). *Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8074/1/2017-diseno_implementacion_sistema_integrado.pdf
- Sanmartín, G., Zhige, R., & Alaña, T. (2017). El reciclaje: Un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Universidad y sociedad*, 9(1), 36-40. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100005
- Santos, A. (2015). *Biblioteca Digital Uncuyo*. Obtenido de <https://bdigital.uncu.edu.ar/7579>
- Sapag, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Pearson Educación.
- Silva, I., & Figueroa, A. (Octubre de 2017). *Repositorio Digital de la Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26960/1/430%20o.e..pdf>
- Sisalima, D., & Sinchi, X. (2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de Azuay*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5606/1/11935.pdf>
- Solis, S., & Perez, M. (Abril de 2018). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28587>
- Stokes, R. (2011). *eMarketing: The essential guide to digital marketing*. Quirk eMarketing (Pty) Ltd.
- Susanna, J. (2018). La empresa que hace juguetes reutilizando tus envases. *Revista Retina*.
- Torres, R., Rivera, J., Cabarcas, R., & Castro, Y. (2018). La efectividad del uso del marketing digital como estrategia para el posicionamiento de las pymes para el sector comercio en la ciudad de Barranquilla. *Investigación y Desarrollo en TIC*, 8, 3-5.
- Touriz, J. (2017). *Repositorio Institucional Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34071/1/TESIS%20TOURIZ%20PARA%20EMPASTAR.pdf>
- Urquiza, R. (7 de Marzo de 2017). *Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13793>
- Valencia, T. (2016). *Liceo Comercial Carahue*. Obtenido de <https://www.liceocomercialcarahue.cl/website/material/4contprocinfcontablefinanciera/4dB-procesamiento-de-la-informacion-contable-y-financiera-guia-3.pdf>
- Vázquez, A., Beltrán, M., Espinosa, R., & Velasco, M. (2016). El origen de los plásticos y su impacto en el ambiente. *ResearchGate*, pp.1-14.
- Vázquez, A., Espinosa, R., Beltrán, M., & Velasco, M. (2016). *Researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/303045254_Reciclaje_de_plasticos

- Villacís, P., & Suárez, D. (2016). *Repositorio Digital Universidad de Las Américas*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4722/1/UDLA-EC-TINI-2016-04.pdf>
- Visión Digital. (2 de Marzo de 2015). *Visión Digital*. Obtenido de <http://vision-digital.com.mx/2015/03/02/ideas-verdes-negocios-exitosos/>
- Zabala, J. (2018). *Repositorio Institucional del Organismo de la comunidad Andina, CAN*. Obtenido de <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6118/1/T2624-MBA-Zabala-La%20industria.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Planteamiento del problema

Situaciones actuales	Causas	Pronóstico	Control de pronóstico
Contaminación que se da en la ciudadela.	Bajo nivel de cultura en el ámbito ambiental.	Exceso de materia prima.	Aplicación de herramientas de calidad.
Acumulación de residuos sólidos.	Mal manejo de recursos.	Poca acogida del producto.	✓ Elaborar una matriz de aspectos e impactos ambientales. ✓ Capacitación de personal referente al ámbito ambiental.
Poca información en el desarrollo del negocio.	Bajo nivel de costos.	Pocas oportunidades para llamar la atención del cliente.	Elaborar un plan financiero por lo que nos permitirá ver si el emprendimiento es viable y factible.
Bajo interés de las personas por comprar productos a base de material reutilizado.	Baja cultura por parte de la sociedad para el consumo de productos reutilizables.	Poca acogida del cliente y baja rentabilidad del negocio.	Aplicar estrategias de marketing para incentivar a los clientes comprar productos a base de material reutilizado.
Desconocimiento de la marca en el mercado.	No tiene una imagen corporativa y no consta de recursos financieros.	Desconocimiento del producto por parte de los consumidores.	Hacer un estudio de mercado que nos permitirá conocer el sector, la competencia y los gustos y preferencias.

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 2. Informe de Devolución en compras

	Informe de Devolución	I-001
---	-----------------------	-------

REGISTRO DE DEVOLUCIÓN EN COMPRAS (I-001)

Día	Mes	Año	Cantidad	En buen estado	En Mal estado
Total:					

Comentarios: _____

Preparado por: _____ **Firma:** _____

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 3. Encuesta Online



Encuesta referente al lanzamiento de un nuevo producto

Agradecemos muy cordialmente por brindarnos unos minutos de su valioso tiempo para responder una breve encuesta que nos permitirá conocer sus gustos y preferencias acerca de un producto que se pretende lanzar al mercado.

***Obligatorio**

Eco Bright Art es una empresa que se dedica a la reutilización de envases de vidrios para la elaboración de adornos que pueden ser utilizados de diferentes usos, con el fin de minimizar el impacto ambiental.

Edad *

Elige ▼

Género *

☐ Femenino

☐ Masculino

Sector *

Elige ▼

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 4. Encuesta 1.1

De las preguntas que se muestran a continuación; escoja solo una respuesta o alternativa.

1. ¿A usted, le preocupa el medio ambiente? *

☐ Bastante

☐ Mucho

☐ Poco

☐ Nada

2. ¿Está usted de acuerdo en ayudar con la preservación y conservación del medio ambiente? *

☐ Totalmente de acuerdo

☐ De acuerdo

☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

☐ Desacuerdo

3. ¿Está usted de acuerdo en que se cree una empresa que elabore recuerdos infantiles hechos con materiales reutilizables? *

☐ Totalmente de acuerdo

☐ De acuerdo

☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

☐ Desacuerdo

4. ¿Usted, está de acuerdo que la idea de elaborar recuerdos infantiles hechos con materiales reutilizables es innovadora? *

☐ Totalmente de acuerdo

☐ De acuerdo

☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

☐ Desacuerdo

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 5. Encuesta 1.2

5. ¿Está usted de acuerdo que se venda un producto hecho a base de materiales reutilizables? *

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ Desacuerdo

6. ¿Conoce alguna empresa en el país que se dedique a la elaboración de este producto? *

- ☐ Si
- ☐ No

7. ¿Cuál de los siguientes logotipos le parece más llamativo para la marca de la organización? *



☐ Opción 1



☐ Opción 2



☐ Opción 3

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 6. Encuesta 1.3

8. ¿El eslogan es muy importante para nuestro producto, cuál cree usted que sería el más apropiado? *

☐ Piensa diferente y ayuda al medio ambiente

☐ Que tus fiestas formen parte del cuidado del medio ambiente

☐ Si amas el planeta ayúdalo comprando recuerdos reutilizados

☐ Otro: _____

9. ¿Cuál de estos factores le motivaría comprar el producto? *

☐ Precio

☐ Marca

☐ Calidad

☐ Diseño

☐ Otro: _____

10. ¿Dónde le gustaría adquirir los recuerdos para fiestas infantiles? *

☐ Supermercados

☐ Tiendas Online

☐ Comisariatos

☐ Tienda física

11. ¿A causa de la situación que se encuentra el país, usted compraría nuestro producto en forma online? *

☐ Si

☐ No

12. ¿Por qué no compraría nuestro producto en forma online?

Tu respuesta _____

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 7. Encuesta 1.4

12. ¿Por qué no compraría nuestro producto en forma online?

Tu respuesta _____

13. ¿De los siguientes servicios de entrega a domicilio que se encuentran disponibles en el país, elija cuál sería el de su preferencia? *

☐ Glovo

☐ Uber eats

☐ Gacela Delivery

☐ Rappi

☐ Otro: _____

14. ¿Mediante qué medios le gustaría informarse sobre nuestro producto? *

☐ Vía redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter)

☐ TV

☐ Radio

☐ Flyers (Volantes)

15. ¿Qué tipo de oferta le gustaría obtener? *

☐ 2x1

☐ Cupones de descuento

☐ Regalo por compra

☐ Sorteos

☐ Otro: _____

16. ¿Usted, compraría nuestro producto? *

☐ Si

☐ No

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 8. Encuesta 1.5

15. ¿Qué tipo de oferta le gustaría obtener? *

☐ 2x1

☐ Cupones de descuento

☐ Regalo por compra

☐ Sorteos

☐ Otro: _____

16. ¿Usted, compraría nuestro producto? *

☐ Si

☐ No

17. ¿Cuál es la probabilidad de que usted recomiende nuestro producto? *

☐ Totalmente probable

☐ Probable

☐ Algo probable

☐ Nada probable



[Enviar](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Elaborado por: Fuente propia

Anexo 9. Recolección de Materia Prima



Elaborado por: Fuente propia.



Anexo 10. Separación de Materia prima



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 11. Separación de Materiales



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 12. Materiales.



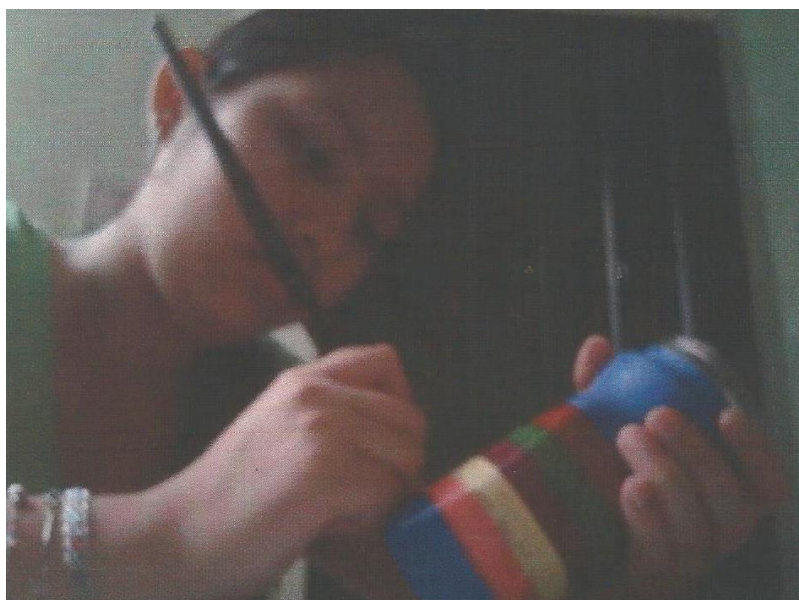
Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 13. *Proceso de elaboración del producto.*



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 14. *Proceso de pintar el envase*



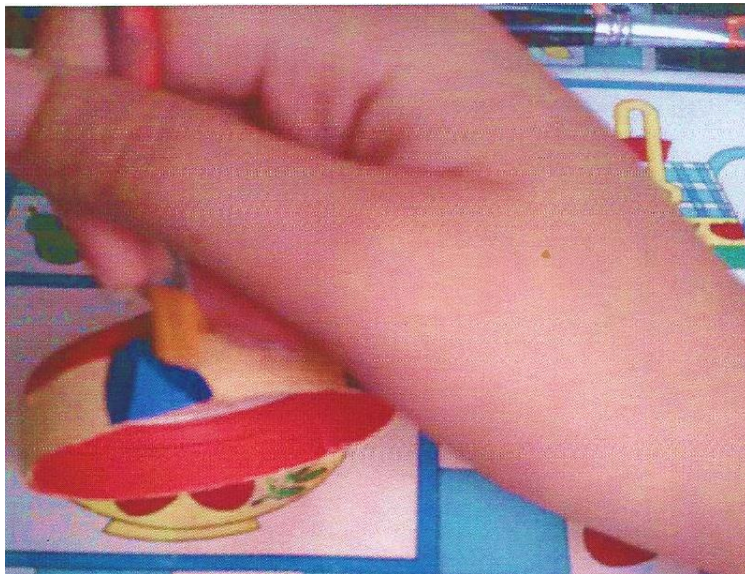
Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 15. *Proceso de pintar la tapa del envase.*



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 16. *Proceso de decoración del producto.*



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 17. *Proceso de añadir los últimos detalles del producto*



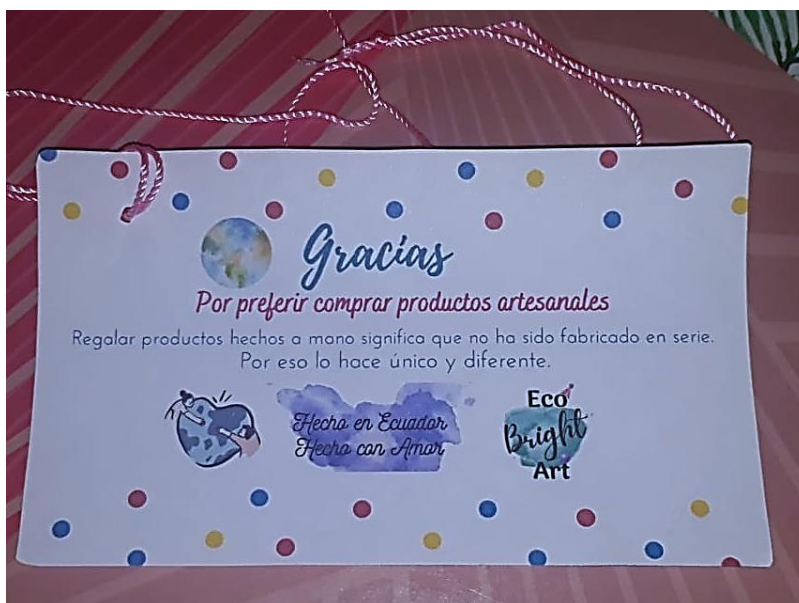
Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 18. *Etiquetado del producto*



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 19. Tarjeta de agradecimiento por haber comprado el producto



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 20. Presentación del producto.



Elaborado por: Fuente propia.

Anexo 21. *Presentación del producto con tarjeta de agradecimiento.*



Elaborado por: Fuente propia.