



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL NEGOCIO DE RECUERDOS
ECOLÓGICOS, CIUDADELA ALBORADA – GUAYAQUIL, 2018.”

AUTOR(ES)

CAMPOVERDE ANDRADE MAYRA ELIZABETH
SARMIENTO PINTADO MARÍA GABRIELA

TUTOR

ING. FABIÁN EDUARDO ARÍZAGA VERA, MSC.

GUAYAQUIL, FEBRERO, 2018



REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL NEGOCIO DE RECUERDOS ECOLÓGICOS, CIUDADELA ALBORADA – GUAYAQUIL, 2018		
Autor/es: Campoverde Andrade Mayra Elizabeth Sarmiento Pintado María Gabriela		TUTOR: Ing. Arizaga Vera Fabián Eduardo, MSC.
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA: CONTADURÍA PÚBLICA AUTORIZADA		
FECHA DE PUBLICACIÓN: Enero 2018		
ÁREA DE TEMÁTICA: Emprendedorismo		
PALABRAS CLAVES: Factibilidad, plantas suculentas.		
RESUMEN: En el siguiente trabajo se realiza el estudio para crear la empresa Ecological Gift en la Ciudad de Guayaquil con el propósito de cuidar el medio ambiente a través de la venta de recuerdos ecológicos implementando materiales reutilizables tales como el yute, botellas de vidrio, madera, etc. La investigación que se realizó fue con el objetivo de conocer si es viable o no la creación del proyecto.		
No. DE REGISTRO(EN BASE DE DATOS)		No. DE CLASIFICACIÓN
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	(x) SI	() NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Campoverde Andrade Mayra Elizabeth Sarmiento Pintado María Gabriela	TELÉFONO: 0996964801 0960586098	E-MAIL: mcamp8729@gmail.com mgsarmiento19@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN: SECRETARIA TITULAR (E) FCA	TELÉFONO: 042282187	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA



Certificación del Tutor

Yo, Fabián Eduardo Arízaga Vera, con C.C. #0912538998, habiendo sido nombrado como tutor del proyecto de titulación, como requisito para obtener el título de Contaduría Pública Autorizada presentado por los egresados:

Campoverde Andrade Mayra Elizabeth con CC: 0926119280

Sarmiento Pintado María Gabriela con CC: 0926723800

Tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL NEGOCIO DE RECUERDOS ECOLÓGICOS, CIUDADELA ALBORADA – GUAYAQUIL, 2018”

Tengo a bien informar, que el mismo ha cumplido con las directrices y recomendaciones dadas por la suscrita, por lo expuesto se procede a la **Aprobación del Proyecto**, encontrándose actas para sustentación.

Guayaquil, Enero del 2018

Atentamente,

Ing. Fabián Eduardo Arízaga Vera MSC.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA



**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
 USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACÁDEMICOS**

Nosotras, Campoverde Andrade Mayra Elizabeth con C.I. N°. **0926119280** y Sarmiento Pintado María Gabriela con C.I. N° **0926723800**, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL NEGOCIO DE RECUERDOS ECOLÓGICOS, CIUDAD DE LA ALBORADA – GUAYAQUIL, 2018”** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 144 del CÓDIGO ÓRGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

CAMPOVERDE ANDRADE MAYRA

SARMIENTO PINTADO GABRIELA

CI: 0926119280

C.I. 0926723800

* CÓDIGO ÓRGANICO 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.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA**



Renuncia de derechos de autor

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de: **Campoverde Andrade Mayra Elizabeth, con c.c. # 0926119280** y, **Sarmiento Pintado María Gabriela, con c.c. # 0926723800** cuyo tema es:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL NEGOCIO DE RECUERDOS
ECOLÓGICOS, CIUDADELA ALBORADA – GUAYAQUIL, 2018.**

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

CAMPOVERDE ANDRADE MAYRA

CI: 0926119280

SARMIENTO PINTADO GABRIELA

C.I. 0926723800

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por permitirme dar este gran paso en mi carrera universitaria, por la fortaleza necesaria que me dio en todos los momentos que pensé desfallecer y que hoy puedo decir con mucha alegría que todo lo que pedí en oración, Él me lo concedió.

Con mucho amor a mis padres Ing. Com. Luis Campoverde Cruz y Lcda. Juana Andrade por todos sus consejos, confianza y ayuda que en momentos difíciles no podía, a mi querida familia que me animaron a seguir adelante para cumplir mis objetivos.

.

Campoverde Andrade Mayra Elizabeth.

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios por ayudarme en tiempo de incertidumbre, para evitar que me desvíe del camino para cumplir mis objetivos y mantenerme perenne para convertirme en una profesional.

A mis padres por el sacrificio que hicieron por darme la educación, a mis amigos por estar presente en los buenos y malos momentos que he vivido, creyendo en mí y alentándome a ser alguien mejor cada día.

Sarmiento Pintado María Gabriela.

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios por gozar de esta enorme Bendición de culminar una de mis metas, por ser mí guía en todo momento y permitir que esto se haga realidad.

Les agradezco a mis padres por su confianza y palabras de superación, a mi abuelita Raquel Cruz que ha sido un pilar fundamental en todo el proceso estudiantil ya que gracias al cuidado de mi hija he podido culminar este proceso.

Campoverde Andrade Mayra Elizabeth.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la sabiduría para tomar las decisiones que han marcado mi forma de ser y dar paso a convertirme en la profesional que soy hoy en día.

Agradezco a mis padres, hermanos y amigos, por sus consejos, su apoyo constante y todas las veces que han estado ahí cuando más los necesitaba.

A mi compañera Mayra Campoverde, sin la cual no hubiera podido realizar este excelente trabajo que ayudara a las próximas promociones de la carrera.

Sarmiento Pintado María Gabriela.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA



**"Estudio de factibilidad para el negocio de recuerdos ecológicos, ciudadela La Alborada –
Guayaquil, 2018"**

Autor: Campoverde Andrade Mayra Elizabeth

Sarmiento Pintado María Gabriela

Tutor: Ing. Arizaga Vera Fabián Eduardo, Msc.

Resumen

Ecological Gift, es una microempresa dedicada a la elaboración de recuerdos ecológicos con el fin de ayudar al medioambiente brindando al cliente variedad de regalos personalizados elaborados con materiales reutilizables, las plantas suculentas forman parte esencial de nuestro producto, lo cual permite a la empresa ser innovadora y creativa.

El tipo de investigación a realizar será descriptiva y exploratoria realizando un estudio de mercado, que permitirá ejercer una buena gestión para lograr los objetivos planteados. Los instrumentos utilizados para la obtención de la información son entrevistas y la observación directa, con ello podremos ver que tan factible es crear el negocio en una determinada localidad de la ciudad de Guayaquil para así invertir con un grado de confianza alto. Con los resultados se pudo concluir de que existe gran nivel de aceptación por partes de las personas, ya que este tipo de plantas no necesita mucho cuidado.

Palabras claves: plantas suculentas, factibilidad, mercado, viabilidad.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA CONTADURIA PÚBLICA AUTORIZADA



"Feasibility study for the business of ecological souvenirs, citadel La Alborada - Guayaquil, 2018"

Author: Campoverde Andrade Mayra Elizabeth

Sarmiento Pintado María Gabriela

Advisor: Ing. Arizaga Vera Fabián Eduardo, Msc.

ABSTRACT

Ecological Gift, is a micro company dedicated to the elaboration of ecological souvenirs in order to help the environment by providing the customer with a variety of personalized gifts made with reusable materials, succulents are an essential part of our product, which allows the company to be innovative and creative.

The type of research to be carried out will be descriptive and exploratory, carrying out a market study, which will allow good management to achieve the objectives set. The instruments used to obtain the information are interviews and direct observation, with this we can see how feasible it is to create the business in a specific location in the city of Guayaquil in order to invest with a high degree of confidence. With the results it was possible to conclude that there is a high level of acceptance by parts of the people, since this type of plants does not need much care.

Keywords: succulents plants, feasibility, market, viability.

Tabla de Contenido

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	i
Certificación del Tutor	iii
Renuncia de derechos de autor	v
Dedicatoria	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Agradecimiento	ix
Resumen	x
ABSTRACT	xi
Introducción	1
Capítulo 1	3
1. Problema	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2. Formulación y Sistematización del Problema.....	6
1.2.1. Sistematización del Problema.....	6
1.3. Objetivos de la Investigación.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivo Específico	6
1.4. Justificación	7

1.4.1.	Justificación Teórica.....	7
1.4.2.	Justificación Metodológica.....	8
1.4.3.	Justificación Práctica	8
1.5.	Delimitación de la Investigación	9
1.6.	Hipótesis	9
1.6.1.	Variable Independiente.....	9
1.6.2.	Variable Dependiente	9
1.1.1.	Operacionalización de las variables	10
Capítulo 2.....		11
2.	Marco Referencial.....	11
2.1.	Antecedentes de la Investigación.....	11
2.2.	Marco Teórico.....	12
2.2.1.	¿Qué es el reciclaje?	13
2.2.2.	Materiales reciclables	13
2.2.3.	Reciclaje de Vidrio	13
2.2.4.	Reciclaje de madera.....	13
2.2.5.	Determinación de la Factibilidad.....	13
2.2.6.	Aspectos de la Factibilidad.....	14
2.2.7.	Empresas Ecológicas	15
2.3.	Marco Contextual.....	17
2.4.	Marco Conceptual.....	18

2.5. Marco Legal	21
Capítulo 3	23
3. Marco Metodológico y Análisis de Datos	23
3.1. Diseño de la Investigación	23
3.1.1. Investigación No Experimental	23
3.1.2. Investigación de Campo	24
3.2. Tipo de la Investigación	24
3.2.1. Investigación Descriptiva	24
3.2.2. Investigación Exploratoria	24
3.3. Población y Muestra	26
3.4. Técnicas e instrumentos de Investigación	27
3.5. Análisis de los Resultados	28
3.5.1. Tabulación de Encuesta	29
Capítulo 4	42
4. Propuesta	42
4.1. Diseño de la propuesta	42
4.2. Misión	42
4.3. Visión	42
4.4. Objetivos	43
4.5. Promotoras del negocio	44
4.6. Organigrama	45

4.6.1.	Manual de Funciones y responsabilidades	45
4.7.	Estudio de Mercado	46
4.7.1.	Competencia	46
4.7.2.	Estrategias Empresariales	47
4.7.3.	Formulación de Estrategias Empresariales.....	47
4.7.4.	Ejecución de Estrategias Empresariales	48
4.7.5.	Cinco fuerzas de Porter.....	48
4.7.5.1.	Rivalidad entre los consumidores.....	49
4.7.5.2.	Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	50
4.7.5.3.	Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	50
4.7.5.4.	Poder de negociación de los proveedores.....	51
4.7.5.5.	Poder de negociación de los clientes o compradores	51
4.7.6.	Análisis Foda	52
4.7.6.1.	Fortalezas.....	52
4.7.6.2.	Oportunidades	53
4.7.6.3.	Debilidades.....	53
4.7.6.4.	Amenazas	53
4.7.7.	Plan de Marketing.....	54
4.7.7.1.	Objetivos de la publicidad.....	54
4.7.7.2.	Justificación del nombre de la empresa.....	54
4.7.7.3.	Logo.....	54

4.7.7.4. Slogan.....	55
4.7.8. Productos	55
4.7.8.1. Descripción del producto.....	55
4.7.8.2. Presentación del producto	55
4.7.9. Precio	58
4.7.10. Proveedores	58
4.7.11. Plaza	59
4.7.12. Publicidad.....	59
4.8. Estudio Financiero.....	59
4.8.1. Inversión Total.....	60
4.8.1.1. Inversión Activos Fijos	60
4.8.1.2. Inversión Activos Diferidos	61
4.8.1.3. Inversión de Capital de Trabajo	62
4.8.2. Financiamiento	63
4.8.2.1. Intereses y amortización	64
4.8.3. Depreciación de Activos.....	64
4.8.4. Ingresos.....	66
4.8.5. Costos y gastos	66
4.8.6. Punto de Equilibrio.....	67
4.8.7. Proyecciones Financieras	69
4.8.7.1. Flujo de Caja	69

4.8.7.2. Estado de Situación Financiero	70
4.8.7.3. Estado de Estado de Resultados	71
4.8.7.4. Índices Financieros	71
4.8.7.4.1. Tasa Interna de Retorno	72
4.6. Conclusiones	74
4.7. Recomendaciones	75
4.8. Bibliografía	76
APENDICE A	82
APENDICE B	84

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables	10
Tabla 2. Análisis pregunta 1.....	29
Tabla 3. Análisis de pregunta 2.....	30
Tabla 4 Análisis de la pregunta 3	31
Tabla 5 Análisis de la pregunta 4	32
Tabla 6 Análisis de la pregunta 5	33
Tabla 7. Análisis de la pregunta 6	34
Tabla 8. <i>Análisis de pregunta 7</i>	36
Tabla 9. Análisis de pregunta 8.....	37
Tabla 10. Análisis de pregunta 9.....	39
Tabla 11 Análisis de la pregunta 10.....	40
Tabla 12 Competencia de Ecological Gift	50
Tabla 13 Productos sustitutos de Ecological Gift	51
Tabla 14 Inversión total	60
Tabla 15 Inversión de Maquinarias y equipos	61
Tabla 16 Gastos de Constitución.....	61
Tabla 17 Amortización.....	61
Tabla 18 Presupuesto de Costos y Gastos	62
Tabla 19 Financiamiento.....	63
Tabla 20 Amortización de la deuda.....	64
Tabla 21 Depreciación de activos	65
Tabla 22 Ingresos	66
Tabla 23 Presupuesto de Ingresos y Costos a 3 años	67

Tabla 24 Flujo de Caja	69
Tabla 25 Estado de Situación Financiero	70
Tabla 26 Estado de Resultados	71
Tabla 27 Tasa Interno de Retorno	72

Índice de Figuras

Figura 1 Logo Ubink.....	3
Figura 2 Página Ubink	4
Figura 3 Fronda.ec	5
Figura 4. Sector de realización de encuestas.....	17
Figura 5. Ubicación del Local.....	18
Figura 6 Sexo.....	29
Figura 7 Edad	30
Figura 8 Compradores de recuerdos	31
Figura 9 Clase de recuerdos	32
Figura 10 Diversidad acerca de materiales reutilizables.....	33
Figura 11 Ocasiones para adquirir recuerdos ecológicos.....	35
Figura 12 Expectativas del producto.....	36
Figura 13 Análisis de pregunta 8.	38
Figura 14 Medios de información	39
Figura 15 Aceptación del producto	40
Figura 16 Detalle promotoras del proyecto.....	44
Figura 17 Organigrama Ecological Gift.....	45
Figura 18. Fuerzas de Porter	49
Figura 19 Análisis FODA	52
Figura 20. Logo de la empresa.....	54
Figura 21. Recuerdo planta suculenta	55
Figura 22. Maceta decorada para suculenta	56
Figura 23. Jarrón planta suculenta 1	56

Figura 24. Jarrón planta suculenta 257

Figura 25 Botellas personalizadas.....57

Introducción

En el presente estudio que se formula se prevé analizar la viabilidad de establecer el negocio de venta de recuerdos ecológicos, creando la empresa Ecological Gift S.A., para dicho proyecto se utilizará plantas suculentas que no requieren de mucho cuidado, sin olvidar de los detalles que se plasmará con distintos materiales reutilizables y ecológicos con el fin de contribuir al desarrollo económico sostenible generando trabajo; la palabra ecológico se identifica que defiende y protege al medioambiente.

El proyecto de estudio aplica estrategias de marketing identificando la necesidad, prioridad y mayor rentabilidad de los productos a ofrecer en el negocio que será a través de plantas suculentas, decoración e innovación en botellas de vidrios en donde se crea el interés y cuidado del medio ambiente. Las plantas suculentas son sencillas de cuidar con variedades de especies y que por su tamaño se pueden ubicar en localidades internas o externas del hogar.

En el capítulo uno se efectúa un proceso de adaptabilidad del problema que se muestra, en donde se apunta los diversos inconvenientes existentes en el Estudio de factibilidad para el establecimiento de un negocio de recuerdos en la ciudad de Guayaquil. Se procede a ejecutar una hipótesis que es el detonante mediante sus variables de la viabilidad e importancia en la creación de una empresa de recuerdos.

En el capítulo dos muestra el marco teórico que hace referencia a diversos temas relacionado con la investigación, términos diferentes fundamentados en fuentes bibliográficas que aportan al lector.

En el capítulo tres se encuentra el diseño de la investigación, análisis de los resultados obtenidos previamente con el cálculo de la población escogida, los resultados están analizados e interpretados en porcentajes a través de tablas y gráficos estadísticos.

En el capítulo cuatro se encuentra en desarrollo el diseño de la propuesta, objetivos, estrategias y el análisis financiero que compruebe su factibilidad; además se describe las conclusiones y recomendaciones del proyecto en general.

Capítulo 1

1. Problema

1.1. Planteamiento del Problema

La producción de objetos en cerámica es uno de los mercados que promueve y tiene gran impacto ambiental a nivel mundial desde su elaboración hasta su eliminación provocando emisiones atmosféricas en el cual la materia prima que predomina es la arcilla; en su proceso de fabricación genera etapas negativas como la formación de gases compuestos, manifestación de sustancias tóxicas debido al gas del horno, residuos sólidos, y la energía que se genera durante la producción. España e Italia son conocidas internacionalmente por la porcelana que confecciona.

De este modo la cerámica se ha vuelto alrededor del mundo indispensable en hogares que gustan de este estilo, sin embargo hoy en día existen empresas que cuidan del medio ambiente: Ubink, está situado en Holanda que es productor de cactus y plantas suculentas en uno de los más grandes del mundo en dedicarse a esta actividad.

Figura 1 Logo Ubink



Fuente: Ubink

Figura 2 Página Ubink



Exportador



Minorista



Consumidor



Fuente: Ubink

En Ecuador la implementación de objetos de cerámica se posesiona como primera opción en recuerdos para celebraciones durante años, no obstante actualmente existen empresas ecológicas que han logrado crear alternativas para el consumidor al momento de buscar regalos u obsequios para eventos, las plantas suculentas y el uso de materiales ecológicos se convierte en una forma distinta y original de otorgar este tipo de detalles, como por ejemplo fronda.ec que es un negocio que busca el interés por el cuidado de las suculentas ofreciendo más de 50 especies, personalizando cada detalle.

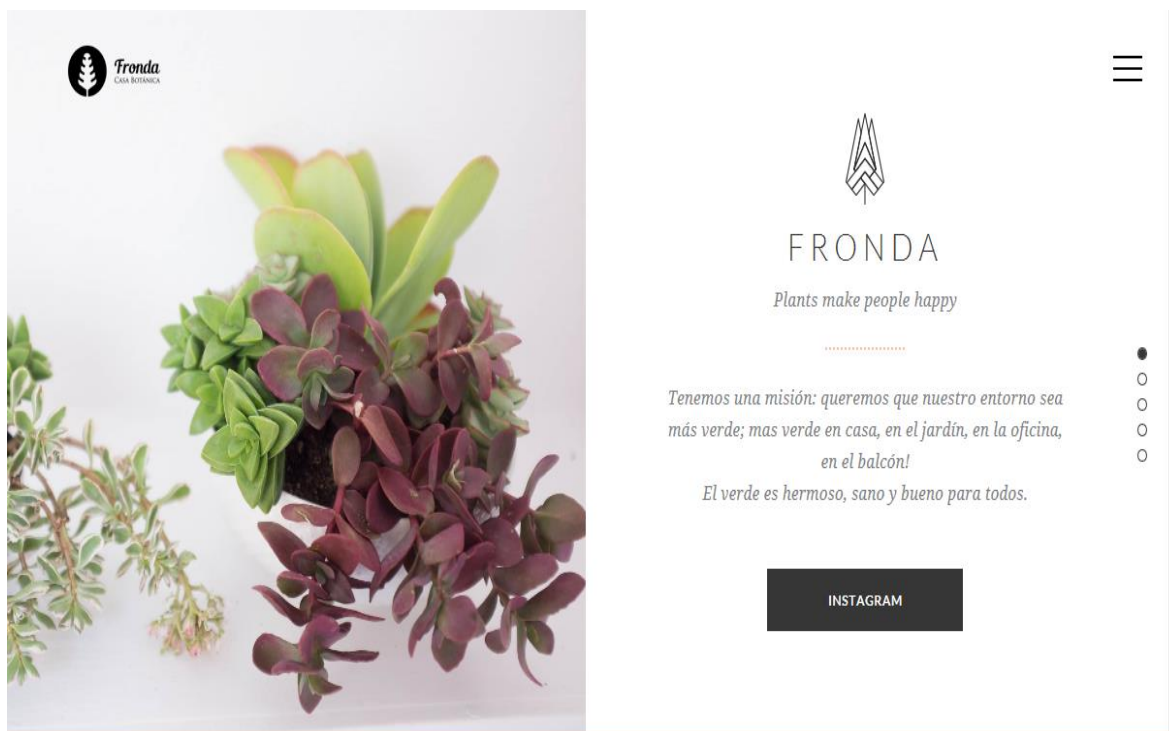


Figura 3Fronda.ec

Fuente: Fronda.ec

Actualmente existen variedades de recuerdos elaborados en cerámicas, que se comercializan en el centro de la ciudad de Guayaquil, y por la cantidad de locales especializados que hay crea monotonía en dichos recuerdos. De este modo se crea Ecological Gift S.A. una compañía que ofrece plantas suculentas y que tienen como valor agregado materiales ecológicos reutilizables que estará ubicado en la Ciudadela Alborada Norte de la ciudad de Guayaquil, se realizará un estudio de factibilidad para determinar costos, beneficios, precio de venta y conseguir el dinero necesario para invertir en la propuesta.

1.2. Formulación y Sistematización del Problema

Se plantea la siguiente pregunta:

¿Cómo afecta al negocio de recuerdos ecológicos, el no realizar un estudio de factibilidad?

1.2.1. Sistematización del Problema

1. ¿Qué materiales directos se van a manipular?
2. ¿Qué empresas se dedican a este negocio?
3. ¿En qué costos se debe incurrir para emprender este negocio?
4. ¿Es rentable el negocio de ventas de recuerdos ecológicos para los inversionistas?
5. ¿Qué capital deberán invertir los accionistas?
6. ¿Cuál es el precio de venta que se debe asignar a los recuerdos ecológicos para generar utilidades?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Realizar un estudio de Factibilidad del negocio de recuerdos ecológicos, Ciudadela Alborada – Guayaquil, 2018.

1.3.2. Objetivo Específico

- Analizar qué tipos de recuerdos ecológicos se pueden ofrecer para la venta.
- Analizar la competencia de este negocio.
- Proyectar todos los costos en los que se va a incurrir en este negocio.

- Determinar qué utilidad y punto de equilibrio.
- Determinar el precio de venta que se va a asignar a los recuerdos ecológicos.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación Teórica

Según (Moreno E, Eliseo, 2013) señala que se presentan las razones teóricas que justifican la investigación, señala todos los conocimientos que brindará el estudio sobre el objeto investigado. Cabe precisar que en una investigación hay una justificación teórica cuando la intención es generar reflexión sobre el juicio existente, confrontar una teoría, comprobar resultados.

Las plantas suculentas o más conocidos como terrarios, son aquellas que almacenan gran cantidad de agua debido a que sus tallos u hojas son gruesos y carnosos comparado con las demás plantas, además generan alta producción de oxígeno lo que ayuda a purificar el aire que existe en el entorno.

Los materiales ecológicos son de gran aporte para este proyecto lo cual impulsará concienciará a la comunidad para apoyar el reciclaje, motivando a que con responsabilidad contribuyan al medio ambiente para así estar informados de la diversidad de materiales que se pueden reutilizar para reducir el volumen de desperdicios. Además su estética para hogares u oficina, dan un efecto relajante lo cual regalan ánimo y positivismo a las personas, debido a estos resultados se da un mejor rendimiento estudiantil y/o laboral. Las plantas suculentas requieren de poco mantenimiento y poco riego, sin embargo la luz solar es indispensable lo

cual algunas plantas necesitan más de cuatro horas al día de luz directa y otras de seis a doce horas de luz indirecta.

Por lo antes expuesto si realizamos un estudio de factibilidad con eficiencia y eficacia este proyecto está justificado teóricamente que se puede hacer realidad, debido a que existen gran cantidad de personas que consumen estos recuerdos.

1.4.2. Justificación Metodológica

El presente proyecto de tesis se enfocará mediante una investigación de campo que se llevará a cabo con encuestas dirigidas a todos los clientes, en especial a los que coleccionan recuerdos que habitualmente adquieren para sus eventos sociales con la finalidad de determinar la viabilidad de este negocio. La importancia de este método es ampliar la información con preguntas claras y concisas que nos permitirá determinar qué tipos de recuerdos ecológicos prefieren los consumidores.

De acuerdo a (Moreno E, Eliseo, 2013) “indica las razones que sustentan un aporte por la creación o utilización de modelos e instrumentos de investigación.” Realizando el estudio de factibilidad mediante la investigación de campo y aplicando los procedimientos correctos para establecer los costos que conllevan implantar un negocio de esta naturaleza nuestro trabajo se justifica metodológicamente.

1.4.3. Justificación Práctica

(Moreno E, Eliseo, 2013) Menciona que la justificación práctica se enfoca en “la aplicabilidad de la investigación, su proyección de la sociedad, quienes se benefician de ésta, ya sea un grupo social o una organización.” La investigación se justifica ante la creación de la empresa que se especializará en la elaboración y comercialización de mini plantas con

materiales ecológicos; al término del estudio de factibilidad, la empresa contará con la viabilidad económica y garantizará el cuidado del medio ambiente.

Se justifica de forma práctica, ya que una vez realizado el estudio de factibilidad hemos determinados los potenciales clientes de estos recuerdos, generándoles satisfacción, y a los futuros inversionistas de este negocio les generará utilidad, manteniendo el negocio en marcha.

1.5. Delimitación de la Investigación

El siguiente estudio es un análisis que se basa en la importancia del cuidado del medio ambiente a través de materiales reutilizables; la propuesta del proyecto se ubicará en Guayaquil, específicamente en el norte de la ciudad, ciudadela La Alborada Gran Albocentro 5, local 3, Av. Rodolfo Baquerizo Nazur.

1.6. Hipótesis

Si el estudio de factibilidad es positivo se creará el negocio de recuerdos ecológicos, en la Ciudadela Alborada – Guayaquil, 2018.

1.6.1. Variable Independiente

Estudio de factibilidad.

1.6.2. Variable Dependiente

Crear negocio de venta de recuerdos ecológicos.

1.1.1. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Definición	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems o preguntas	Técnicas
	Conceptual	operativa				
Dependiente: Análisis de factibilidad	Es una herramienta que ayuda a analizar si el proyecto es viable o no.	Acciones generadas por medio de factores financieros, mercadeos, permisos, etc.	Realizar estudios de mercado, costes e inversiones, trámites ambientales y regulaciones gubernamentales.	Evaluación de actividades. Financieras. Operacionales. Regulatorias.	¿Cómo llegar a los clientes con mini plantas y recuerdos ecológicos? ¿Cómo generar la utilidad y punto de equilibrio de acuerdo a lo invertido?	Encuestas Observación
Independiente: Crear negocio de venta de recuerdos.	Venta de recuerdos ecológicos en la ciudadela Alborada	Organización que permita resaltar los materiales ecológicos y reutilizables protegiendo el bienestar de las personas.	Promocionar productos a través de materiales ecológicos y reutilizables	Venta y variedad de recuerdos ecológicos.	¿Cómo captar clientes de todas las edades? ¿Cómo concienciar a los clientes de usar productos con materiales reciclables?	Encuesta

Capítulo 2

2. Marco Referencial

2.1. Antecedentes de la Investigación

Según (David Agudelo Sánchez, Javier Beltran Torres, 2013), en su trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE SANTOR EVENTOS S.A.”, planteó como objetivo general ejecutar un estudio de factibilidad para determinar si es viable llevar a cabo la idea de crear una empresa dedicada a la realización de eventos sociales y de entretenimiento. Llegando a la conclusión que la competencia del proyecto en el sector no ofrece un catálogo de servicios completo como el que pretende poner a disposición de las personas de la región SANTOR EVENTOS S.A., que brinda una oportunidad para que la empresa capture un porcentaje importante del mercado y usando sus ventajas competitivas como la calidad de los eventos a realizar, se logre la fidelización de los clientes con la marca SANTOR EVENTOS S.A.S., y se relaciona con la presente investigación en lo que tiene que ver con el estudio de factibilidad de un negocio y su viabilidad en el mercado.

Según (Herrera Verónica, Lazo Jenny, 2014), en su trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JEANS “ FASHION JEANS” DE LA CIUDAD DE CUENCA”, planteó como objetivo general conocer los gustos y preferencias que tienen los jóvenes de la ciudad de Cuenca en base al producto que ofrecerá al mercado la, llegando a la conclusión que el proyecto es viable de acuerdo con los criterios del VAN > 0 ya que es de \$ 12975.52 adicional se obtuvo una TIR del 17.79% la misma que resulto ser

mayor a la exigida, además la demanda que presenta este producto y servicio es considerable por lo que demuestra que sería beneficioso la implementación del proyecto, en relación al trabajo mencionado la aplicación de indicadores financieros nos servirá para evaluar la inversión del proyecto y tener una visión más clara de los rendimientos futuros.

El trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA “ECO-FURNITURE” DEDICADA A LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES ECOLÓGICOS, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.” (Marcos Ezeta Torrico, 2012), planteó como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de muebles y complementos producidos bajo un sistema de producción con materia prima reciclada (madera); llegando a la conclusión que es posible comprobar en el ámbito financiero y empresarial la eficacia y efectividad del proyecto en el plazo mínimo de 10 años, que el nivel de aceptación de este proyecto en el mercado doméstico sería el apropiado para la conformación de la empresa, que se trata de un plan de negocio técnica y financieramente viable, ya que los valores del TIR y VAN denotan respectivamente su factibilidad económica, se relaciona con la presente investigación en cuanto a las técnicas utilizadas para establecer la factibilidad del proyecto, y obtener resultados de análisis que permitan tomar decisiones oportunas para la viabilidad del trabajo.

2.2. Marco Teórico

Según (Moreno E, Eliseo, 2013) el Marco Teórico “es una descripción detallada de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación. También incluye las relaciones más significativas que se dan entre esos elementos teóricos.”

2.2.1. ¿Qué es 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. (Eva Roben, 2003).

2.2.2. Materiales reciclables

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, etc.

2.2.3. Reciclaje de Vidrio

Se considera como uno de los materiales 100% reciclable y muy ecológico ya que no sufre ningún deterioro de calidad en el proceso de reciclaje, además genera ahorro de energía reduciendo emisiones generadas en su producción.

2.2.4. Reciclaje de madera

La madera es un recurso natural, duradero y sobre todo reciclable, que al reutilizar los desechos se extiende su vida útil logrando que se convierta en materia prima para la transformación de otros productos.

2.2.5. Determinación de la Factibilidad

El estudio de factibilidad, “es el análisis que se realiza para determinar si el negocio que se propone será exitoso o no, y en cuales condiciones se debe desenvolver para que sea triunfante y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración

de los recursos naturales y ambientales” (Ramírez, 2009). El análisis de factibilidad se lo considera como parte principal de la etapa de pre inversión; esta etapa es importante dentro del proceso de estudio para orientar la toma de decisiones y determinar las posibilidades de éxito o fracaso del plan. Además permite que la empresa alcance los objetivos y metas propuestas.

Se define al estudio de factibilidad como un “análisis de viabilidad técnica, económica, legal, política, organizacional, ambiental, de tiempo y financiera sobre un proyecto de inversión”. (Isaac Espinosa Torres, 2012). Este primer principio determina la necesidad de invertir recursos tales como tiempo, dinero, materia prima y equipos que permitan tomar decisiones de manera que se obtenga mucha seguridad de que el proyecto se desempeñe correctamente y que producirá utilidades.

Al analizar los puntos de vista de los autores se toma en consideración que el estudio de factibilidad es un análisis profundo sobre la viabilidad que un proyecto puede llegar a tener, conocer las ventajas y desventajas del estudio ayuda a evitar procesos innecesarios y aprovechar las herramientas que se tiene a disposición.

2.2.6. Aspectos de la Factibilidad



Factibilidad Técnica

Según (VARELA, R., 1997) es una valoración que demuestra que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento esto permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las

capacidades técnicas requeridas. Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Factibilidad Operacional

Para (Kendall y K., 1997), explica que depende de los recursos humanos disponibles para el proyecto e implica determinar si el sistema funcionará y si será utilizado una vez que se instale. Esto depende única y exclusivamente de los usuarios ya que si le aportamos un sistema que funcione eficaz y accesiblemente, con creatividad e innovaciones, las probabilidades de que el sistema solicitado sea usado serán mayores en cuanto a la funcionalidad del sistema, la utilización del sistema, y los recursos humanos necesarios.

Factibilidad Económica

Según (Blanco, 2007), este trabajo de investigación se construye con la información a consecuencia del estudio de mercado y estudio técnico, es por ello que el objetivo principal de este estudio es organizar y procesar la información que se tiene para la obtención de resultados que sirvan de base para su evaluación. A continuación, se cita a varias empresas, que ofrecen servicios a través de materiales ecológicos:

2.2.7. Empresas Ecológicas

Se cita varias empresas, que ofrecen servicios a través de materiales ecológicos:

✚ Gucci Verde: Es una empresa dedicada a la venta de detergente y jabones ecológicos al granel.

Según (Oliva Rendón, 2017) indica que la tienda es diferente, que apuesta por el reciclaje y la sostenibilidad. Apoyando a una economía sostenible y a conservar el medio ambiente.

✚ 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 (Vision Digital, 2015).

✚ El cartonista: Empresario que se dedica a la recolección de cartón reciclado para crear mobiliarios con diseños personalizados. Según (Vision Digital, 2015) Roberto Rojas Zambrano fundó ésta empresa cuando tenía más de un año desempleado, debido a la necesidad fabricó muebles para su casa con cartones rescatados de la calle, su afición es ahora considerado un arte que le ha permitido hacer muebles únicos sobre diseño que son bien valuados en el mercado, entre sus obras hay libreros, centros de entretenimiento, closets, organizadores etc. todos de cartón, ligero, resistente y sobre todo reciclado.

2.3. Marco Contextual

De ser positivo el estudio de factibilidad, el almacén de recuerdos ecológicos estará ubicado al norte de Guayaquil, en la Ciudadela Alborada Gran Albocentro 5, local 3, Av. Rodolfo Baquerizo Nazur – Alborada la cual constará con 3 personas, los encuestados serán los consumidores de recuerdos que compren en el centro de Guayaquil desde las calles Clemente Ballén y Chimborazo hasta Clemente Ballén y Santa Elena dedicándose dos días para esta labor, es decir que el número de encuestados será nuestra población y muestra a la vez.

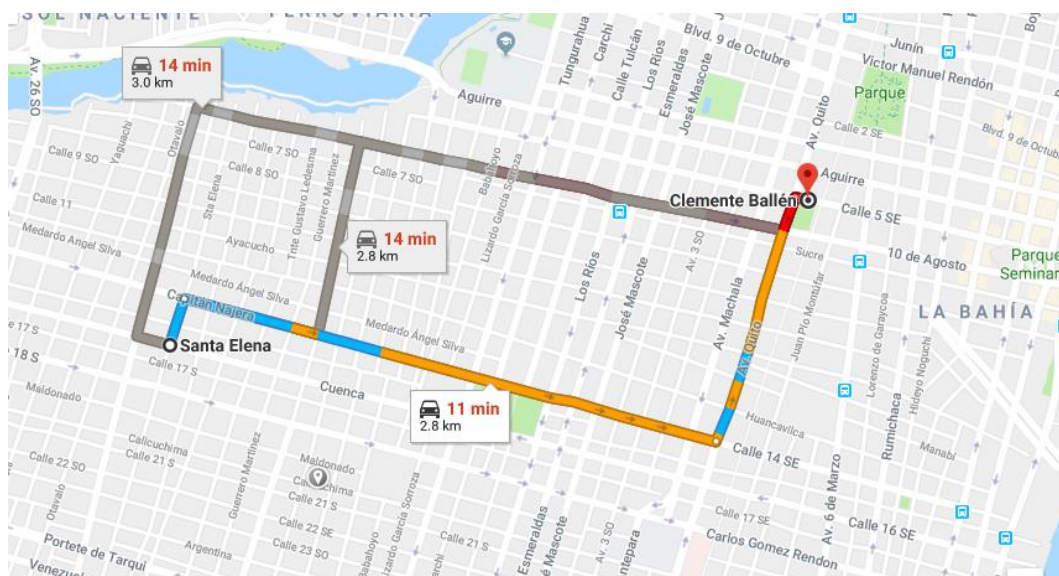


Figura 4. Sector de realización de encuestas.

Fuente: Google Maps

Sí el estudio de factibilidad sale favorable, el almacén de recuerdos ecológicos estará ubicado al norte de Guayaquil, en la Ciudadela Alborada Gran Albocentro 5, local 3, Av. Rodolfo Baquerizo Nazur – Alborada, el negocio empezará a funcionar con la contratación de tres personas.

En la actualidad, existen variedades de elementos para crear innovadores recuerdos, la iniciativa de este proyecto es dar lugar al descubrimiento de este tipo de materiales y como

recurso principal tenemos las plantas suculentas que incentivará al cliente a adquirirlas por los beneficios que tienen al tener uno en casa u oficina.

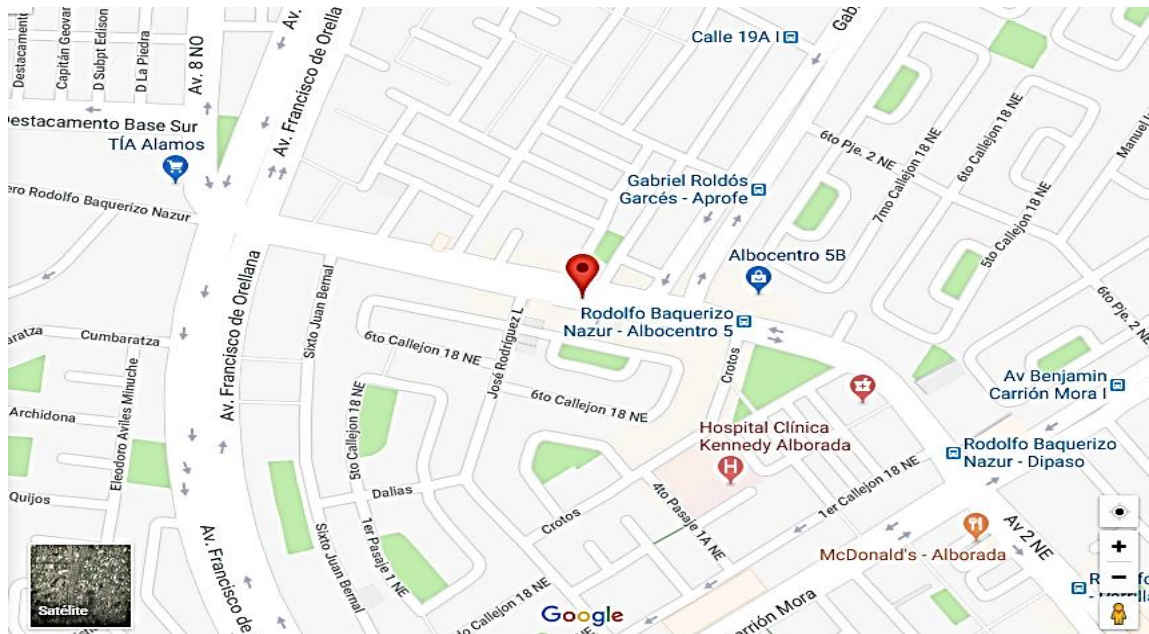


Figura 5. Ubicación del Local
Fuente: Google Maps

2.4. Marco Conceptual

Competencia: Es la capacidad para desarrollar y responder a las exigencias individuales o sociales que se necesita para realizar una tarea. (Hernandez M, 2016).

Costos: Es el conjunto de cargas incorporables, necesarias para la transformación de los productos. El costo de un producto representa todo lo que costó en una fase diferente a la final que representa el estado definitivo del producto en condiciones de venta. (Hernandez C, 2014).

Costos Directos: Son los que se involucran directamente con la fabricación del producto o servicio. (Altahona Quijano Teresa de Jesús, 2009)

Costos Indirectos: Intervienen indirectamente en el proceso de producción o del servicio. (Altahona Quijano Teresa de Jesús, 2009)

Costos fijos: Son aquellos que perduran durante un lapso de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como por ejemplo los sueldos, depreciación en línea recta o el alquiler de un edificio. (David Noel Ramírez Padilla, 2008)

Costos variables: Son aquellos que fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado por ejemplo la materia prima cambia de acuerdo a la función de producción y las comisiones de acuerdo con las ventas. (David Noel Ramírez Padilla, 2008).

Ecológico: Que no es perjudicial para el medio ambiente. (Español Oxford living Dictionaries, 2017).

Estudio de Factibilidad: Es una descripción detallada de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación. También incluye las relaciones más significativas que se dan entre esos elementos teóricos. (Rodriguez M, 2012).

Indicadores Financieros: Herramientas necesarias para medir la estabilidad, capacidad de endeudamiento, liquidez, rendimientos y utilidades de una entidad, por medio de la interpretación de cifras, resultados e información general, para posteriormente realizar el análisis de la realidad financiera y hacer una comparación de la misma con la competencia del mercado. (Bermudez G, 2015).

Materiales ecológicos: Son elementos provistos de forma natural, y que en su proceso de producción son respetuosos con el medio ambiente. Entre ellos están el algodón orgánico, yute, bambú, cáñamo, corcho, cartón, plástico y botellas recicladas.

Medio Ambiente: Conjunto de circunstancias o factores físicos y biológicos que rodean a los seres vivos q influyen en su desarrollo comportamiento. (Franco Cardenas B., 2017).

Mercado: Es el conjunto de competidores y consumidores actuales y potenciales de un producto determinado.

Muestreo: Es un instrumento estadístico que permite controlar y medir la confiabilidad de la información través de datos seleccionados para obtener resultados del objeto de estudio.

Plantas Suculentas: también denominadas plantas grasas o carnosas, son aquellas que han desarrollado tallos y hojas gruesas donde almacenan agua, se producen en ecosistemas donde las precipitaciones son muy escasas, irregulares o la tierra tiene poca capacidad de almacenar agua, se las puede encontrar en zonas áridas (desiertos, tierras áridas, mediterráneas, etc.) (Domiguez L., 2015).

Precio: Es el coste que se le destina a un bien o servicio por el beneficio percibido por el usuario y el esfuerzo que tiene que hacer, en términos de dinero, para adquirirlo. (Perez M, 2015).

Publicidad: Considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por compañías, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (Thompson I., 2011).

Reciclaje: Es la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya sea total o parcial. Existen diversas actividades para aprovecharse los flujos de residuos, desde el mismo uso hasta otra aplicación. (Alvarez G, 2013).

Viabilidad Técnica: Hace referencia a las necesidades detectadas para introducir procedimientos tecnológicos en un proyecto obteniendo información por medio de diferentes indicadores como la efectividad, confiabilidad y la facilidad en su uso, que puede utilizarse para el desarrollo del bien o servicio.

Utilidad: Es el provecho que se obtiene de algo.

Recuerdo: Son objetos que se regala como símbolo de afecto o a la cosa que se conserva para recordar a una persona o un suceso. (Julián Pérez Porto y María Merino, 2010).

Negocio en marcha: Implica la permanencia y proyección de la empresa en el mercado, no debiendo interrumpir sus actividades, sino por el contrario deberá seguir operando de forma indefinida. (Delgado, 2009)

2.5. Marco Legal

Como parte del análisis que desempeñará la empresa Ecological Gift S.A., es importante conocer los siguientes aspectos jurídicos:

✚ **Ley de Compañías.-** esta ley regula todo lo que tiene que ver con los actos societarios de las empresas.

✚ **Código de Trabajo:** Este código regula las relaciones laborales entre trabajador y empleador, los derechos y obligaciones de los trabajadores y empleadores, así como los tipos de contratos que pueden realizar las empresas.

✚ **Ley de Seguridad Social.-** Esta ley regula a las empresas que desde el primer día de labores deben de afiliar a sus trabajadores.

✚ **Ley de Régimen Tributario Interno LORTI.-** Esta ley regula las declaraciones y pagos de los diferentes impuestos que existen en el Ecuador.

✚ **Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.-** Esta reglamento norma los procedimientos que se deben realizar para el pago de los impuestos establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

✚ **Benemérito de Cuerpo de Bomberos**

Este organismo siempre esta vigilante de que todos los negocios cuenten con un extintor en caso de que se produzca un incendio.

✚ **Municipalidad de Guayaquil**

Este organismo es el que concede los permisos municipales cuando cualquier negocio quiere iniciar sus actividades.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

Este organismo protege a la persona natural o jurídica sobre invenciones, lemas comerciales, marcas, signos o diseños industriales y todo lo relacionado con el mercado, industria y el comercio.

Capítulo3

3. Marco Metodológico y Análisis de Datos

3.1. Diseño de la Investigación

Según (Explorable, 2017) El diseño de investigación es determinado de acuerdo a una serie de factores. Algunos factores importantes son la viabilidad, el tiempo, el costo, la ética, los problemas de medición y lo que te gustaría probar. Con esto sabemos que el diseño de la investigación comprende el plan y estructura del proyecto para obtener información sobre el objeto de estudio por medio de estrategias y modelos metodológicos elaborados previamente que permite la recopilación y análisis de datos.

3.1.1. Investigación No Experimental

Según (Hernandez L, 2013) es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. "Se describirá la situación existente en su ambiente natural a través de estrategias que permitirá analizar la situación en la realidad donde se producen en el sector de la Alborada, Guayaquil. Los sujetos serán observados y analizados en su ambiente natural, no se construye ninguna situación, sino que ya son existentes ni provocadas por el investigador. Por lo tanto, el proyecto se puede considerar que la investigación es no experimental ya que se utilizará encuestas donde se dará cuenta la ausencia de negocios de recuerdos ecológicos.

3.1.2. Investigación de Campo

Podemos decir entonces que el proyecto contará con una investigación de campo que al basarse en hechos reales, es indispensable llevar a cabo estrategias que permita analizar la situación real en el lugar de los hechos, y por ello se contará con encuestas dirigidas a personas que frecuentan eventos o que a su vez entregan algún recuerdo a lo largo del año.

3.2. Tipo de la Investigación

3.2.1. Investigación Descriptiva

Según (Tamayo M, 2013) menciona que la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” Permite conocer el comportamiento de los elementos en su realidad y presentar una interpretación y análisis de datos, así obtener un entendimiento lo más explícito posible, sobre las condiciones en las que se pretende ejecutar el proyecto.

3.2.2. Investigación Exploratoria

“Es la información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro.” (Carballo B, 2013), la investigación exploratoria es útil para establecer información sobre elementos nuevos o poco abordados para estudios futuros, está relacionado con otros tipos de estudios como el descriptivo y explicativo y requiere de receptividad para llegar a una perspectiva innovadora.

Esto permitirá discrepar el comportamiento de la oferta y demanda; y desarrollar de forma eficaz el estudio económico de la investigación, a través de la revisión de los hechos que se dan y su relación con la temática; lo cual permitirá llegar a una conclusión de acuerdo con el objetivo fundamental que se persigue.

Por lo expuesto, este tipo de investigación a desarrollarse será descriptiva y exploratoria, en el cual se ajusta al proyecto logrando incursionar en un nuevo mercado, evaluando los gustos, precios y diseños que optan los clientes. Utilizar el método descriptivo nos proporcionará un análisis lo más explícito posible de acuerdo a la información recabada, no obstante, la exploratoria nos ayudará a acoplarnos con las condiciones del mercado de estos productos con lo que llegaremos a tener globalizados todos los puntos para poder tomar un acierto abasteciendo las demandas de los consumidores.

Se podrá conocer la aceptación del producto en el mercado y a su vez que permitirá estructurar factores básicos como: los costos incurridos, la oferta, la demanda, los canales de distribución y precio. Estos aspectos permitirán determinar la factibilidad y viabilidad del plan de negocio en un determinado sector de la ciudad de Guayaquil. Dicho estudio tendrá un Diseño No Experimental y un Diseño de Campo, basado en un enfoque cuantitativo y cualitativo que permita conocer las causas y el comportamiento de los consumidores de recuerdos para todo tipo de evento.

3.3. Población y Muestra

Según (Saltos R, 2015) menciona:

Población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. La población en una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares.

De acuerdo Saltos la población debe tener características similares para ser estudiadas, en la presente investigación la población está compuesta por los moradores del sector la Alborada Norte según (ICM-ESPOL, 2011) la población está conformada por 5.458 personas.

“Muestra representa una parte esencial del método Científico para poder llevar a cabo una investigación. Al muestreo se lo puede definir como un grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”, (Tamayo y Tamayo, 1997).

Para la obtención del tamaño de la muestra se utilizará la fórmula no probabilística para población finita, considerando los siguientes parámetros: nivel de confianza 95%, error máximo 5%, probabilidad a favor y en contra 0,5.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Z= Nivel de confianza

N= Población

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

E= error de estimación

n= Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(5458)}{(5458(0,05)^2) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 356$$

Como se explicó en el capítulo dos en el apartado 2.4. “Marco Contextual”: que la muestra va a ser igual al total de la población encuestada durante tres días, en las calles Clemente Ballén y Chimborazo hasta Clemente Ballén y Santa Elena.

3.4. Técnicas e instrumentos de Investigación

Según (Cerde, 2011) La selección y elaboración de los instrumentos de investigación es un capítulo fundamental en el proceso de recolección de datos, ya que sin su concurso es imposible tener acceso a la información que necesitamos para resolver un problema o comprobar una hipótesis. Con esta explicación nos indica que dado a los instrumentos a utilizar para realizar algún trabajo son requeridos como fundamentales, porque al tener la información recolectada nos podrá ayudar a comprobar si lo que hemos puesto de hipótesis será exitoso o no.

El tipo de investigación será cuantitativa que permitirá evaluar de manera sistemática las variables operacionales manteniendo con mayor precisión los resultados, además se apoya en la información recopilada a través de los instrumentos y técnicas de la investigación científica para probar la hipótesis, en este caso se aplicará a la encuesta.

Las técnicas son las aplicaciones que se realizan para la obtención de datos que permiten desarrollar la investigación con base en las respuestas conseguidas por los distintos instrumentos de recopilación de información para así poder tener resoluciones prácticas y operativas. El uso de la encuesta nos ayudará a recolectar la información necesaria, ya que este es un procedimiento en el cual se obtienen datos por medio de un cuestionario realizado a un conjunto de personas que tiene opiniones que serán relevantes para poder corroborar la hipótesis planteada, con la finalidad de conocer de forma precisa la acogida del producto en cuestión en la ciudad de Guayaquil, las personas encuestadas forman parte del segmento que se va a estudiar mediante el análisis estadístico.

Los resultados obtenidos mediante las encuestas presentadas al segmento de personas pertinentes para adquirir información fidedigna para corroborar con la hipótesis se especifican en VER ANEXO 1. La medición de los resultados se llevará a cabo con el método descriptivo dado que nos ayudará para poder analizar la información obtenida para poder realizar los estudios de factibilidad para crear el negocio.

3.5. Análisis de los Resultados

Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas con el objetivo de conocer si las personas estarían dispuestos a comprar recuerdos ecológicos y si el proyecto a ejecutar sería factible, los encuestados fueron 356 personas del sector centro de la ciudad de Guayaquil. Para el manejo y muestra detallada de los datos recolectados por medio de los instrumentos de investigación en este caso la encuesta, se realizó a través de cuadros y gráficos estadísticos que permitieron el correcto análisis e interpretación de los resultados de forma minuciosa siendo así una base para la toma de decisiones.

3.5.1. Tabulación de Encuesta

1. ¿Cuál es su sexo?

Tabla 2. Análisis pregunta 1.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	128	36%
Femenino	228	64%
Total	356	100%

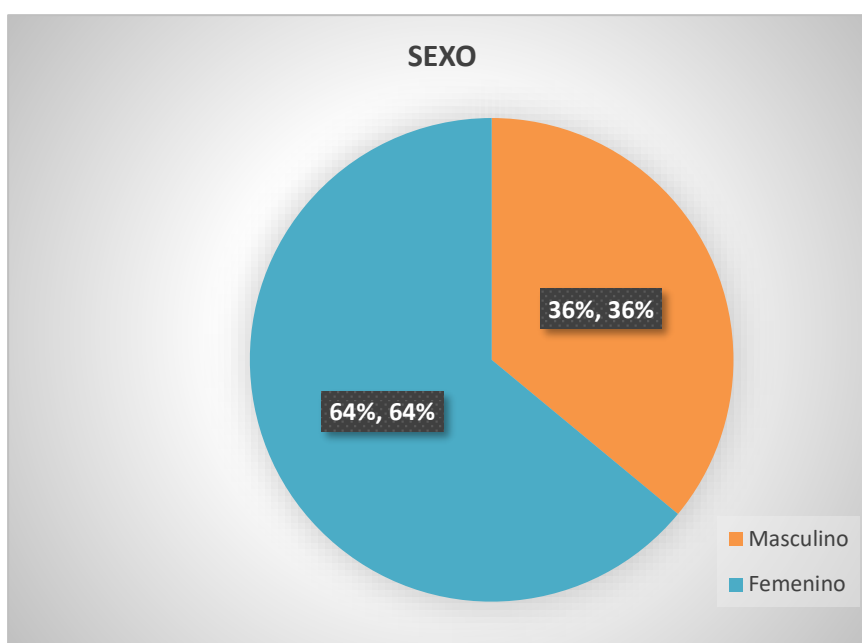


Figura 6 Sexo

Interpretación: Como se puede observar sólo se pudo realizar encuestas a 356 personas de los cuales el 64%, pertenece al sexo femenino, mientras que el 36% pertenece al sexo masculino.

2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

Tabla 3. Análisis de pregunta 2.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
16 – 25	31	9.00%
26 – 35	86	24.00%
36 – 45	166	47.00%
46 – 55	45	13.00%
56 – 65	15	4.00%
>= 66	13	4.00%
Total	356	100%

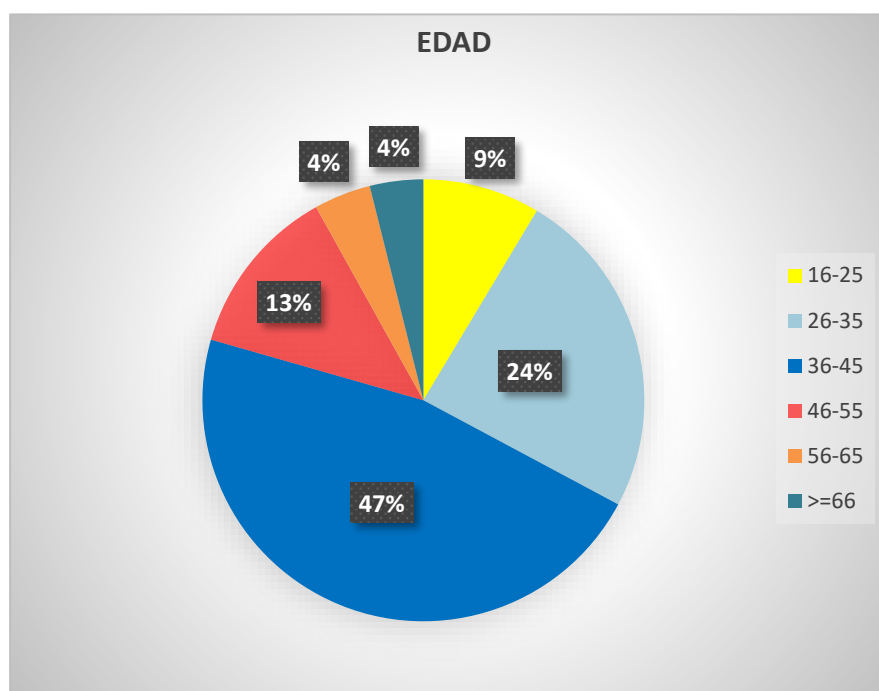


Figura 7 Edad

Interpretación: Del resultado obtenido en esta interrogante, se puede apreciar que el grupo que accede a que le realicen encuestas, son las personas que se encuentran dentro del grupo de edad de 36 a 45 años con un 47.00% de aceptación; seguido del conjunto de 26 a

35 años con un 24.00% de aceptación, continuando con el grupo de 46 a 55 años que representa el 13.00% de la población, el grupo de 16 a 25 años que constituye el 9.00%, el grupo de 56 a 65 años manejar un margen del 4.00% y los mayores o igual que 66 años que ocupan el último lugar con el 4.00% de la muestra.

Es decir que las personas de 26 a 45 años, son las personas que más le gusta ser encuestados, representando más del 70% de la población.

3. ¿Usted compra recuerdos para ocasiones especiales?

Tabla 4 Análisis de la pregunta 3

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	329	92.00%
No	27	8.00%
Total	356	100%



Figura 8 Compradores de recuerdos

Interpretación: Del 100% de los encuestados, 329 personas que representan el 92.00% respondieron que, si consumen recuerdos, y el 8.00 % manifestó no consumir

recuerdos, situación que da como resultado que la gran mayoría es consumidor de recuerdo, lo que lleva adelante nuestro estudio de factibilidad.

4. ¿Qué clase de recuerdo consume usted ecológicos o los tradicionales?

Tabla 5 *Análisis de la pregunta 4*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ecológicos	180	51%
Tradicionales	176	49%
Total	356	100%

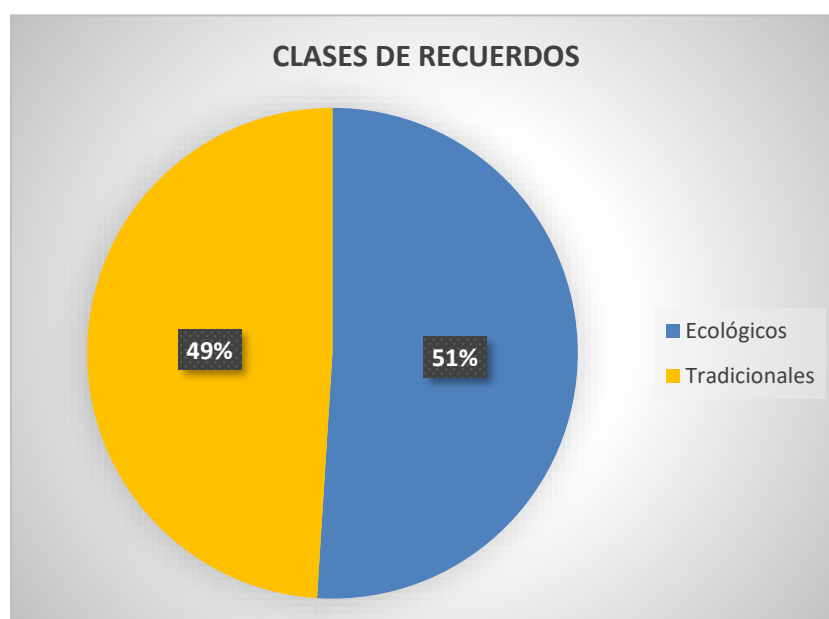


Figura 9 Clase de recuerdos

Interpretación: Del 100% de los encuestados, 180 personas que representan el 51% de la población reconocieron consumir recuerdos ecológicos mientras los 176 restantes manifestaron que consumen recuerdos tradicionales. Lo que nos demuestra que la mayoría de

los encuestados consume recuerdos que vamos a realizar si este estudio de factibilidad sale favorable.

5. ¿Conoce de la diversidad que existe en materiales reutilizables para elaborar recuerdos ecológicos?

Tabla 6 *Análisis de la pregunta 5*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	261	73.00%
No	95	27.00%
Total	356	100%

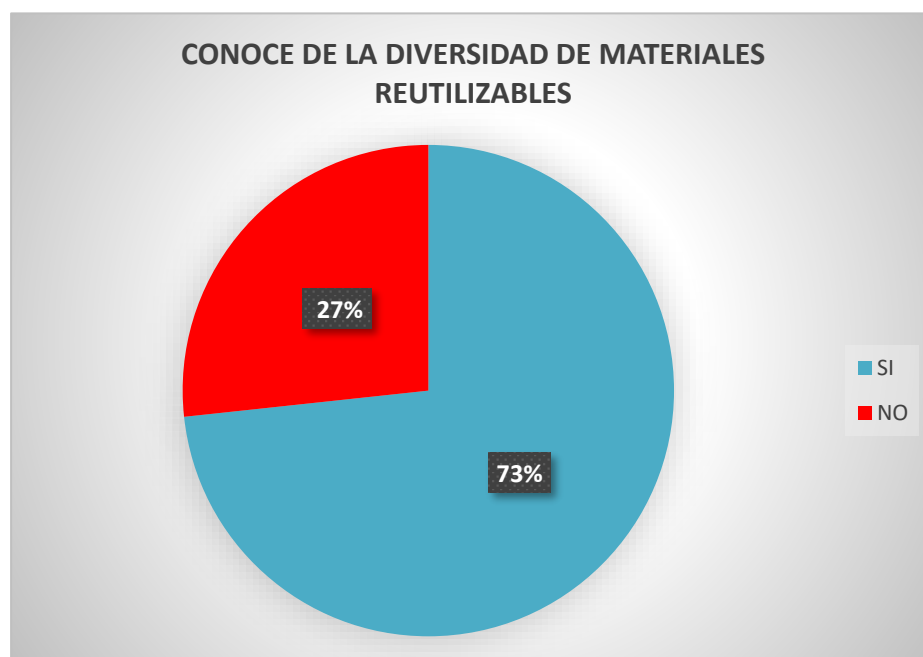


Figura 10 Diversidad acerca de materiales reutilizables

Interpretación: Del 100% de los encuestados, 261 personas que representan el 73.00% de la población, conoce de que material están elaborados los recuerdos ecológicos, mientras que 95 individuos que representa el 27.00% de la muestra, desconoce de qué

material están fabricados estos recuerdos. Se evidencia que la gran mayoría de los encuestados conocen que al consumir recuerdos ecológicos están contribuyendo con el cuidado del medioambiente.

6. ¿Para qué ocasión(es) usted adquiriría recuerdos ecológicos elaborados con materiales reciclados?

Tabla 7. *Análisis de la pregunta 6*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cumpleaños	66	19%
Matrimonios	98	28%
Aniversarios	23	6%
Hogar	46	13%
Baby Shower	23	6%
Bautizos	27	8%
Primera Comunión	28	8%
Graduación	45	13%
Total	356	100%



Figura 11 Ocasiones para adquirir recuerdos ecológicos

Interpretación: Del 100% de los encuestados, podemos observar de las diferentes ocasiones para adquirir nuestro que, 98 personas prefieren tener los recuerdos para los matrimonios que representan a 28%, 66 individuos indica que una buena ocasión son en las celebraciones de cumpleaños dando 19%, para el hogar y graduaciones obtienen 13% de aceptación, para celebraciones religiosas como bautizos y primera comunión ocupan 8% respectivamente, por ultimo como 6% de acogida se encuentran los aniversarios y baby shower.

Lo que nos demuestra en que ocasiones de eventos darle prioridad para obtener mayores ventas por los niveles de aceptación presentado por los clientes.

7. ¿Qué expectativas desearía tener al adquirir el producto?

Tabla 8. Análisis de pregunta 7

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Durabilidad	35	10%
Entrega inmediata	178	50%
Precios accesibles	103	29%
Buena calidad	40	11%
Total	356	100%



Figura12 Expectativas del producto

Interpretación: Del 100% de los encuestados, podemos observar que el 50% o en otras palabras 178 individuos prefieren al adquirir el producto que sea de entrega inmediata,

siguiendo el 29% o 103 personas que piensa que mientras el precio sea accesible lo adquirirían, mientras se han manifestado con 11% siendo 40 personas que la buena calidad es esencial, por último, el 10% o 35 personas indican que es mejor que sea durable. Con la información obtenida se entiende que la mayor cualidad para este negocio es que la entrega se inmediata para generar mayor captación de clientes.

8. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar un valor adicional para recibir su compra a domicilio?

Tabla 9. *Análisis de pregunta 8.*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	248	70.00%
No	108	30.00%
Total	356	100%

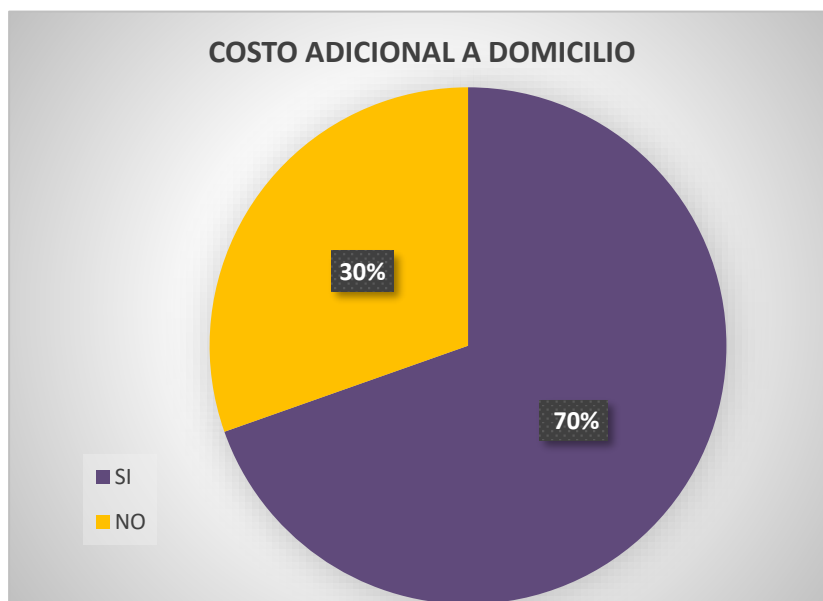


Figura 13 Análisis de pregunta 8.

Interpretación: De los 356 encuestados, se observa que 248 personas siendo un 70.00% manifestaron que estarían dispuesto a pagar un valor adicional por el servicio a domicilio, mientras 108 individuos que son 30.00% no desea pagar más por el servicio adicional. Con esto concluimos que hay aceptación y que en un futuro se puede realizar este tipo de entregas.

9. ¿Por qué medios le gustaría obtener mayor información respecto a recuerdos elaborados con materiales reciclados?

Tabla 10. Análisis de pregunta 9.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	89	25%
Twitter	18	5%
Instagram	142	40%
Whatsapp	29	8%
Página Web	53	15%
Periódico	14	4%
Radio	7	2%
Otros	4	1%
Total	356	100%

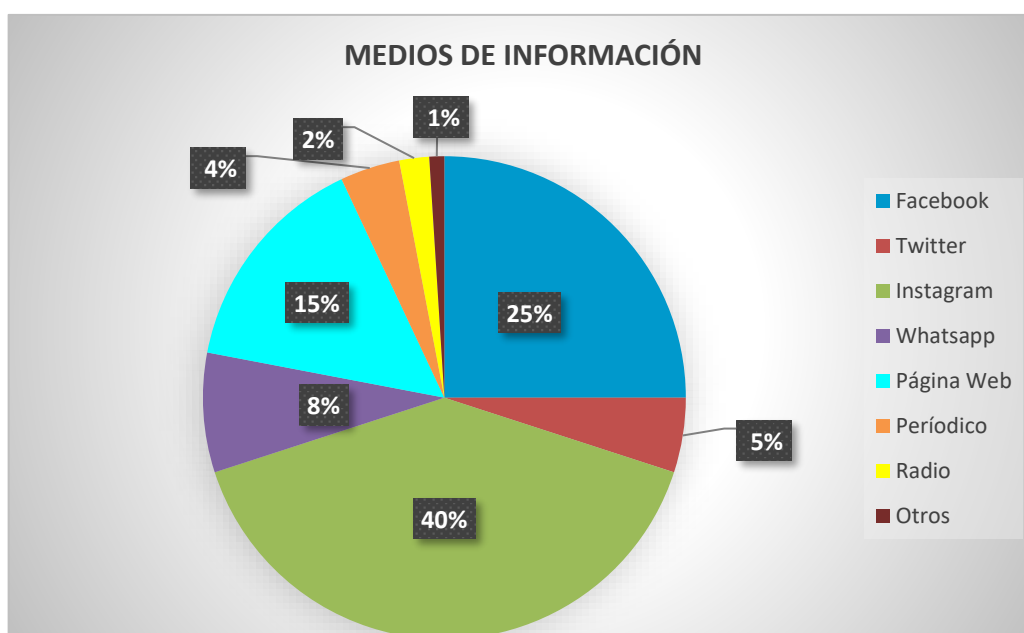


Figura 14 Medios de información

Interpretación: Siendo instagram el medio más aclamado para recibir información con respecto a los materiales reciclables con 100%, siguiendo Facebook con 84.20%, además de que whatsapp, página web, twitter llevando 71.80%, 68.50%, 58.60% respectivamente y

medios de comunicación que no necesitan internet como lo son el periódico, radio y otros con 33%, 27.50% y 7.3% respectivamente.

10. ¿Considera usted que los productos ecológicos pueden llegar a tener excelente aceptación en el mercado?

Tabla 11 *Análisis de la pregunta 10.*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	71.1%
No	103	28.9%
Total	356	100%

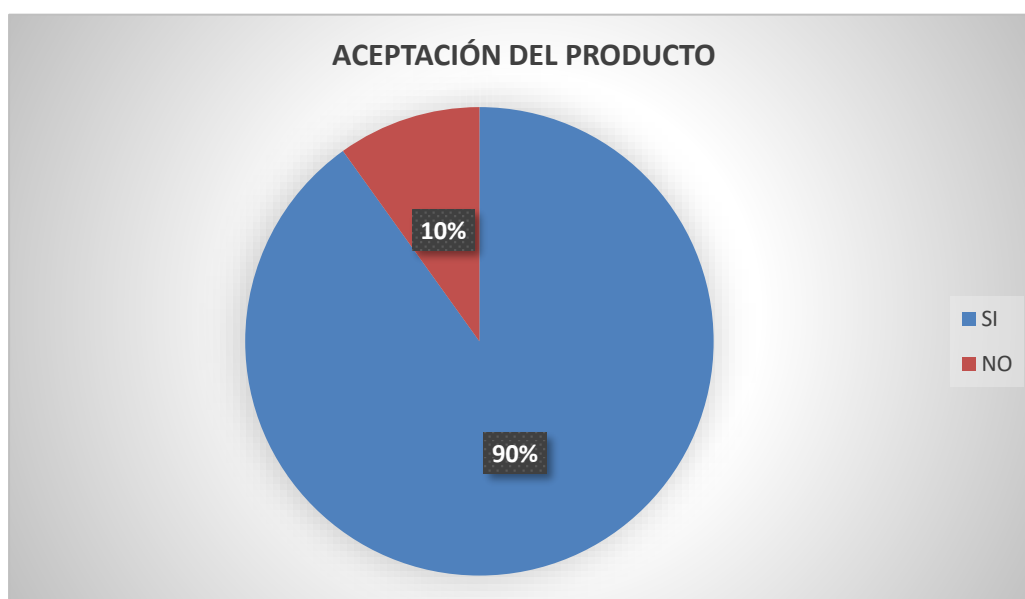


Figura 15 Aceptación del producto

Interpretación: De los datos obtenidos por la pregunta realizada anteriormente, observamos que el 90.00% de los encuestados manifestó que la tienda de recuerdos tendría una excelente aceptación en el mercado, teniendo una predisposición positiva por adquirir

recuerdos con características ecológicas, mientras que el 10.00% expresó que no sería viable una tienda de este tipo de recuerdos.

Como se puede evidenciar la gran mayoría de los encuestados está dispuesto a consumir estos recuerdos lo que hace que este proyecto sea viable.

Capítulo 4

4. Propuesta

4.1. Diseño de la propuesta

La propuesta tiene la finalidad de poner en marcha un negocio que se dedicará a la elaboración y a la comercialización de objetos personalizados hechos de materiales reutilizables que incluyan generalmente la venta de plantas suculentas, aportando con el cuidado del medio ambiente y minimizando el impacto de la contaminación. Ecological Gift dirigido a todo público con la posibilidad de llegar al consumidor cubriendo las necesidades de cada uno. La compañía en donde se establecerá será en Guayaquil, norte de la ciudad, ciudadela La Alborada donde podremos confeccionar y comercializar los recuerdos ecológicos.

4.2.Misión

Ser líderes en el mercado de productos ecológicos, innovadores, reciclables y ergonómicos, contribuyendo al medioambiente demostrando que todos podemos cuidar de él de manera sencilla y a bajo costo.

4.3.Visión

Ser reconocida como una empresa a nivel local dedicada al servicio de venta de recuerdos ecológicos, que concientiza a las personas a cuidar el medioambiente reutilizando materiales y brindando estética a su hogar u oficina.

4.4.Objetivos

Estratégicos

-  Construir una imagen favorable de la empresa en el mercado a través del compromiso y dedicación constante con el cuidado del medio ambiente, promoviendo la utilización de materiales reutilizables.
-  Cultivar un ambiente en donde los trabajadores sean capacitados y motivados a desarrollar su potencial de creatividad y productividad y así mantener compromiso y lealtad con la empresa.

Financieros

-  Lograr el punto de equilibrio financiero en el primer año de actividades de la empresa a partir de la inauguración.
-  Alcanzar a rendir una tasa interna de retorno y el valor actual neto recuperable y positivo durante los primeros 5 años.

Marketing

-  Desarrollar un plan estratégico para ampliar la producción y lograr satisfacer al consumidor.
-  Posesionar la marca del producto asociándola con el compromiso de ayudar con la naturaleza a través de consejos y tips.
-  Mantener a los clientes activos con promociones de precios y ofertas de apertura.

4.5.Promotoras del negocio

El talento humano que llevará a cabo este proyecto estará integrado por dos estudiantes del tercer nivel para la obtención de sus títulos universitarios, en el cual tienen amplio conocimiento en el área contable, y debido a la experiencia de una de ellas también empleará la oportuna publicidad. A continuación se detallará algunos activos fijos que se proporcionará al proyecto pero que de igual manera se generará un préstamo bancario para poder ejecutar el proyecto.

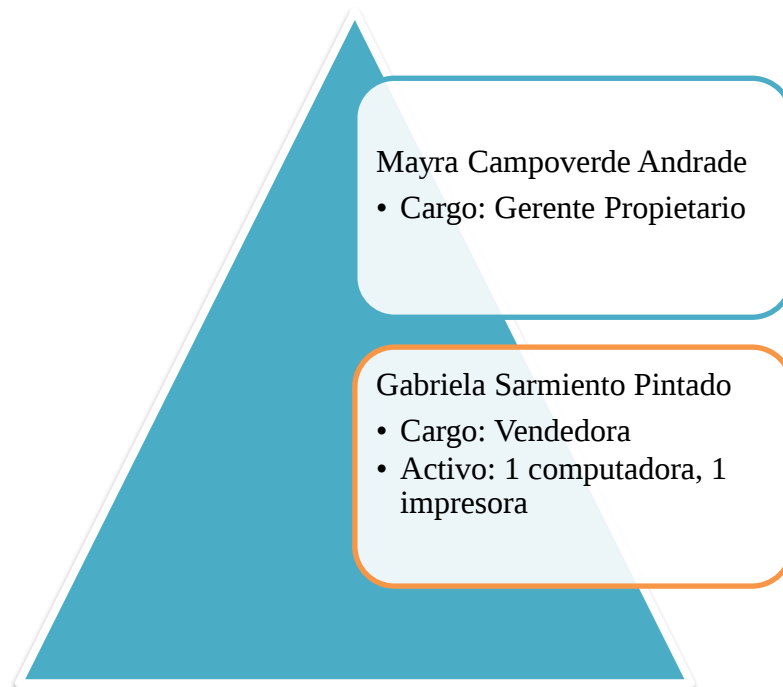


Figura 16 *Detalle promotoras del proyecto*

4.6. Organigrama

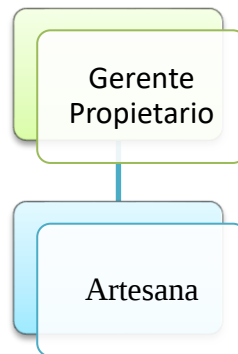


Figura 17 Organigrama Ecological Gift

4.6.1. Manual de Funciones y responsabilidades

Gerente-Propietario

Departamento: Gerencia General

Propósito General:

Tiene como finalidad la coordinación de los recursos de la organización, la ejecución de las directrices gerenciales como medio para lograr un buen funcionamiento de la empresa. Es responsable de los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás jefes de área planea, dirige y controla, las actividades de la compañía. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de los cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Funciones y Responsabilidades del Cargo

- ✚ Planifica las actividades de la empresa fijando políticas y objetivos de la compañía para largo y mediano plazo.
- ✚ Diseña estructuras organizacionales de acuerdo a la demanda del entorno y mercado lo cual se ve plasmado en el organigrama.
- ✚ Ejerce liderazgo para motivar y guiar al personal que tiene a cargo.

- + Administra y toma decisiones que dirige a la empresa hacia sus objetivos a través de un análisis organizacional.
- + Es el representante de la empresa ante otras entidades para futuras negociaciones ante proveedores, clientes, organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- + Controla y maneja los contratos laborales de los empleados, derechos, obligaciones y responsabilidades con la empresa.

Artesana

Departamento: Producción

Propósito General:

Tiene como objetivo llegar al consumidor a través de la fabricación de objetos de manera manual o con herramientas manuales.

Funciones y responsabilidades del cargo:

- + Elaborar las piezas necesarias para cubrir las exigencias del consumidor.
- + Controlar los objetos artesanales mediante inventario.
- + Revisar y controlar que los materiales y herramientas estén en buen estado.
- + Verificar y controlar la calidad del producto terminado

4.7. Estudio de Mercado

4.7.1. Competencia

Rinconcito verde es una empresa dedicado al negocio que este trabajo de investigación quiere emprender, se encuentra ubicado en la avenida Francisco de Orellana,

edificio World Trade Center, su fortaleza es ofrecer variedad en productos ecológicos, como cuadros vivos, agendas con portada hecha en madera y las plantas suculentas en macetas de madera y barro; su debilidad sus precios son altos considerando que los materiales son reciclados. Sus precios oscilan entre \$14.00 y \$30.00 dependiendo del producto.

Por otro lado, otro de nuestros competidores directos son las casas botánicas debido a su disponibilidad inmediata en plantas suculentas, que incluyen talleres acerca del cuidado y recomendaciones de las plantas suculentas y también todo negocio que comercialice recuerdos para eventos especiales.

4.7.2. Estrategias Empresariales

Se define como: “el patrón de los objetivos y de las principales políticas y planes para alcanzarlos, de tal manera que definen en qué negocio está o va a estar la sociedad y que es lo que va a ser” (Kenneth Andrews , 1962) . Esto destaca la importancia de la planificación y aplicación de las estrategias que ayudan al control de la gestión en la empresa evitando pérdidas y se realizando correctivos a tiempo logrando mejorar la administración. Para formular e implementar las estrategias empresariales requiere de un proceso continuo el cual demanda constantes evaluaciones y modificaciones.

4.7.3. Formulación de Estrategias Empresariales

(DeGerencia.com, 2017) La formulación de estrategias de una organización, requiere de tres grandes pasos:

-  Analizar la situación interna y externa, a nivel micro y macro

- ✚ Establecer la misión, visión, valores y objetivos
- ✚ Determinar un plan estratégico basadas en los factores como:
 - Qué productos y servicios entregar
 - Qué demandas del mercado satisfacer
 - A qué segmento de clientes atender
 - Qué tecnología utilizar
 - Qué técnicas de ventas se va a implementar
 - Qué canal de distribución utilizar
 - Qué área geográfica atacar

4.7.4. Ejecución de Estrategias Empresariales

- ✚ Determinar y gestionar los recursos necesarios: financieros, humanos, tiempo, tecnología, etc.
- ✚ Crear una estructura jerárquica
- ✚ Instaurar responsabilidades
- ✚ Evaluar los resultados y realizar los ajustes oportunos.

4.7.5. Cinco fuerzas de Porter

Según Porter (Michell Porter , 1996) si no se cuenta con un plan, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma. Este modelo nos permite analizar el grado de capacidad que existe en la industria, detectando las oportunidades y amenazas a la competencia, y así poder desarrollar estrategias que permitan aprovechar dichas oportunidades y enfrentando las amenazas que se presente. El modelo de las cinco fuerzas

nos sirve para cualquier tipo de empresa ayudando a tomar buenas decisiones tal manera que se obtenga el éxito deseado.

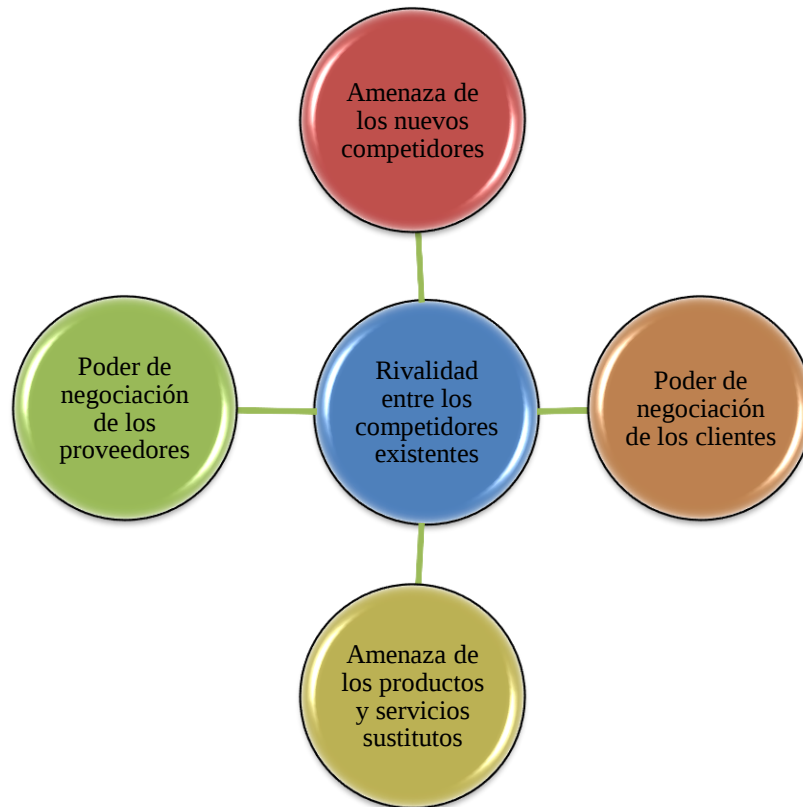


Figura 18. Fuerzas de Porter

4.7.5.1. Rivalidad entre los consumidores

La rivalidad entre los competidores siempre estará, dado que en el mercado se hallan diferentes tipos de ofertas de un mismo producto con las cuales se quieren obtener el liderato o posición más alto con los bienes o servicios que ofrece la empresa para la venta. Esto genera muchos tipos de estrategias las cuales son a través de precio, publicidad, productos con nuevas características, etc., es por ello que debemos recabar toda la información posible para poder introducirnos en el mercado y a largo plazo ser líder en la venta de nuestro producto.

4.7.5.2.Amenaza de entrada de nuevos competidores

Las amenazas más probables que puedan existir son que los negocios ya existentes exploten la venta de detalles para las plantas como fuente principal. Por otro lado, las empresas en Guayaquil existen un mercado en el que se aproveche las plantas y la utilización de materiales ecológicos es por ello la innovación de nuestra empresa para darle un valor diferente a las personas sobre el medioambiente.

Se pretende tener beneficios de este producto que como anteriormente se ha mencionado es poca la venta de los recuerdos ecológicos, con lo que se pretender satisfacer las necesidades de manera global a los clientes, probablemente surjan nuevos competidores, debido a la propuesta innovadora del producto.

4.7.5.3.Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Son los que intentan tomar el lugar de los que ya se encuentran posicionados en el mercado logrando apropiarse de los clientes con su oferta genérica o por otras propiedades similares; de este modo dentro de los productos sustitutos se encuentra su competencia que son las casas botánicas.

Tabla 12 Competencia de Ecological Gift

Tiendas de Recuerdos Ecológicos	
	• Anisa Jabonería
	• Zuzaro.com
	• Rinconcito Verde

Estos negocios ofrecen diferentes opciones que sustituirían a los recuerdos ecológicos como son:

Tabla 13 *Productos sustitutos de Ecological Gift*

Productos Sustitutos	
• Jabones artesanales • Objetos de plata(dijes, denarios, rosarios, pulseras) • Velas Personalizadas • Recuerdos en Porcelana fría • Agendas ecológicas	

4.7.5.4.Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación dependerá de la comunicación y la viabilidad que se obtenga a través del mismo, para obtener la materia prima como son las plantas suculentas, madera y botellas de vidrio que se necesita para la comercialización se establecerá alianza estratégicas con los proveedores tales como casas botánicas, distribuidoras de madera, establecimientos que expendan bebidas alcohólicas y demás proveedores para la compra de accesorios, todo esto permitirá reducir los costos.

4.7.5.5.Poder de negociación de los clientes o compradores

Los clientes son la fuente de ingreso de la empresa, por ello siempre serán los que elijan donde quieren comprar, las demandas de los mismos pueden influir en el precio de nuestros productos por esta razón la posibilidad de que sus demandas puedan influir en la

empresa es muy alta. Para poder gestionar todas las peticiones se deberá plantear una medida para precautelar que el negocio no sufra riesgo de quiebre.

Se replanteará la estrategia de precio si fuere necesario obteniendo una ganancia con las cuales puedan estar satisfechos y seguir acrecentando ventas.

4.7.6. Análisis Foda

Según (Riquelme Leiva, 2016) es un instrumento de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas) en la empresa, esto permite determinar obtener información veraz permitiendo tomar decisiones de acuerdo a los objetivos formulados, a continuación, se detalla el análisis FODA de Ecological Gift:



Figura 19 Análisis FODA

4.7.6.1. Fortalezas

- ✚ Aprovechar los recursos naturales para la elaboración de los recuerdos ecológicos y satisfacer la demanda actual de los clientes.
- ✚ Equipo de trabajo altamente capacitado y motivado.
- ✚ Maquinaria con alta tecnología para la elaboración de los productos.

- ✚ Posesionar la marca de la empresa en un mercado competitivo.
- ✚ Ser reconocida por la utilización de materiales ecológicos.

4.7.6.2.Oportunidades

- ✚ Aportar al cuidado del medioambiente
- ✚ Apoyar a la matriz productiva con nuevas plazas de trabajo
- ✚ Crecimiento constante en el mercado que se opera.
- ✚ Diversidad de productos.
- ✚ Oportunidad de mercado para ampliar el negocio hacia nuevas direcciones.

4.7.6.3.Debilidades

- ✚ No hay reconocimiento de marca, debido a que es nueva en el mercado.
- ✚ Financiamiento limitado.
- ✚ Dificultad en el acceso a los productos en sectores alejados.

4.7.6.4.Amenazas

- ✚ Aumento en los precios de los costos.
- ✚ Política tributaria
- ✚ Competencia consolidada
- ✚ Pérdida de ventas debido al ingreso de productos sustitutos.
- ✚ Cambio en las preferencias del consumidor.
- ✚ Crisis económica en el país generaría una inestabilidad.

4.7.7. Plan de Marketing

4.7.7.1.Objetivos de la publicidad

- ✚ Informar sobre las ventajas del producto, promociones, descuentos.
- ✚ Persuadir al cliente para una futura venta
- ✚ Posesionarse y mantener la imagen del producto en el mercado
- ✚ Incrementar los ingresos en un determinado plazo

4.7.7.2.Justificación del nombre de la empresa

Ecological Gift, es la marca que se utilizó para comercializar productos ecológicos elaborados con diferentes tipos de materiales sean estos: madera, yute, vidrio, entre otros; con lo cual las personas podrán decorar el interior de su casa o jardín, sin olvidar que las mini plantas son de poco cuidado. Las palabras en inglés son fáciles de recordar Ecological (ecológico) y Gift (regalos) lo cual significa en español Regalos Ecológicos.

4.7.7.3.Logo



Figura 20. Logo de la empresa

4.7.7.4.Slogan

Un mundo diferente

4.7.8. Productos

4.7.8.1.Descripción del producto

El reciclaje de las materias primas de la madera y las botellas de vidrio deberán estar en buen estado y totalmente limpias, los diseños varían de acuerdo a la ocasión que amerite de tal manera que cumpla las expectativas que el cliente desee ofreciendo una atención personalizada.

4.7.8.2.Presentación del producto

🌱 Plantas suculentas



Figura 21. Recuerdo planta suculenta



Figura 22. Maceta decorada para suculenta

🌱 Plantas suculentas en jarrones de vidrio



Figura 23. Jarrón planta suculenta 1



Figura 24. Jarrón planta suculenta 2

🌈 Botellas personalizadas



Figura 25 Botellas personalizadas

4.7.9. Precio

Para determinar el precio se deberá tomar en cuenta algunos factores externos como el rango de precios de los cuales estos sean menor a los que maneja la competencia, al ser una empresa nueva en el mercado se tratará al máximo de disminuir costos, para que los precios estén por debajo de la competencia, con el fin de ingresar a este nicho de mercado, ser competitivo aunque las utilidades sean mínimas, sin llegar a obtener pérdida.

Los precios de los recuerdos varían de acuerdo a los diseños que se elaboren, a los materiales que se utilicen, los detalles personalizados que el cliente requiera, generando un costo adicional, sin descuidar la calidad del producto.

4.7.10. Proveedores

Los proveedores principales serán aquellas empresas que trabajen con madera mdf para así poder recoger los cortes que ya no les serán útiles para ellos; los vendedores de bebidas alcohólicas también serán parte de nuestro catálogo de proveedores. El proyecto de este estudio es fomentar el reciclar cuidando el medio ambiente, estos materiales que generalmente son puestos como residuos y desaprovechados por la sociedad será parte de la materia prima.

A continuación se detalla uno de los principales proveedores:

-  Plywood Distribuidores: dedicada a la comercialización de maderas, mdf, plywood.
-  El Bodegón Cía. Ltda.: empresa dedicada a la venta de bebidas alcohólicas.
-  Manitos Mágicas: empresa dedicada a la venta de pinturas para madera, vidrio.

Cabe indicar que además de estos proveedores, se negociarán con otras empresas dedicadas a la comercialización de accesorios para la elaboración de los recuerdos.

4.7.11. Plaza

La empresa “Ecological Gift” estará ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil, Alborada 13 ava. Etapa Gran Albocentro 5, local 3; debido a que existe un gran número de habitantes y con un mercado competitivo.

El canal de distribución será directa, es decir, una venta personalizada con el cliente o consumidor, sin embargo también se realizará la distribución a través de ventas por internet esto generará mayor posicionamiento de la marca y aumento en las ventas.

4.7.12. Publicidad

Los medios que se utilizarán son las hojas volantes, banners, redes sociales (instagram).

-  Volantes: Sirve como medio publicitario que no generan mucho gasto, se lo entregará fuera de los centros comerciales cercanos al local, universidades, comisariatos, bancos, etc.
-  Banners: El objetivo es dar a conocer la marca, promocionar los productos y captar la atención del cliente.
-  Redes sociales: Tiene bastante acogida lo cual es una ventaja para promocionar la marca y productos.

El objetivo principal es informar al cliente acerca de nuevos productos logrando captar la atención e interés del mismo, obteniendo el aumento en el consumo del producto, en ventas y sobretodo el reconocimiento esperado.

4.8. Estudio Financiero

Este estudio tiene la finalidad de conocer la viabilidad económica del proyecto para poder tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto o no; a continuación se detallará de

forma ordenada y sistematizada la información de cuadros analíticos que se obtengan a través de diversas consultas y cotizaciones que se realicen en el mercado.

4.8.1. Inversión Total

Para determinar la inversión total se calculó los valores totales de los activos fijos, costos de producción y los gastos de constitución.

Tabla 14 *Inversión total*

Inversión Total	
Inversión fija	\$ 936.79
Gastos de Constitución	\$ 400.00
Capital de Trabajo	\$ 2,982.82
Total Inversión Inicial	\$ 4,319.61

Fuente: *Estudio financiero*

Se puede evidenciar que para la inversión requerida se necesita \$ 4,319.61, esto incluye activos fijos, gastos de constitución los cuales son necesarios para el inicio de las actividades, y por último el capital de trabajo que consta de los costos de producción de la materia prima e indirecta para realizar los productos, sueldos y gastos varios.

4.8.1.1. Inversión Activos Fijos

Maquinarias y equipos

A continuación se detalla las maquinarias de alta tecnología necesarias para el respectivo proceso de producción.

Tabla 15 *Inversión de Maquinarias y equipos*

INVERSION EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
INVERSION EN MAQUINARIAS Y EQUIPOS					
Máquina de recorte Cameo 3	1	\$ 401.79	\$ 401.79	10	\$ 40.18
Sierra Caladora Skil de mesa	1	\$ 335.00	\$ 335.00	10	\$ 33.50
INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES					
Mostrador	1	\$ 200.00	\$ 200.00	10	\$ 20.00
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS			\$ 936.79		\$ 93.68

Fuente: *Estudio financiero*

4.8.1.2. Inversión Activos Diferidos

Son aquellos gastos que se pagan previamente para la constitución de la empresa y a medida que transcurre el tiempo se irá utilizando, y llevarlo al gasto para amortizar; se lo considera de esta manera para no poder afectar a la información financieros.

Tabla 16 *Gastos de Constitución*

INVERSIÓN ACTIVOS DIFERIDO	
DETALLE	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 400.00
Total	\$ 400.00

Fuente: *Estudio financiero*

Tabla 17 *Amortización*

Amortización de Gastos de Constitución

Años	Amortización Anual	Amortización Acumulada	Saldo en Libros
0	\$ -	\$ -	\$ 400.00
1	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 320.00
2	\$ 80.00	\$ 160.00	\$ 240.00
3	\$ 80.00	\$ 240.00	\$ 160.00
4	\$ 80.00	\$ 320.00	\$ 80.00
5	\$ 80.00	\$ 400.00	\$ -

Fuente: Estudio financiero

4.8.1.3. Inversión de Capital de Trabajo

Son los recursos requeridos por la empresa para poder iniciar las actividades económicas con el objetivo de poder cubrir los gastos operativos que se generen.

Tabla 18 Presupuesto de Costos y Gastos

COSTOS DE PRODUCCION	
Costo Directos	Año 1
Costos Materiales Directos	\$ 11,219.04
Costos Mano de Obra Directa	\$ 6,499.47
Total de Costos Directos	\$ 17,718.51
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 7,291.47
Total Costos de Producción	\$ 25,009.98
Gastos Administrativos	\$ 11,044.31
Gastos de Venta	\$ 22.00
Total de Gastos Operativos	\$ 11,066.31
Gastos Financieros	\$ 308.30
Costo Total	\$ 36,384.60

Fuente: Estudio financiero

Para calcular el capital de trabajo se lo determinó de la siguiente manera:

$$\text{Capital de Trabajo: } \frac{\text{Costo total} - \text{Depreciación}}{365} \times 30$$

$$\text{Capital de Trabajo: } (\$36,384.60 - \$93.68) / 365 \times 30 = \$2,982.82$$

4.8.2. Financiamiento

Para determinar la fuente de financiamiento se contará con el 35% de aportación de los socios y el 65% se necesita de un préstamo bancario.

Tabla 19 *Financiamiento*

Inversión Total			
Inversión fija	\$936.79		
Gastos de Constitución	\$400.00		
Capital de Trabajo	\$2,982.82		
Total Inversión Inicial	\$4,319.61		
Capital Propio	\$ 1,500.00	35%	Aporte de Socios
Inversión Requerida	\$2,819.61	65%	Financiamiento

Fuente: *Estudio financiero*

Se observa que se necesita el 65% de la inversión se realizará un préstamo en el Banco del Pichincha con una tasa del 11.23% 3 años plazo. El 35% corresponde a fondos propio.

Crédito a financiar: \$2,819.61

Periodo de Pago: 36

Tasa de Interés: 11.23%

Forma de capitalización 3 años mensual

Pagos: \$92.62

4.8.2.1. Intereses y amortización

El presente análisis determina el valor de los intereses y la amortización por el lapso de los cinco años que la empresa debe de cancelar.

Tabla 20 Amortización de la deuda

AMORTIZACION DE LA DEUDA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Intereses	\$ 274.43	\$ 175.45	\$ 64.75
Amortización	\$ 1,111.41	\$ 1,111.41	\$ 1,111.41
Total	\$ 1,385.84	\$ 1,286.86	\$ 1,176.17

Fuente: Estudio financiero

4.8.3. Depreciación de Activos

La depreciación es el resultado del desgaste o la pérdida que se genera en los activos fijos debido a su uso, obsolescencia o la tecnología que a menudo se va renovando.

Tabla 21 Depreciación de activos

DEPRECIACION DE ACTIVOS ANUAL Y ACUMULADA											
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Maquinarias y equipos	\$ 736.79	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68	\$ 73.68
Muebles y enseres	\$ 200.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Total depreciación		\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68
Total depreciación acumulada		\$ 93.68	\$ 187.36	\$ 281.04	\$ 374.72	\$ 468.40	\$ 562.07	\$ 655.75	\$ 749.43	\$ 843.11	\$ 936.79

Fuente: Estudio financiero

4.8.4. Ingresos

Este presupuesto reflejará los ingresos económicos que va generar la empresa teniendo en cuenta las cantidades a vender y el precio para el producto logrando así tener ganancias futuras.

Tabla 22 Ingresos

INGRESOS POR VENTAS			
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3
Unidades vendidas al mes	345	362	380
Precio de venta	\$ 10.00	\$ 10.50	\$ 11.03
Ingresos	\$ 3,450.00	\$ 3,803.63	\$ 4,193.50
Ingresos anuales	\$ 41,400.00	\$ 45,643.50	\$ 50,321.96

Fuente: Estudio financiero

Debido a que la empresa es nueva para obtener rentabilidad se estima hacer un incremento en el total de las ventas del 5% a partir del segundo año.

4.8.5. Costos y gastos

Se aquellos materiales que se incluirán en el proceso de fabricación del producto tales como: materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y financieros que se reflejarán mediante cinco años que dura el proyecto.

A continuación se detalla el presupuesto de costos y gastos con una inflación del 3.5% que se pueda presentar en los próximos años.

Tabla 23 Presupuesto de Ingresos y Costos a 3 años

COSTOS DE PRODUCCION			
Costo Directos	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Materiales Directos	\$ 11,219.04	\$ 11,611.71	\$ 12,004.37
Costos Mano de Obra Directa	\$ 6,499.47	\$ 6,726.95	\$ 6,954.43
Total de Costos Directos	\$ 17,718.51	\$ 18,338.66	\$ 18,958.80
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 7,291.47	\$ 7,546.68	\$ 7,801.88
Total Costos de Producción	\$ 25,009.98	\$ 25,885.33	\$ 26,760.68
Gastos Administrativos	\$ 11,044.31	\$ 11,430.86	\$ 11,817.42
Gastos de Venta	\$ 22.00	\$ 22.77	\$ 23.54
Total de Gastos Operativos	\$ 11,066.31	\$ 11,453.63	\$ 11,840.96
Gastos Financieros	\$ 308.30	\$ 253.11	\$ 191.38
Costo Total	\$ 36,384.60	\$ 37,592.08	\$ 38,793.02

Fuente: Estudio financiero

4.8.6. Punto de Equilibrio

Es aquel donde los ingresos totales cubren los costos; es decir que se igualan a los costos totales, vendiendo por encima de dicho punto se obtiene beneficios y vendiendo por debajo se obtiene pérdidas.

A continuación se aplica la siguiente fórmula:

$$PE: \quad \text{Costos fijos totales} / (\text{precio de venta} - \text{costo variable unitario})$$

Análisis:

Unidades producidas/año 4140

Costos variables totales \$18,510.67

Costos fijos totales \$11,078.99

C.V.U \$4.47 (**CVU:** CF/Unidades producidas)

P.V.U \$10.00

MC \$5.53 (**MC:** PVU/CVU)

Punto de Equilibrio:
$$\frac{\text{Costos fijos totales}}{(\text{Precio de venta} - \text{costo variable unitario})}$$

PE:
$$\frac{4140}{(\$10.00 - \$4.47)}$$

PE:
$$\frac{4140}{(\$5.53)}$$

PE: 2004 unidades año 1

PE\$: 2004 X \$10

PE\$: \$20,038.61

Interpretación: se debe de producir 2004 unidades para no tener pérdidas.

4.8.7. Proyecciones Financieras

4.8.7.1. Flujo de Caja

Tabla 24 Flujo de Caja

ECOLOGICAL GIFT				
FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inversión fija	\$ 4.319,61			
Utilidad antes de impuestos		\$ 5.015,40	\$ 8.051,42	\$11.528,94
Pago a trabajadores 15%		\$ 752,31	\$ 1.207,71	\$ 1.729,34
Pago de impuestos 25%		\$ 1.103,39	\$ 1.771,31	\$ 2.536,37
Efectivo Neto		\$ 3.159,71	\$ 5.072,40	\$ 7.263,23
(+) Depreciación		\$ 93,68	\$ 93,68	\$ 93,68
(+) Amortización		\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
(+) Aporte de Socios	\$ 1.500,00			
Prestamos Bancario	\$ 2.819,61	\$ 274,43	\$ 175,45	\$ 64,75
Flujo Neto del Periodo	\$ 8.639,21	\$ 3.058,95	\$ 5.070,63	\$ 7.372,16
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 8.639,21	\$ 11.698,16	\$ 16.768,79
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 8.639,21	\$11.698,16	\$16.768,79	\$24.140,95

Fuente: Estudio financiero

4.8.7.2.Estado de Situación Financiero

Tabla 25 Estado de Situación Financiero

ECOLOGICAL GIFT		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERO PROYECTADO		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Bancos		\$ 8.639,21
Total Activo Corriente		\$ 8.639,21
ACTIVO NO CORRIENTE		
Maquinarias y equipos		\$ 736,79
Máquina de recorte Cameo 3	\$ 401,79	
Sierra Caladora Skil de mesa	\$ 335,00	
Muebles y enseres		\$ 200,00
Mostrador	\$ 200,00	
Equipos de Computación		\$ 940,00
Computadora	\$ 675,00	
Impresora	\$ 265,00	
(-) Depreciación		\$ 93,68
Depreciación acumulada	\$ 93,68	
ACTIVO DIFERIDO		\$ 400,00
Gastos de Constitución	\$ 400,00	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 2.370,47
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 11.009,68
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Documento por pagar C/ P	\$ 1.111,41	\$ 1.111,41
PASIVO NO CORRIENTE		
Documento por Pagar L/P	\$ 2.819,61	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		\$ 2.819,61
TOTAL PASIVOS		\$ 3.931,02
PATRIMONIO		
Capital	\$ 7.078,66	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 7.078,66
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 11.009,68

Fuente: Estudio financiero

4.8.7.3.Estado de Estado de Resultados

Tabla 26 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 41,400.00	\$ 45,643.50	\$ 50,321.96
(-) Costos de Ventas	\$ 25,009.98	\$ 25,885.33	\$ 26,760.68
(=) Utilidad Bruta	\$ 16,390.02	\$ 19,758.17	\$ 23,561.28
(-) Gastos Administrativos	\$ 11,044.31	\$ 11,430.86	\$ 11,817.42
(-) Gastos de Ventas	\$ 22.00	\$ 22.77	\$ 23.54
(=) Utilidad Operacional	\$ 5,323.70	\$ 8,304.53	\$ 11,720.32
(-) Gastos Financieros	\$ 308.30	\$ 253.11	\$ 191.38
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 5,015.40	\$ 8,051.42	\$ 11,528.94
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ 752.31	\$ 1,207.71	\$ 1,729.34
(-) Impuesto a la Renta 22%	\$ 1,103.39	\$ 1,771.31	\$ 2,536.37
(=) UTILIDAD NETA	\$ 3,159.71	\$ 5,072.40	\$ 7,263.23

Fuente: Estudio financiero

4.8.7.4.Índices Financieros

Se aplica el VAN y la TIR para determinar la rentabilidad del proyecto en base al flujo de caja antes expuesto. Dado que el VAN en el presente proyecto es mayor que cero indica que si es rentable y se acepta la inversión ya que la TIR supera a la tasa de Descuento del 15%.

4.8.7.4.1. Tasa Interna de Retorno

Tabla 27 Tasa Interno de Retorno

TIR Y VAN				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ -4,319.61			
UAIT		\$ 5,015.40	\$ 8,051.42	\$ 11,528.94
Pago Part. Trab.		\$ -752.31	\$ -1,207.71	\$ -1,729.34
Pago de IR		\$ -1,103.39	\$ -1,771.31	\$ -2,536.37
EFFECTIVO NETO		\$ 3,159.71	\$ 5,072.40	\$ 7,263.23
(+) Depreciación		\$ 93.68	\$ 93.68	\$ 93.68
(+) Amortizac. G. Pre-Operac.		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
(+) Aporte Accionistas	\$ -1,500.00			
(+) Recuperación Cap. Trabajo				
(+) Préstamo concedido		\$ -274.43	\$ -175.45	\$ -64.75
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ -5,819.61	\$ 3,058.95	\$ 5,070.63	\$ 7,372.16

TIR 58%

VAN \$4.801,56

Evaluación del Proyecto

- Inversión Inicial del proyecto \$4,319.61
- El costo de Producción por unidad de recuerdos ecológicos es de \$7.15 por cada uno, con un margen de utilidad del 40% se comercializará a \$10.00 promedio.
- El proyecto será financiado el 35% con capital propio y el 65% a través de un Préstamo al Banco del Pichincha.

- Se adquirirá equipos y herramientas para la producción del bien.
- La aplicación de la TIR presentó como rendimiento de inversión el 58% lo que indica que el negocio es factible para el inversionista.
- Los índices financieros señalan que el negocio es rentable ya que se mantienen dentro de los rangos normales.

4.6. Conclusiones

En el mercado existe siempre mucha competencia, hay que saber en qué segmento del mismo pueden haber entradas para posicionarse, no obstante, nuestro producto puede ingresar al mismo dado por su tipo de negocio que se encarga de utilizar materiales reciclables para poder realizar nuestro bien y además generará una estética para su hogar o trabajo.

El estudio de mercado nos muestra que a las personas les interesa obtener estos tipos de recuerdos ecológicos porque no existen muchos negocios que se encarguen en fabricarlos, con esto nos da una ventaja de aceptación de nuestro producto e introducirlo al mercado a un bajo costo para satisfacer las necesidades de los mismos. Los clientes saben que es una buena y correcta manera de cuidar el medioambiente, además de que las mini plantas no son de mucho cuidado y que cualquier persona sin conocimientos de jardinería puede poseerlas.

El estudio financiero dio como resultados que su inversión inicial es de \$4,319.61 para poder realizar las compras de maquinarias y equipos, además de insumos para la realización de los recuerdos, esto será financiado el 35% con capital propio y el 65% a través de un Préstamo al Banco del Pichincha por un periodo de 36 meses con una tasa de 11.23%.

Según el estudio se observa ganancia desde el tercer año de producción del negocio, la aplicación de la TIR presentó como rendimiento de inversión el 58% lo que indica que el negocio es factible para el inversionista

4.7. Recomendaciones

La aplicación de las estrategias de Porter es esencial permitiendo visualizar a la competencia, al cliente en cómo puede influir en nuestro desarrollo de producto e imposición de precio ya que ellos son los que deciden que comprar o porque hacerlo, saber cómo enfrentar a cada una de estas propuestas son los que nos permiten impulsarnos hacia la penetración exitosa al mercado y establecernos a largo plazo en él.

Sin olvidar que la introducción no es inmediata, hay que resolver estrategias de precios, ventas, publicitarias, entre otras que acceden para darnos el reconocimiento del producto hacia el público manejando los diferentes medios. Las redes sociales son un importante instrumento para difundir nuestra marca, no obstante, las personas que no usan mucho el internet y usan otros medios de comunicación hay que tener en cuenta en abarcar todos este tipo de herramientas para poder llegar a todos.

Hacer un análisis económico financiero es lo que nos dirá si el negocio es rentable o no, ya que con él podremos saber si la inversión se recuperará y a partir de qué año, ¿Dónde obtener préstamo y con qué tasa se pagara? ¿Cuándo llegará al punto de equilibrio? ¿En qué año verá la utilidad?, todas esas preguntas se resolverán si se sabe cómo organizar el dinero y de qué manera hacer que produzca.

4.8. Bibliografía

Altahona Quijano Teresa de Jesús. (2009). Libro Práctico sobre Contabilidad de Costos. En

A. Q. Jesús, *Libro Práctico sobre Contabilidad de Costos* (pág. 6). Bucaramanga: Porter.

Alvarez G, C. (2013). *REciclaje y su Aporte en la Educación*. Ambato: Universidad Rafael Landívar.

Aquino Rita. (31 de Enero de 2008). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

Bermudez G, H. (2015). Definición de Indicadores Financieros . En *Finanzas*. Guayaquil: Actualícese.

Blanco. (2007). *Decisiones sobre la factibilidad técnica económica de proyectos de inversión*. Obtenido de

http://www.academia.edu/6494527/FACTIBILIDAD_TECNICA_ING_ECONOMIC
A

Carballo B, B. (2013). *Definiendo el alcance de una investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa*. Guayaquil: Copyright.

Carpeta pedagógica. (09 de 09 de 2014). *Carpeta pedagógica*. Obtenido de

<http://cienciageografica.carpetapedagogica.com/2013/03/la-competencia-del-mercado.html>

Cerda, H. (2011). *Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información*. Bogotá: el buho.

David Agudelo Sánchez, Javier Beltran Torres. (29 de enero de 2013). *Estudio de factibilidad para la creación de Santor Eventos S.A*. Obtenido de

<https://www.repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/3451/65811A282e.pdf?...1>

David Noel Ramírez Padilla. (2008). Contabilidad Administrativa. En D. N. Padilla, *Contabilidad Administrativa* (pág. 39). Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

DeGerencia.com. (2017). *DeGerencia*. Obtenido de DeGerencia:

http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial

Delgado, C. (16 de 02 de 2009). *Principios Contables*. Obtenido de

<http://losprincipioscontables.blogspot.com/2009/02/este-principio-implica-la-permanencia-y.html>

Domiguez L., L. (12 de 09 de 2015). *Botanical*. Obtenido de Plantas Suculentas:

<http://www.botanical-online.com/plantassuculentas.htm>

Español Oxford living Dictionaries. (2017). *Oxford University Press*. Obtenido de Oxford

University Press: <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/ecologico>

Eva Roben. (2003). *El reciclaje: Oportunidades para reducir la generación de los desechos*

sólidos y reintegrar materiales recuperables en el círculo económico. Obtenido de

http://www.bvsde.paho.org/bvsacg/guialcalde/3residuos/d3/062_reciclaje/reciclaje.pdf

Explorable. (07 de 12 de 2017). *Explorable*. Obtenido de

<https://explorable.com/es/investigacion-experimental>

Franco Cardenas B. (2017). *Medio Ambiente*.

Gestiopolis. (01 de 11 de 2017). *Gestiopolis.com*. Obtenido de Gestiopolis.com:

<https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Hernandez C, D. (2014). *Los Costos Empresariales en el marco de la Competitividad y*

Globalización Económica. Quito.

Hernandez L, L. (Abril de 2013). Diseños No Experimentales de Investigación. En *Diseños de Investigación*. Quito. Obtenido de Planificación de Proyectos:

<http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/>

Hernandez M, M. (2016). *Desarrollo de Competencias* . Quito: Blogspost.

Hernandez R., Fernandez C. y Baptista L. (2014). *Metodologia de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Herrera Verónica, Lazo Jenny. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE JEANS " FASHION JEANS"*. Obtenido de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf>

ICM-ESPOL. (2011). *Sectores Municipales*. Guayaquil: Centro de Investigaciones Estadísticas ICM-ESPOL.

Isaac Espinosa Torres. (2012). Obtenido de <http://revistaconsultoria.com.mx/porque-contratar-un-estudio-de-factibilidad/>

Julián Pérez Porto y María Merino. (2010). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/recuerdo/>

Kendall y K. (1997). *Decisiones sobre la factibilidad técnica económica de proyectos de inversión*. Obtenido de http://www.academia.edu/6494527/FACTIBILIDAD_TECNICA_ING_ECONOMIC
A

Kenneth Andrews . (1962). *The concept of corporate strategy*. Cambrigde.

López, J. M. (27 de 11 de 2015). *SEMrush Blog*. Obtenido de <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>

LOTAIP. (2014). *Municipalidad de Guayaquil*. Obtenido de Tasa de Habilitación:

<http://www.guayaquil.gob.ec/gu%C3%ADa-de-tr%C3%A1mites-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>

Maimone, G. D. (16 de 02 de 2011). *sites google*. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/enfoques-cuantitativo-y-cualitativo>

Marcos Ezeta Torrico. (Septiembre de 2012). *Estudio de factibilidad de la empresa “Eco-*

Furniture” dedicada a la creación y comercialización de muebles y enseres

ecológicos, en la ciudad de Guayaquil. Obtenido de

gye.ecomundo.edu.ec/.../TesisProyectos/CREACIÓN%20Y%20COMERCIALIZACIÓN...

Michell Porter . (1996). Ser Competitivo. En M. Porter, *Ser Competitivo*. España: DEUSTO S.A. EDICIONES.

Moreno E, Eliseo. (Agosto de 2013). *Investigación Científica*. Obtenido de [http://tesis-](http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/justificacion-e-importancia-de.html)

[investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/justificacion-e-importancia-de.html](http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/justificacion-e-importancia-de.html)

Oliva Rendón. (2017). *Guccia Verde*. Obtenido de

<http://www.gocciaverde.net/es/2017/03/05/goccia-verde-huella-de-la-compra-mas-ecologica-en-cadiz/>

Perez M, D. (2015). *El Precio, Tipos y Estrategias de Fijación*. Ambato: Escuela de Negocios.

Promonegocios. (08 de 2007). *Promonegocios*. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

Ramírez. (2009). Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Recursosynegocios. (26 de Junio de 2013). *Recursosynegocios.com*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2017, de Recursosynegocios.com:

<http://www.recursosynegocios.com/que-es-la-rentabilidad-y-utilidad-de-un-negocio>

Reid L. Allan . (1973). *Técnicas Modernas de Venta y sus aplicaciones*. En R. L. Allan, *Técnicas Modernas de Venta y sus aplicaciones* (págs. 35, 36 ,47, 59,60). Mexico: Diana .

Riquelme Leiva. (Diciembre de 2016). *Matriz o analisis Foda*. Obtenido de Matriz o analisis Foda: www.analisisfoda.com/

Riquelme Leiva, M. (16 de 2015). *Las 5 fuerzas de Porter*. Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Rodriguez M, M. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Creación de una Empresa de Servicios de Encuadernación Artística*. CARacas: Universidad Católica San Andrés Bello.

Salto R, E. (2015). *Estudio de las Necesidades de servicios de los usuarios de Interagua del sector Norte de Guayaquil (Sauces, Alborada, Samanes, Guayacanes); para apertura de una agencia de atención al cliente*. Guayaquil : Universidad de Guayaquil.

Serrano, C. (05 de 05 de 2015). *Cactus & Suculentas* . Obtenido de <http://www.cactuserrano.es/>

Stanley J, W. (2013). *Enciclopedia de Economía*. Mexico: Copyright.

succulent, U. c. (29 de 11 de 2017). *ubink cactus & succulent*. Obtenido de <http://www.ubink.nl/>

Tamayo M, M. (2013). *Marco Metodológico*. Guayaquil: Wordpress.

Tamayo y Tamayo. (1997). Obtenido de Tesis de Investigacion:

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Thompson I., I. (2011). Definición de Publicidad. En T. Ivan. Quito.

VARELA, R. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Grupo editorial

Iberoamericana. . Obtenido de

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

Vision Digital. (2015). *Ideas verdes, negocios exitosos*. Obtenido de <http://vision-digital.com.mx/2015/03/ideas-verdes-negocios-exitosos/>

Vision Digital. (marzo de 2015). *Ideas verdes, negocios exitosos*. Obtenido de <http://vision-digital.com.mx/2015/03/ideas-verdes-negocios-exitosos/>



APENDICE A



Formato de Encuesta

Preguntas cerradas de dos o más alternativas

1. ¿Cuál es su sexo?

Si _____ No _____

2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

16 – 25	_____	46 – 55	_____
26 – 35	_____	56 – 65	_____
36 – 45	_____	>= 66	_____

3. ¿Usted compra recuerdos para ocasiones especiales?

Si _____ No _____

4. ¿Qué clase de recuerdo consume usted ecológicos o los tradicionales?

Si _____ No _____

5. ¿Conoce de la diversidad que existe en materiales reutilizables para elaborar recuerdos ecológicos?

Si _____ No _____

6. **¿Para qué ocasión(es) usted adquiriría recuerdos ecológicos elaborados con materiales reciclados?**

Si _____ No _____

7. **¿Qué expectativas desearía tener al adquirir el producto?**

Durabilidad _____

Entrega inmediata _____

Precios accesibles _____

Buena calidad _____

8. **¿Estaría dispuesto(a) a pagar un valor adicional para recibir su compra a domicilio?**

Si _____ No _____

9. **¿Por qué medios le gustaría obtener mayor información respecto a recuerdos elaborados con materiales reciclados?**

Si _____ No _____

10. **¿Considera usted que los productos ecológicos pueden llegar a tener excelente aceptación en el mercado?**

Si _____ No _____

Gracias.

APENDICE B

Costos Directos:

MATERIA PRIMA					
Descripción	Cantidad	Unidad	Costo	Mensual	Anual
Plantas Suculentas	125	Unid	\$ 3,00	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Madera reciclada 70 cm x 70 cm	35	Unid	\$ 0,30	\$ 10,50	\$ 126,00
Botellas recicladas	220	Unid	\$ 0,35	\$ 77,00	\$ 924,00
Cinta decorativa mediana	6	rollo	\$ 2,30	\$ 13,80	\$ 165,60
Cinta decorativa fina	6	rollo	\$ 1,45	\$ 8,70	\$ 104,40
Pinturas acrílica	45	frasco	\$ 1,50	\$ 67,50	\$ 810,00
Frascos de vidrio	50	unid	\$ 1,30	\$ 65,00	\$ 780,00
Caja x 6 escarcha 80 gr	8	caja	\$ 4,49	\$ 35,92	\$ 431,04
Hilo de yute 100 mts	8	rollo	\$ 7,50	\$ 60,00	\$ 720,00
Rollo de Perlas	8	rollo	\$ 4,50	\$ 36,00	\$ 432,00
Cinta de yute	30	rollo	\$ 4,50	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Cinta decorativa ancha	8	rollo	\$ 3,50	\$ 28,00	\$ 336,00
Flores de plástico	50	unid	\$ 0,45	\$ 22,50	\$ 270,00
Total				\$ 934,92	\$ 11.219,04

Costos Indirectos de Fabricación

INSUMOS INDIRECTOS															
Producto	Ene.	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Unidades anuales	Costo	Insumos anuales
Mascarillas desechables	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Gafas protectoras	1												1	\$ 4,55	\$ 4,55
Lija semi gruesa	4			4				4				4	16	\$ 0,99	\$ 15,84
Escuadra	1												1	\$ 1,80	\$ 1,80
Lapiz para madera	2			1				2				1	6	\$ 0,65	\$ 3,90
Goma Blanca 250 grs	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 2,30	\$ 27,60
Soporte Boligrafo	1												1	\$ 8,84	\$ 8,84
Kit de herramientas	1												1	\$ 23,84	\$ 23,84
Alfombrilla para Corte	1												1	\$ 16,25	\$ 16,25
Cuchilla autoajustable Cameo 3	1												1	\$ 21,43	\$ 21,43
Kit de Plumas de Boceto	1				1					1			3	\$ 24,11	\$ 72,33
Kit de Plumas B/N	1				1					1			3	\$ 10,71	\$ 32,13
Silicón	25	28	28	25	30	15	15	15	28	20	20	20	269	\$ 0,20	\$ 53,80
Tijeras	1												1	\$ 1,10	\$ 1,10
Cartulina Hilo	30	30	30	30	30	35	35	35	50	50	50	50	455	\$ 0,15	\$ 68,25
Pincel n° 12	1					1							2	\$ 0,85	\$ 1,70
Sellante	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	40	\$ 4,60	\$ 184,00
Brocha n° 4	1						1						2	\$ 1,40	\$ 2,80
Totales	77	63	63	65	67	56	56	61	83	77	77	82	783		\$ 552,16

GASTOS ADMINISTRATIVOS															
Producto	Ene	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Unidades Anuales	Costo	Anual
Servicios Básicos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Silla	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Repisas flotantes	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Estantes mdf	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Suministros de Limpieza	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Alquiler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Total	11	8	8	10	8	8	10	9	8	8	8	11	107		\$ 4.545,00

GASTOS DE VENTA															
Producto	Ene	Feb.	Marz.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Unidades Anuales	Costo	Anual
Volantes 1000 hjs.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	\$ 22,00	\$ 22,00
Total	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		\$ 22,00

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA
BANCO DELPICHINCHA S.A.

Deuda: \$2.819,61

Tasa de interés: 11,23%

Plazo en años 3 **Pagos** 36

Meses	Cuota Mensual	Intereses	Amortización	Saldo
0				\$ 2.819,61
1	\$ 66,23	\$ 26,39	\$ 92,62	\$ 2.753,37
2	\$ 66,85	\$ 25,77	\$ 92,62	\$ 2.686,52
3	\$ 67,48	\$ 25,14	\$ 92,62	\$ 2.619,05
4	\$ 68,11	\$ 24,51	\$ 92,62	\$ 2.550,94
5	\$ 68,75	\$ 23,87	\$ 92,62	\$ 2.482,19
6	\$ 69,39	\$ 23,23	\$ 92,62	\$ 2.412,81
7	\$ 70,04	\$ 22,58	\$ 92,62	\$ 2.342,77
8	\$ 70,69	\$ 21,92	\$ 92,62	\$ 2.272,07
9	\$ 71,35	\$ 21,26	\$ 92,62	\$ 2.200,72
10	\$ 72,02	\$ 20,60	\$ 92,62	\$ 2.128,70
11	\$ 72,70	\$ 19,92	\$ 92,62	\$ 2.056,00
12	\$ 73,38	\$ 19,24	\$ 92,62	\$ 1.982,62
13	\$ 74,06	\$ 18,55	\$ 92,62	\$ 1.908,56
14	\$ 74,76	\$ 17,86	\$ 92,62	\$ 1.833,80
15	\$ 75,46	\$ 17,16	\$ 92,62	\$ 1.758,35
16	\$ 76,16	\$ 16,46	\$ 92,62	\$ 1.682,18
17	\$ 76,88	\$ 15,74	\$ 92,62	\$ 1.605,31
18	\$ 77,59	\$ 15,02	\$ 92,62	\$ 1.527,71
19	\$ 78,32	\$ 14,30	\$ 92,62	\$ 1.449,39
20	\$ 79,05	\$ 13,56	\$ 92,62	\$ 1.370,34
21	\$ 79,79	\$ 12,82	\$ 92,62	\$ 1.290,55
22	\$ 80,54	\$ 12,08	\$ 92,62	\$ 1.210,01
23	\$ 81,29	\$ 11,32	\$ 92,62	\$ 1.128,71
24	\$ 82,05	\$ 10,56	\$ 92,62	\$ 1.046,66
25	\$ 82,82	\$ 9,79	\$ 92,62	\$ 963,83
26	\$ 83,60	\$ 9,02	\$ 92,62	\$ 880,24
27	\$ 84,38	\$ 8,24	\$ 92,62	\$ 795,86
28	\$ 85,17	\$ 7,45	\$ 92,62	\$ 710,69
29	\$ 85,97	\$ 6,65	\$ 92,62	\$ 624,72
30	\$ 86,77	\$ 5,85	\$ 92,62	\$ 537,95
31	\$ 87,58	\$ 5,03	\$ 92,62	\$ 450,37
32	\$ 88,40	\$ 4,21	\$ 92,62	\$ 361,96
33	\$ 89,23	\$ 3,39	\$ 92,62	\$ 272,73
34	\$ 90,07	\$ 2,55	\$ 92,62	\$ 182,67
35	\$ 90,91	\$ 1,71	\$ 92,62	\$ 91,76
36	\$ 91,76	\$ 0,86	\$ 92,62	\$ 0,00
TOTAL	\$ 2.819,61	\$ 514,63	\$ 3.334,24	