



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

EMPRENDIMIENTO

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO
EMPRESA DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES COMESTIBLES Y
NO COMESTIBLES

Autores:

Srta. Rosario Marcela Arévalo Velastegui

Srta. Natali Johanna Zambrano González

Tutor:

Phd. Erika Jadira Romero Cárdenas

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Arévalo Velastegui Rosario Marcela en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Arévalo Velastegui Rosario Marcela

Autor I

C.I: 0942484320

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Zambrano González Natali Johanna en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019

Natali Z.

Zambrano González Natali Johanna

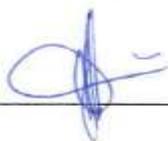
Autor 2

C.I: 172646984-2

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Romero Cárdenas Erika Jadira en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por las estudiantes Arévalo Velastegui Rosario Marcela y Zambrano González Natali Johanna, cuyo tema de trabajo de Titulación es **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES COMESTIBLES Y NO COMESTIBLES**, que aporta a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad previo a la obtención del Grado INGENIERA COMERCIAL; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira
Tutor
C.I: 091657706-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante Arévalo Velastegui Rosario Marcela

Con el tema de trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES COMESTIBLES Y NO COMESTIBLES.**

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

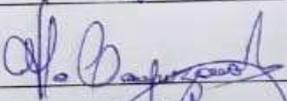
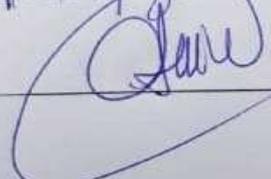
Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

reprobado

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira	
Secretario (a)	MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	
Integrante	MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira

MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora

MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA COMERCIAL presentado por la estudiante Zambrano González Natali Johanna

Con el tema de trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES COMESTIBLES Y NO COMESTIBLES.**

Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

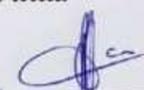
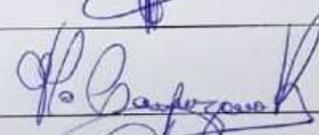
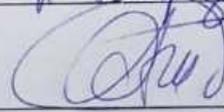
Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Phd. Romero Cárdenas Erika Jadira	
Secretario (a)	MAE. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora	
Integrante	MAE. Medina Hinojosa Deysi Janet	

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado primeramente a Nuestro Padre Celestial y por darme sabiduría, ser mi inspirador, darme las fortalezas de seguir adelante en el transcurso de mi vida y no derrumbarme.

A mis padres Nancy Velastegui, Marcelo Arévalo, Laura Pesantes, Alfredo Velastegui porque son mi orgullo, por su sacrificio, apoyo incondicional he podido triunfar. Este título y cada meta propuesta es para ustedes.

Rosario Marcela Arévalo Velastegui

Este trabajo lo dedico primeramente a Dios, por darme siempre la fuerza para seguir adelante y continuar en esta etapa de conseguir una de mis aspiraciones más deseadas.

A mis padres, por su amor incondicional, trabajo, paciencia y sacrificio que han hecho, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y ser lo que soy, es un privilegio ser su hija, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, y no importa las adversidades que se presenten, siempre hay salida.

A mi hermano por siempre estar presente, haciéndome reír y dándome su amor, por su apoyo.

A todas mis amigas, por apoyarme cuando más las necesito, por siempre estar dispuestas a extender su mano en momentos difíciles y el amor que me han brindado cada día, mil gracias.

Finalmente, a todas las personas que me han apoyado; que abrieron las puertas y han compartido sus conocimientos, para que este trabajo sea un éxito.

Natali Johanna Zambrano González

AGRADECIMIENTO

A Nuestro Padre Celestial por todas las bendiciones recibidas, las fuerzas que me brinda en el transcurso diario de mi vida, por la salud, la gran familia que me dio.

A mis padres por su amor sincero, apoyo incondicional, inculcándome buenos valores, quienes me han enseñado a luchar por lo que nos proponemos y nunca rendirnos. A mi hermano por ser mi mejor amigo estar en mis alegrías, tristezas y juegos.

A mis tías, primos maternos han contribuido en mi crecimiento profesional como en consejos y apoyo.

Al grupo de amigas por la amistad brindada, su paciencia, y apoyo en cualquier circunstancia.

En especial a mi segunda madre por ser mi pilar fundamental, por los cuidados, consejos de superación, ánimos, su cálido amor, y a mi angelito por dejarme los mejores recuerdos donde vaya será mi guía espiritual.

Todas las metas alcanzadas son para ellos, me faltaran años para agradecerles por todo lo que han hecho por mí.

Rosario Marcela Arévalo Velastegui

Agradezco a Dios por la bendición de la vida, por guiarme a lo largo de mi vida, por ser un gran apoyo y fortaleza en momentos difíciles y de debilidad.

Gracias a mis padres: Margarita González y Gonzalo Zambrano por siempre motivarme, por confiar y creer en mí; por los valores y principios inculcados y cada uno de sus consejos.

Agradezco a todos mis docentes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Estatal de Milagro, por haber compartido sus conocimientos y experiencias a lo largo de la preparación profesional, de manera especial, a la master Erika Jadira Romero Cárdenas tutora de nuestro proyecto de emprendimiento quien nos ha guiado con paciencia y rectitud, siendo más que tutora una amiga y por su valioso aporte a nuestro proyecto.

Natali Johanna Zambrano González

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	II
DERECHOS DE AUTOR	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	XV
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	4
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	8
3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS	44
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	61
5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	73
6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	77
7. ESTUDIO FINANCIERO	85
CONCLUSIONES	94
RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1 Pregunta 1 de la encuesta: Genero de las personas encuestadas.	12
Gráfico 2 Pregunta 2 de la encuesta: Edades de las personas encuestadas.	13
Gráfico 3 Pregunta 3 de la encuesta: Importancia del cuidado del medio ambiente.....	14
Gráfico 4 Pregunta 4 de la encuesta: Adquisición productos biodegradables comestibles y no comestibles	15
Gráfico 5 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles que adquirirían.....	16
Gráfico 6 Pregunta 6 de la encuesta: Consideración que tendrían los productos comestibles y no comestibles en la salud y medio ambiente.....	17
Gráfico 7 Pregunta 7 de la encuesta: Adquisición cubetas de huevos biodegradables.	18
Gráfico 8 Pregunta 8 de la encuesta: Adquisición de plastos biodegradables para bocaditos.	19
Gráfico 9 Pregunta 9 de la encuesta: Conocimiento de precio sobre los productos o empaques biodegradables no comestibles.	20
Gráfico 10 Pregunta 10 de la encuesta Textura del plástico biodegradable.....	21
Gráfico 11 Pregunta 11 de la encuesta: Sabor adquirirían para los vasos comestibles biodegradables.....	22
Gráfico 12 Pregunta 12 de la encuesta: Tamaño que adquirirían los platos comestibles biodegradables.....	23
Gráfico 13 Pregunta 13 de la encuesta: Manera de dar a conocer los beneficios de los productos comestibles y no comestibles biodegradables.	24
Gráfico 14 Pregunta 1 de la encuesta: Tipo de negocio.	25
Gráfico 15 Pregunta 2 de la encuesta: Optarían por vender los productos comestibles y no comestibles en los negocios.....	26
Gráfico 16 Pregunta 3 de la encuesta: Consumo de productos biodegradables comestibles y no comestibles.	27
Gráfico 17 Pregunta 4 de la encuesta: Aspectos que se basarían al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles.	28
Gráfico 18 Pregunta 6 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles optaría por vender.....	29

Gráfico 19 Pregunta 6 de la encuesta: Aspectos que se basaría al de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles.	30
Gráfico 20 Pregunta 7 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos a base de trigo.	31
Gráfico 21 Pregunta 8 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de vasos a base de agar agar.	32
Gráfico 22 Pregunta 9 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cucharas a base de trigo.	33
Gráfico 23 Pregunta 10 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos biodegradables para bocaditos.	34
Gráfico 24 Pregunta 11 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cubetas para huevos biodegradable.	35
Gráfico 25 Pregunta 12 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de forros para hojas.	36
Gráfico 26 Logotipo de la microempresa	40
Gráfico 27 Slogan de la microempresa.	41
Gráfico 28 Parte externa de la Microempresa "BicoPlast"	50
Gráfico 29 Parte lateral de la Microempresa "BicoPlast"	50
Gráfico 30 Departamento Financiero y de ventas de la microempresa "BicoPlast"	51
Gráfico 31 Baños para el personal de la microempresa "BicoPlast"	51
Gráfico 32 Estanterías con los productos de la microempresa "BicoPlast"	52
Gráfico 33 Área de producción productos biodegradables no comestibles.	52
Gráfico 34 Área de producción productos biodegradables comestibles.	53
Gráfico 35 Elaboración de los productos de la microempresa "BicoPlast"	53
Gráfico 36 Sala de reuniones	54
Gráfico 37 Área financiera a lado de la recepción	54
Gráfico 38 Vehículo de distribución de la Microempresa "BicoPlast"	55
Gráfico 39 Plano de la Infraestructura de la Microempresa	55
Gráfico 40 Macro localización de la microempresa	59
Gráfico 41 Micro localización de la microempresa.	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz FODA	6
Tabla 2 Matriz FOFADODA.....	7
Tabla 3 Descripción de los productos.....	10
Tabla 4 Pregunta 1 de la encuesta: Genero de las personas encuestadas.	12
Tabla 5 Pregunta 2 de la encuesta: Edades de las personas encuestadas.	13
Tabla 6 Pregunta 3 de la encuesta: Importancia del cuidado del medio ambiente.....	14
Tabla 7 Pregunta 4 de la encuesta: Adquisición productos biodegradables comestibles y no comestibles.	15
Tabla 8 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles que adquirirían.....	16
Tabla 9 Pregunta 6 de la encuesta: Consideración que tendrían los productos comestibles y no comestibles en la salud y medio ambiente.	17
Tabla 10 Pregunta 7 de la encuesta: Adquisición cubetas de huevos biodegradables.	18
Tabla 11 Pregunta 8 de la encuesta: Adquisición de plastos biodegradables para bocaditos.	19
Tabla 12 Pregunta 9 de la encuesta: Conocimiento de precio sobre los productos o empaques biodegradables no comestibles.	20
Tabla 13 Pregunta 10 de la encuesta: Textura del plástico biodegradable.....	21
Tabla 14 Pregunta 11 de la encuesta: Sabor que adquirirían para los vasos comestibles biodegradables.....	22
Tabla 15 Pregunta 12 de la encuesta: Tamaño que adquirirían los platos comestibles biodegradables.....	23
Tabla 16 Pregunta 13 de la encuesta: Manera de dar a conocer los beneficios de los productos comestibles y no comestibles biodegradables.	24
Tabla 17 Pregunta 1 de la encuesta: Tipo de negocio.	25
Tabla 18 Pregunta 2 de la encuesta: Optarían por vender los productos comestibles y no comestibles en los negocios.....	26
Tabla 19 Pregunta 3 de la encuesta: Consumo de productos biodegradables comestibles y no comestibles.	27
Tabla 20 Pregunta 4 de la encuesta: Aspectos que se basarían al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles.	28

Tabla 21 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles optaría por vender.....	29
Tabla 22 Pregunta 6 de la encuesta: Aspectos que se basaría al de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles.	30
Tabla 23 Pregunta 7 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos a base de trigo.....	31
Tabla 24 Pregunta 8 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de vasos a base de agar agar.	32
Tabla 25 Pregunta 9 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cucharas a base de trigo.....	33
Tabla 26 Pregunta 10 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos biodegradables para bocaditos.....	34
Tabla 27 Pregunta 11 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cubetas para huevos biodegradable.	35
Tabla 28 Pregunta 12 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de forros para hojas biodegradables.	36
Tabla 29 Estrategias de Marketing	37
Tabla 30 Costos de Mercadeo de la microempresa "BicoPlast"	42
Tabla 31 Especificaciones Materia Prima o Insumos de productos biodegradables comestibles.	47
Tabla 32 Especificaciones Materia Prima o Insumos de productos biodegradables no comestibles.	49
Tabla 33 Maquinaria y equipos costos	56
Tabla 34 Funciones y responsabilidades del gerente.....	63
Tabla 35 Funciones y responsabilidades del contador	64
Tabla 36 Funciones y responsabilidades de la secretaria	65
Tabla 37 Funciones y responsabilidades del jefe de talento humano.....	66
Tabla 38 Funciones y responsabilidades del jefe de marketing y ventas	67
Tabla 39 Funciones y responsabilidades del jefe de producción y empaque	68
Tabla 40 Funciones y responsabilidades del operario de producción y empaque.....	69
Tabla 41 Funciones y responsabilidades del ingeniero en alimentos.....	70
Tabla 42 Equipos personal administrativo	72
Tabla 43 Plan de mitigación y compensación de la microempresa "BicoPlast"	76

Tabla 44 Inversión de Activos Fijos.....	77
Tabla 45 Capital de Trabajo	79
Tabla 46 Inversión Total de la microempresa	79
Tabla 47 Tabla de amortización	80
Tabla 48 Depreciación Anual.....	82
Tabla 49 Proyección Ventas	82
Tabla 50 Precio de los productos ofertados.....	82
Tabla 51 Costos Directos.....	83
Tabla 52 Costos de los productos ofertados	83
Tabla 53 Gastos Administrativos	84
Tabla 54 Gastos generales	84
Tabla 55 Estado de situación inicial.....	85
Tabla 56 Balance General Proyectado.....	86
Tabla 57 Flujo de caja	87
Tabla 58 Estado de resultados	88
Tabla 59 Índices Financieros	89
Tabla 60 Tasa de rendimiento promedio	90
Tabla 61 Índices descontados	90
Tabla 62 Ratios-Riesgo-Razones Financieras	91
Tabla 63 Escenario Pesimista del 3%	93
Tabla 64 Escenario esperado del 5%	93
Tabla 65 Escenario Optimista del 10%	93

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cinco Fuerzas de Porter.....	38
Ilustración 2 Flujograma Canales de distribución directa	41
Ilustración 3 Flujograma Canales de distribución indirecta	42
Ilustración 4 Flujograma Canales de comunicación.....	43
Ilustración 5 Diagrama del Flujo de los Platos Biodegradables	44
Ilustración 6 Diagrama del flujo del proceso de los Vasos Comestibles Biodegradables...	45
Ilustración 7 Diagrama del flujo del proceso de las cubetas de huevos y platos para bocaditos a base de plástico biodegradable	46
Ilustración 8 Estructura Organizacional de BicoPlast	62
Ilustración 9 Flujo del Proceso Administrativo.....	71

Plan de negocio para la creación de una micro empresa de productos biodegradables comestibles y no comestibles

RESUMEN

En la actualidad vemos los problemas que han surgido en el medio ambiente por el uso del plástico ya que el tiempo en degradarse pueden tardar hasta mil años, por lo que ha traído graves consecuencias que se ven reflejados en los cambios climáticos, salud.

Es así como nace la microempresa “BicoPlast” tiene como finalidad dar a conocer nuevos productos innovadores acorde a la tendencia de negocios verdes, ofertando dos líneas de productos biodegradable comestibles que son elaborados a base de trigo y agar agar y en los no comestibles que son producidos a base de biopolímeros de las cascaras de las frutas; por lo que ambos productos son 100% naturales.

Enfocándose en producir y distribuir a la segmentación de mercado como distribuidoras, plastiferías, tiendas, etc.; y empleando estrategias de marketing mix para captar y lograr fidelizar a los clientes; en conclusión, la microempresa tendrá una ventaja competitiva por ser única en el mercado milagreño.

PALABRAS CLAVE: productos, biodegradables, marketing mix, innovación, clientes.

Business plan for the creation of a micro enterprise of edible and non-edible biodegradable products

ABSTRACT

At present we see the problems that have arisen in the environment due to the use of plastic since the time in degradation can take up to a thousand years, so it has brought serious consequences that are reflected in climate changes, health.

This is how the “BicoPlast” microenterprise is born, has as its purpose to present new innovative products according to the green business trend, offering two lines of edible biodegradable products that are made from wheat and agar agar and in the inedible products that are produced from biopolymers of fruit peels; So both products are 100% natural.

Focusing on producing and distributing market segmentation as distributors, plastiferías, stores, and using marketing mix strategies to capture and achieve customer loyalty; In conclusion, microenterprise will have a competitive advantage because it is unique in the Milagro City market.

KEY WORDS: products, biodegradable, marketing mix, innovation, customers.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento actualmente tiene una fuerte acogida ya que surge de la necesidad de obtener independencia, estabilidad económica y generar una cultura, siendo así considerada una herramienta para contribuir al crecimiento del país, por lo habitual el emprendimiento se da por las circunstancias económicas a las que se enfrentan muchas familias de manera que al emprender generan sus propios recursos y mejoran su calidad de vida, cubrir una necesidad y una oportunidad en el mercado, las cuales una vez analizadas y plasmadas llegan a hacer grandes negocios.

En el año 1983 es creada la ESPAE por la Escuela Superior Politécnica es la primera escuela de negocios en el Ecuador, la misma institución por un proyecto investigativo Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM) realiza una investigación por medio de encuestas tienen como resultados en el año 2007 alrededor de 3 millones de ciudadanos han optado por emprender algún negocio en el país liderando de esta manera la tasa de emprendimiento. En estos últimos años el gobierno nacional brinda a los habitantes, líneas de crédito y su respaldo impulsando así a la producción ecuatoriana.

El emprendimiento en la población milagreña ha tenido un crecimiento donde sus inicios van desde el nivel bajo teniendo una superación y acogida en el mercado, aunque no todos los comerciantes tengan los conocimientos de cómo implementar su idea de negocio por esta razón la Universidad Estatal de Milagro cuenta con un centro de emprendimiento donde los capacitan.

El uso cotidiano de plásticos en contacto con los alimentos va afectando poco a poco la salud de las personas y también a la contaminación del medio ambiente; dentro de las enfermedades asociadas a los aditivos tóxicos que contiene el plástico son: Infertilidad, quistes uterinos, abortos espontáneos; diabetes; obesidad, entre otros.

Nuestra idea de emprendimiento nace viendo los problemas que se generan por la contaminación ambiental y problemas de salud ofertando productos biodegradables comestibles y no comestibles lo que son realizados con materiales orgánicos mejorando de esta manera la calidad de vida.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. Descripción del negocio

“BicoPlast” será una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos biodegradables comestibles y no comestibles, que contribuye con la responsabilidad ambiental y a mejorar el estilo de vida de las personas.

“BicoPlast” se distingue en su gama de productos que ofrece a diferencia de su competencia ya que están hechas con productos 100% naturales y biodegradables, utilizando conservantes orgánicos para su duración sin que eso afecte a la salud.

La materia prima que se utiliza para realizar los productos biodegradables comestibles es rica en fibras; nutrientes como sodio, potasio, calcio y magnesio aportando al bienestar del consumidor.

En cambio, los materiales utilizados para los productos biodegradables no comestibles son las cascaras de mango o de la fruta con textura de cascara gruesa, glicerina, vinagre blanco, fécula de maíz ninguno de estos productos afecta a la salud, ni al medio ambiente.

El propósito de la microempresa es de ofertar productos biodegradables comestibles como platos y vasos que al utilizarlos se los puede comer y no comestibles como el bioplástico para las cubetas de huevos y platos para bocaditos ambas líneas de productos ayudan a reducir la contaminación ambiental al no desecharlos, sino siendo utilizados como abono.

1.2. Misión

“BicoPlast” ofrece productos orgánicos biodegradables comestibles y no comestibles, brindando un servicio eficiente, comprometidos en la calidad y excelencia en la satisfacción de los consumidores

1.3. Visión

Ser líder en el mercado regional, produciendo y comercializando productos biodegradables de alta calidad comprometidos al cuidado ambiental y salud personal

1.4. Valores corporativos

- Integridad: ser transparentes en cada una de nuestras decisiones y procesos
- Trabajo en equipo: potenciar la contribución del talento humano
- Nutrición, bienestar y salud: mejorar día a día la calidad de vida de nuestros consumidores, ofreciéndoles productos biodegradables saludables y comestibles, de tal manera que fomentamos un estilo de vida sano
- Comunicación asertiva: tener una responsabilidad y mantener una comunicación fiable con nuestros consumidores y proveedores
- Liderazgo y responsabilidad: fomentar una actitud de respeto mutuo y dignidad de nuestro personal tanto interno como externo.
- Sostenibilidad medioambiental: estar comprometidas con las mejores en las prácticas empresariales medioambientales sostenible, de tal forma que utilizamos recursos naturales en todo el proceso del producto.

1.5. Objetivo General

Comercializar productos biodegradables comestibles y no comestibles a base de biopolímeros de las cascaras de frutas y la fibra del salvado de trigo para fomentar un estilo de vida sano con el fin de impulsar el desarrollo ambiental.

1.6. Objetivos Específicos

- Evaluar el entorno actual en el que se maneja la microempresa
- Fijar canales de distribución para poder dar a conocer beneficios y precios de nuestros productos
- Implementar estrategias de marketing para fidelizar clientes
- Disminuir el nivel de contaminación ambiental de plásticos con la probabilidad de mejorar el ecosistema

1.7. FODA

Tabla 1 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Precios accesibles• Utilización de materia prima de calidad• Productos innovadores en el mercado• La microempresa es nueva en el mercado	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar futuros clientes potenciales• Introducir los productos en nuevos nichos de mercado• Futuros cambios política ambiental que beneficien a la protección del medio ambiente• Alianzas estratégicas con proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Escasa infraestructura y maquinarias• Escasa publicidad• Poca duración de vida útil de los productos• Poca experiencia en la producción de productos biodegradables.	<ul style="list-style-type: none">• Inseguridad del país• Crecimiento de productos sustitutos• Incumplimiento de la entrega de los insumos por parte de los proveedores• Cambio de clima

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Ruth, Inés, & Natalia, 2015)

1.8. Matriz FOFA DODA

Tabla 2 Matriz FOFADODA

INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Precios accesibles 2. Utilización de materia prima de calidad 3. Productos innovadores en el mercado 4. La microempresa es nueva en el mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa infraestructura y maquinarias 2. Escasa publicidad 3. Poca duración de vida útil de los productos 4. Poca experiencia en la producción de productos biodegradables.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVAS FO	ESTRATEGIAS REORIENTACIÓN DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar futuros clientes potenciales 2. Introducir los productos en nuevos nichos de mercado 3. Futuros cambios política ambiental que beneficien a la protección del medio ambiente 4. Alianzas estratégicas con proveedores. 	<p>(F1 O1) Incrementar nuestra cartera de clientes por medio de incentivos y precios cómodos en la primera compra.</p> <p>(F1 O4) Implementar convenios para ofertas los productos poder proveer a nivel regional.</p> <p>(F4 O3) Aplicar planes de marketing diferenciado.</p>	<p>(D2 O2) Posesionar los productos por medio de campañas publicitarias</p> <p>(D3 O4) Buscar proveedores que oferten materia prima de calidad.</p> <p>(D2 O1) Implementar estrategias para mejorar la comercialización</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS FA	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inseguridad del país 2. Crecimiento de productos sustitutos 3. Incumplimiento de la entrega de los insumos por parte de los proveedores 4. Cambio de clima 	<p>(F4 A2) Establecer canales de venta, promociones.</p> <p>(F4 A3) Implementar debidas políticas y especificaciones de ambas partes y contar con un listado de proveedores opcionales.</p> <p>(F4 A1) Implementar equipos de seguridad.</p>	<p>(D1 – A2) Obtener préstamos financieros para la compra de las debidas maquinarias.</p> <p>(D3 – A4) Utilizar conservantes adecuados en los productos.</p> <p>(D4 A2) Capacitar al personal para estar a la vanguardia</p>

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Ruth, Inés, & Natalia, 2015)

CAPÍTULO 2

2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. Análisis del mercado

Este análisis sirve para obtener información sobre las necesidades, gustos y preferencias de futuros consumidores, actualmente satisfacer al cliente y cumplir con las expectativas ofertando en el mercado productos de calidad llegando a formar una microempresa afable con el entorno ambiental de tal manera que se brinda confianza al consumidor.

Este plan de negocio se caracteriza por su idea innovadora, diferenciándose de los productos tradicionales existentes en el mercado ecuatoriano evitando el consumo de los aditivos tóxicos y químicos que contiene los productos.

2.2. Mercado de la demanda

Los productos biodegradables comestibles y no comestibles obtendrán una gran demanda por los consumidores que están cuidando su salud y el medio ambiente, además están en las tendencias de negocio verdes; al querer proteger y cuidar nuestros ecosistemas, siendo amigables ambientalmente y evitar seguir afectando al ambiente y a la salud por el uso del plástico.

El mercado de consumo de “BicoPlast” pertenece al sector secundario del mercado de productos de consumo inmediato por su corto tiempo de adquisición y consumo, tendrá una gran acogida ya que la tendencia en estos tiempos es ayudar a mejorar su estilo de vida y al medio ambiente. Para ello la microempresa tiene como objetivo producir y comercializar estos productos, de esta manera contribuir a la responsabilidad social y económica.

2.3. Segmentación de mercado

La microempresa “BicoPlast” estará ubicada de la siguiente manera:

Segmentación Geográfica: Provincia: Guayas

Cantón: San Francisco de Milagro

Segmentación demográfica: Adultos de 25 a 54 años, Familias, Plastiferías, Minoristas, Mayoristas, Pastelerías, Supermercados, Tiendas.

Ingresos: Bajo, Medio, Alto

2.4. Potencial de mercado

“Bicoplast” opta por una oportunidad de tener una buena acogida en el mercado con materia prima orgánica de sus productos y beneficios que lo diferencian en tener una ventaja competitiva frente a la competencia.

Al comienzo de su comercialización se realizará a familiares, amigos, y nuestro mercado futuro es llegar a las distribuidoras, pastelerías y tiendas, hasta lograr reconocimiento de nuestro producto en el cantón Milagro.

2.5. Identificación y caracterización de la Oferta

Tabla 3 Descripción de los productos

PRODUCTO	CARACTERISTICAS	FOTO
Platos comestibles	<ul style="list-style-type: none"> • No contiene Grasas Trans. • Ayudan a la digestión. • Contienen Fibra. • Pueden soportar alimentos fríos o calientes, líquidos o sólidos. 	
Vasos comestibles	<ul style="list-style-type: none"> • Hechos con agar. • 100% libre de plástico. • Su tiempo de duración es de tres días con líquido dentro. 	
Bioplástico de cascaras de frutas (cubeta de huevos y platos para bocaditos)	<ul style="list-style-type: none"> • No produce ningún tipo de residuo tóxico. • Producido a base de Almidón de maíz. • Hecho adicionalmente con residuos de cascaras de cualquier fruta 	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

2.6. Ventaja Competitiva

“BicoPlast” sustenta su ventaja competitiva en una estrategia de diferenciación e innovación logrando crear un enlace emocional con los clientes ya que aportan al bienestar de las personas en su salud y al medio ambiente; alcanzando de esta manera cambiar el estilo de vida de muchos consumidores.

Los productos biodegradables comestibles como vasos y platos aportan en fibras, minerales, fósforo, vitaminas (k, B6, B5, B3, B2, B1), hierro, zinc, potasio y fibras soluble. Los productos biodegradables no comestibles, no son tóxicos, se desintegran con facilidad en el medio ambiente sin causar daño por lo que es amigable con la naturaleza.

2.7. Investigación de Mercado

Para la creación de la microempresa BicoPlast es imprescindible empezar haciendo un análisis de mercado, para observar la demanda de los productos ofertantes; del cual depende el éxito o fracaso del emprendimiento, teniendo que la aceptación de los productos se espera que sea alta.

Los resultados que se espera obtener son de carácter mixto, debido a que nos interesa saber el nivel de aceptación por parte de los consumidores y a la vez poder conocer la predisposición de los mismo con el emprendimiento.

El instrumento que se utilizó en la investigación de mercado fue la encuesta, misma que sirvió para conocer la percepción de los futuros clientes en relación a los productos que la microempresa “BicoPlast” ofrecerá.

La muestra que se consideró en el cantón Milagro para realizar las encuestas fue de 6190 habitantes con edades de 25 a 54 años tomando en consideración los resultados obtenidos en el último censo ejecutado en noviembre del 2010 dando como resultados 378. (Censos, 2010)

También se realizó una encuesta dirigida a los diferentes tipos de negocios del cantón Milagro como: distribuidoras, plastiferías, tiendas de esta manera conocer si optarían por adquirir para la venta en sus negocios dichos productos biodegradables.

Análisis e Interpretación de resultados:

Encuesta realizada a los habitantes con edades de 25 a 54 años sobre los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

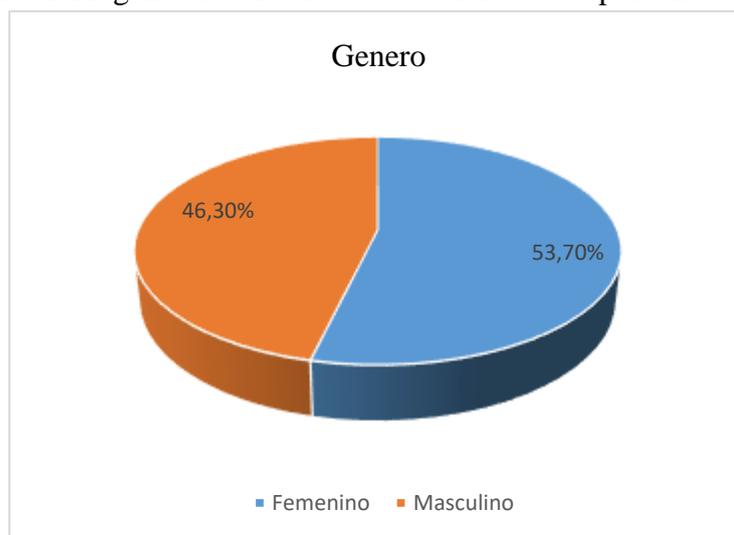
1. Genero:

Tabla 4 Pregunta 1 de la encuesta: Genero de las personas encuestadas.

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Femenino	203	53,70%	53,70%
Masculino	175	46,30%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo & Natali Zambrano

Gráfico 1 Pregunta 1 de la encuesta: Genero de las personas encuestadas.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: En base a los 378 encuestados se procede a cuantificar que el 53,7% de la muestra corresponde al género femenino y el otro 46,30% corresponde al género masculino. Ambos tipos de géneros participaron en la encuesta seleccionando sus opiniones las cuales sirven de gran ayuda para proceder a la creación y desarrollo de la idea de negocio.

2. Edades:

Tabla 5 Pregunta 2 de la encuesta: Edades de las personas encuestadas.

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
25 años a 37 años	192	50,80%	50,80%
38 años a 54 años	186	49,20%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Gráfico 2 Pregunta 2 de la encuesta: Edades de las personas encuestadas.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Las edades estimadas son de 25 a 37 años con un 50,80 % y entre 38 a 54 años con un 49,20%. La microempresa "BicoPlast" los considera que dentro de este rango de edades es más factible y certero considerar que la selección de alternativas es tomada con seriedad y sinceridad en todo el proceso de las encuestas.

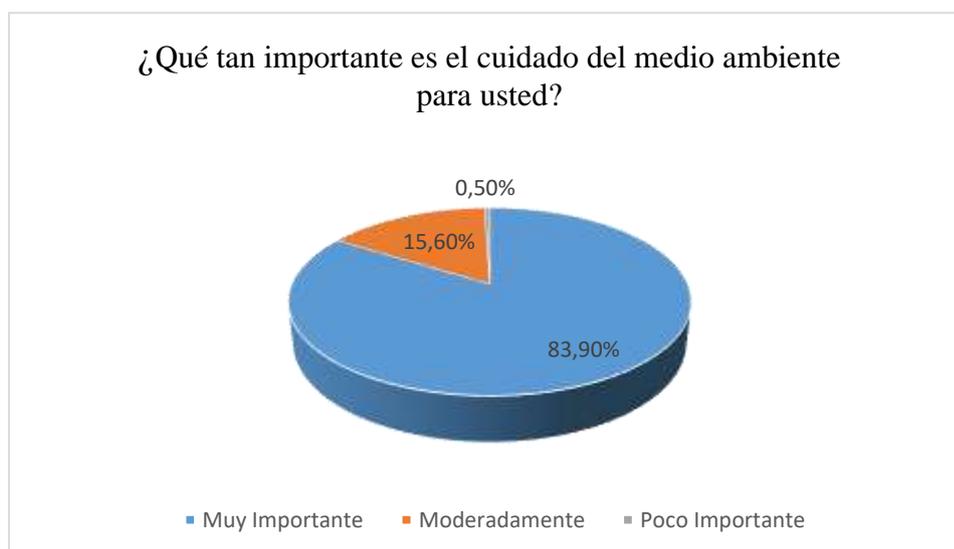
3. ¿Qué tan importante es el cuidado del medio ambiente para usted?

Tabla 6 Pregunta 3 de la encuesta: Importancia del cuidado del medio ambiente

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy Importante	317	83,90%	83,90%
Moderadamente	59	15,60%	99,50%
Poco Importante	2	0,50%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 3 Pregunta 3 de la encuesta: Importancia del cuidado del medio ambiente.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: El medio ambiente conservarlo y preservarlo es de vital importancia, para el 83,90 % en efecto así lo considera puesto que es el medio o espacio físico en el que nos desarrollamos crecemos y vivimos nuestro día a día. En general se puede notar que en poco o alto grado de importancia las personas pretenden cuidar el medio natural.

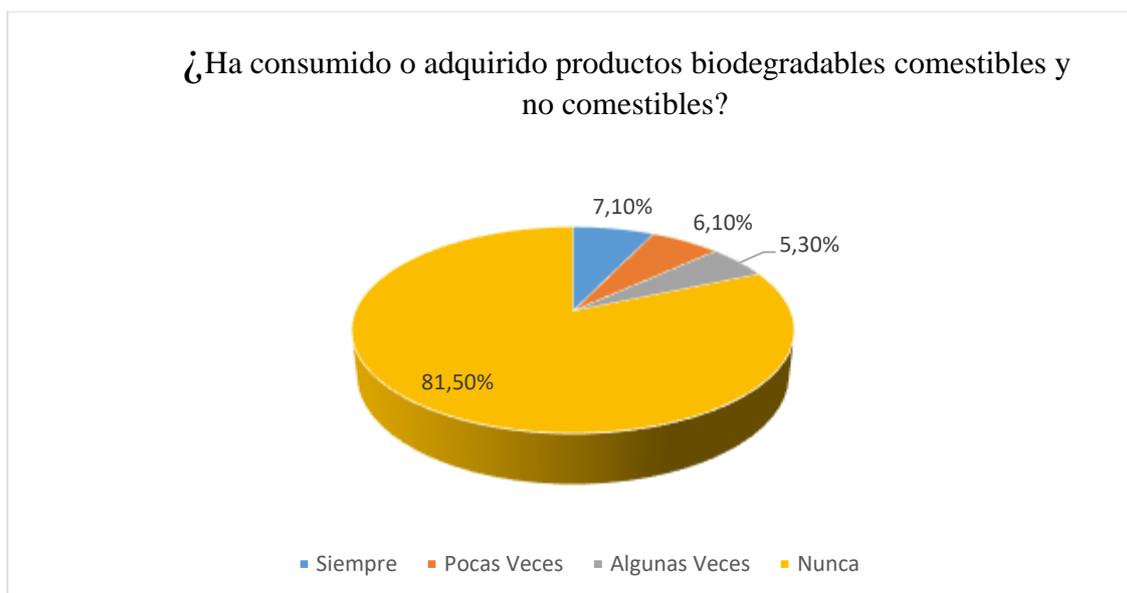
4. ¿Ha consumido o adquirido productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Tabla 7 Pregunta 4 de la encuesta: Adquisición productos biodegradables comestibles y no comestibles.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Siempre	27	7,10%	7,10%
Pocas Veces	23	6,10%	13,20%
Algunas Veces	20	5,30%	18,50%
Nunca	308	81,50%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 4 Pregunta 4 de la encuesta: Adquisición productos biodegradables comestibles y no comestibles .



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Al encuestar a las 378 personas, es gratificante saber que el consumidor con un 7,10% hayan consumido los productos biodegradables que los hace personas que concientizan sus hechos, a pesar de eso el cantón milagro se encuentra un alto riesgo con 81,5% de los encuestados no han consumido productos biodegradables, lo que es preocupante y son factores que deben de privatizar en la vida.

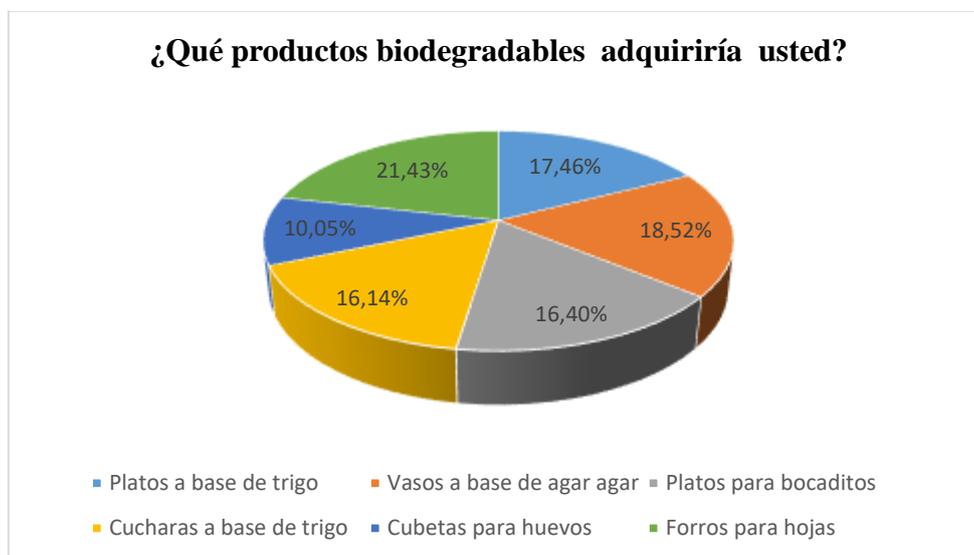
5. ¿Qué productos biodegradables adquiriría usted?

Tabla 8 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles que adquirirían.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Platos a base de trigo	66	17,46%	17,46%
Vasos a base de agar agar	70	18,52%	35,98%
Platos para bocaditos	62	16,40%	52,38%
Cucharas a base de trigo	61	16,14%	68,52%
Cubetas para huevos	38	10,05%	78,57%
Forros para hojas	81	21,43%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 5 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles que adquirirían.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Los productos de mayor elección por parte de los encuestados son los forros para hojas con un 21,43% están dispuestos adquirirlos seguido de los vasos a base de agar agar con un porcentaje de 18,52% viendo grandes beneficios al optar por estos productos biodegradables.

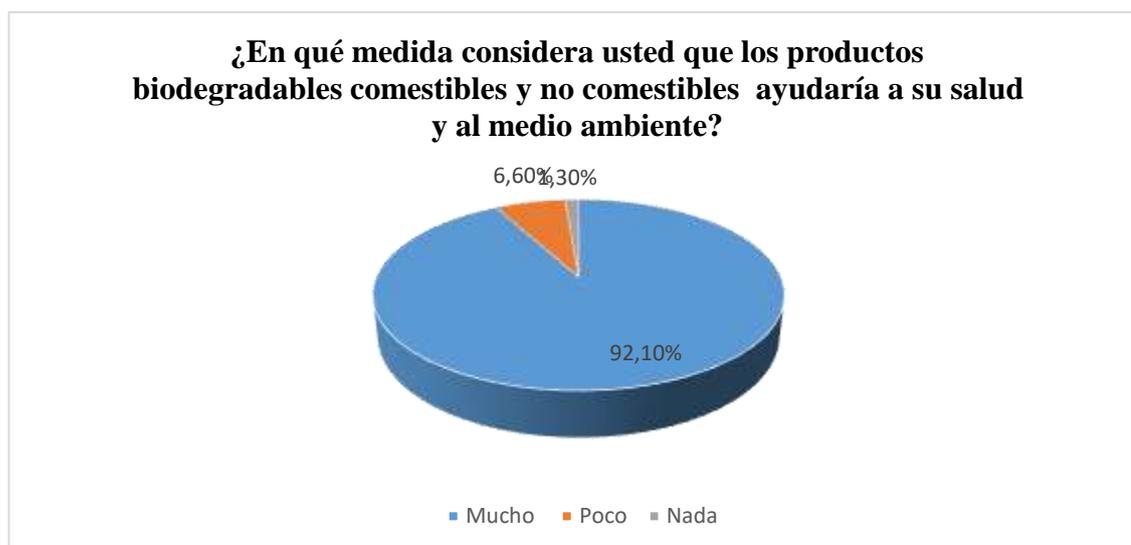
6. ¿En qué medida considera usted que los productos biodegradables comestibles y no comestibles ayudaría a su salud y al medio ambiente?

Tabla 9 Pregunta 6 de la encuesta: Consideración que tendrían los productos comestibles y no comestibles en la salud y medio ambiente.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Mucho	348	92,10%	92,10%
Poco	25	6,60%	98,70%
Nada	5	1,30%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 6 Pregunta 6 de la encuesta: Consideración que tendrían los productos comestibles y no comestibles en la salud y medio ambiente.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Es evidente que la mayor parte de los encuestados (92,10%) consideran que el uso de productos biodegradables ayuda considerablemente no solo a la salud sino al medio ambiente general, la elaboración de productos no tóxicos brinda grandes beneficios para la sociedad, mientras que el 1,30% de los encuestados tuvieron una negativa respuesta.

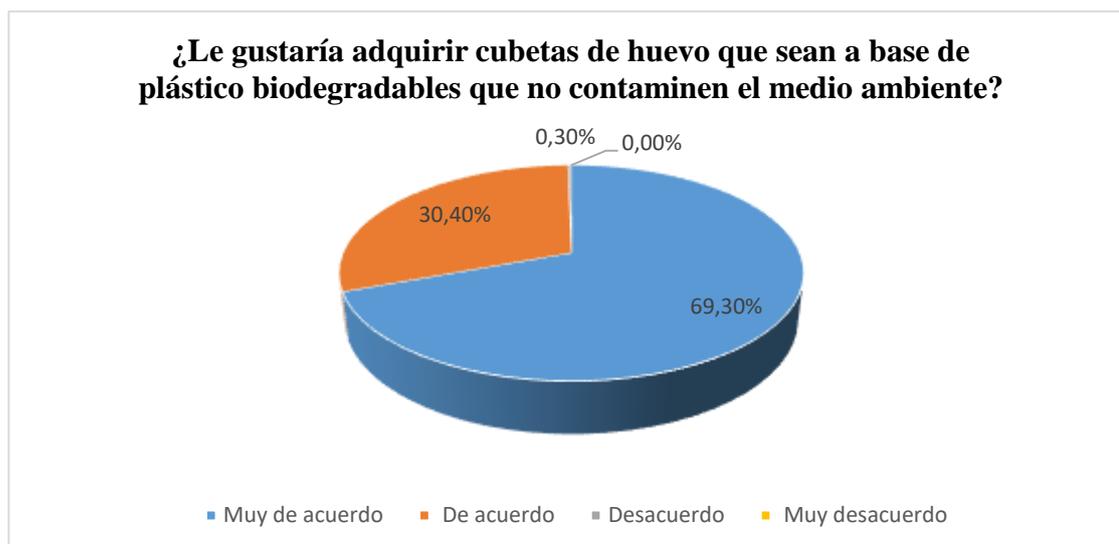
7. ¿Le gustaría adquirir cubetas de huevo que sean a base de plástico biodegradables que no contaminen el medio ambiente?

Tabla 10 Pregunta 7 de la encuesta: Adquisición cubetas de huevos biodegradables.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy de acuerdo	262	69,30%	69,30%
De acuerdo	115	30,40%	99,70%
Desacuerdo	1	0,30%	100,00%
Muy desacuerdo	0	0,00%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 7 Pregunta 7 de la encuesta: Adquisición cubetas de huevos biodegradables.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Al realizar un exhaustivo análisis se podría determinar que relacionando las opciones muy de acuerdo y de acuerdo, ambas representan una alternativa positiva y efectiva, el cual suma un 99,7% de las personas encuestadas están dispuestos a cambiar su hábito de compra y pretenden adquirir las cubetas de huevos que sean hechos a base de materia prima orgánica como lo es a través de la utilización de biopolímeros extraídos de los desechos de las cascaras de las frutas.

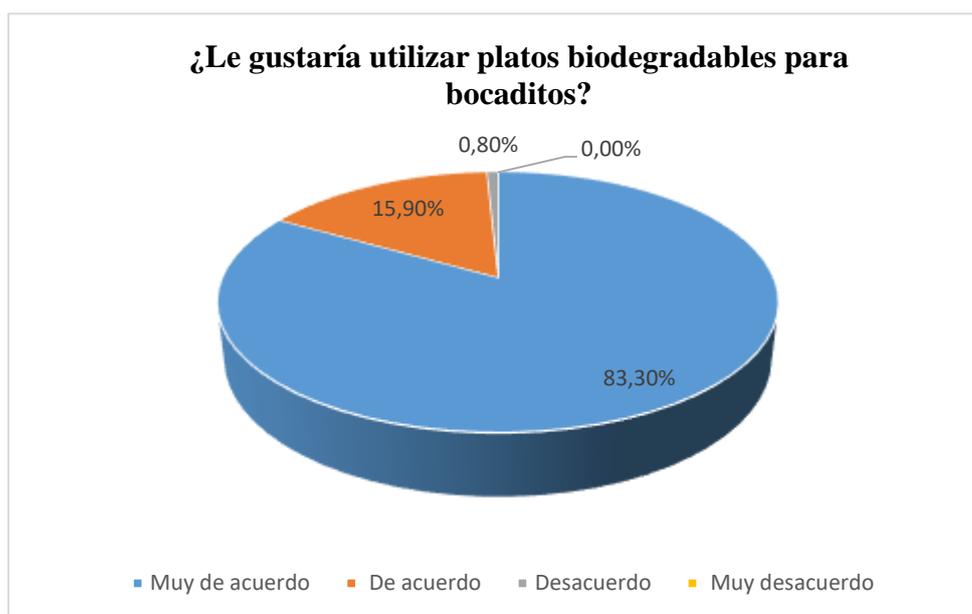
8. ¿Le gustaría utilizar platos biodegradables para bocaditos?

Tabla 11 Pregunta 8 de la encuesta: Adquisición de platos biodegradables para bocaditos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy de acuerdo	315	83,30%	83,30%
De acuerdo	60	15,90%	99,20%
Desacuerdo	3	0,80%	100,00%
Muy desacuerdo	0	0,00%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 8 Pregunta 8 de la encuesta: Adquisición de platos biodegradables para bocaditos.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Las personas que se dedican a comercializar bocaditos y productos a fines, están dispuestos por adquirir los platos biodegradables, puesto que su rotación en ventas es constante, por ende, existe una serie de ventajas para el ecosistema.

9. ¿Cree usted que los productos o empaques biodegradables no comestibles son más caros?

Tabla 12 Pregunta 9 de la encuesta: Conocimiento de precio sobre los productos o empaques biodegradables no comestibles.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy de acuerdo	276	73,00%	73,00%
De acuerdo	93	24,60%	97,60%
Desacuerdo	8	2,10%	99,70%
Muy desacuerdo	1	0,30%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 9 Pregunta 9 de la encuesta: Conocimiento de precio sobre los productos o empaques biodegradables no comestibles.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Las personas generalmente consideran que elaborar o comprar los productos biodegradables resulta caro, esto se debe a la falta de información y curiosidad por parte de la comunidad, puesto que su elaboración es gracias al aprovechamientos de los residuos de las frutas tal es el caso que puede ser mediante su cascara y a su vez de las semillas.

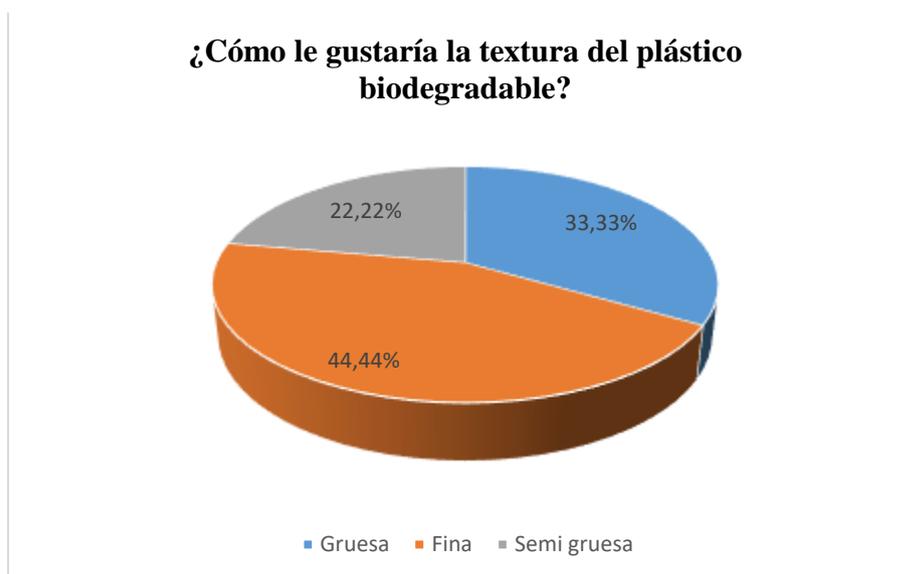
10. ¿Cómo le gustaría la textura del plástico biodegradable?

Tabla 13 Pregunta 10 de la encuesta: Textura del plástico biodegradable.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Gruesa	126	33,33%	33,33%
Fina	168	44,44%	77,77%
Semi gruesa	84	22,22%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 10 Pregunta 10 de la encuesta Textura del plástico biodegradable.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: La característica seleccionada por la mayor parte de la muestra (44,44%) le gustaría que la textura de los productos biodegradables sea fina, es decir que sea delicado, pero a su vez no tan flexible o que se dañe con facilidad, para apreciar de una mejor manera el producto y tenga un mayor nivel de atracción, por otra parte prefieren que sea gruesa (33,33%) porque consideran de mejor calidad y resistencia.

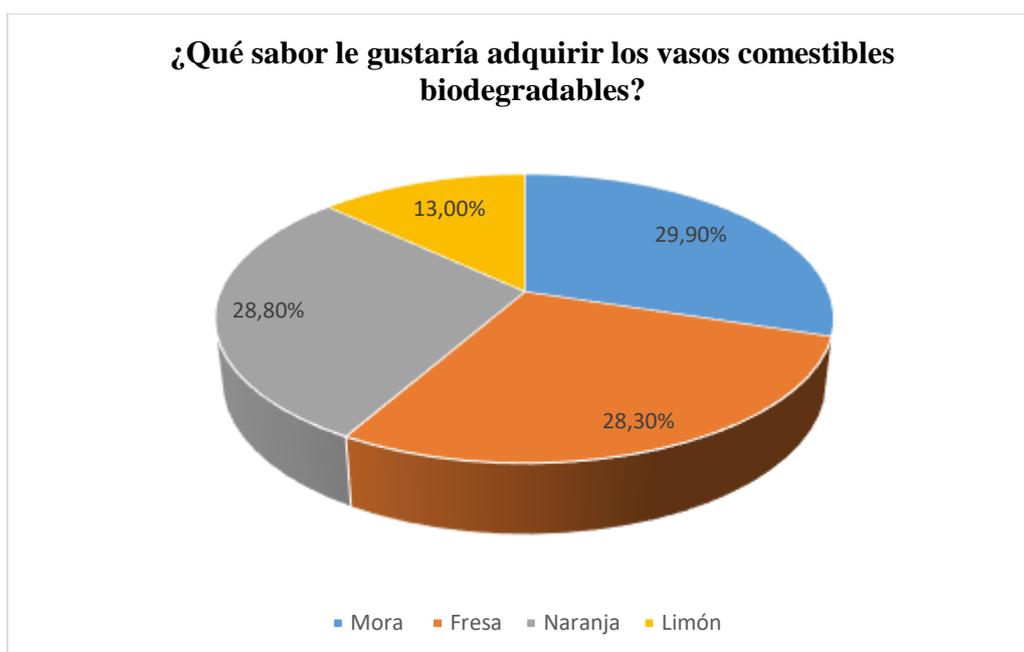
11. ¿Qué sabor le gustaría adquirir los vasos comestibles biodegradables?

Tabla 14 Pregunta 11 de la encuesta: Sabor que adquirirían para los vasos comestibles biodegradables.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Mora	113	29,90%	29,90%
Fresa	107	28,30%	58,20%
Naranja	109	28,80%	87,00%
Limón	49	13,00%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 11 Pregunta 11 de la encuesta: Sabor adquirirían para los vasos comestibles biodegradables.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Para tener una mayor información y conocer que sabor preferirán a la hora de comprar los vasos comestibles biodegradables se incluyeron varias alternativas de las cuales al relacionarlas se ha podido notar que los sabores de mora, fresa y naranja son los sabores de mayor favoritismo por parte de los consumidores.

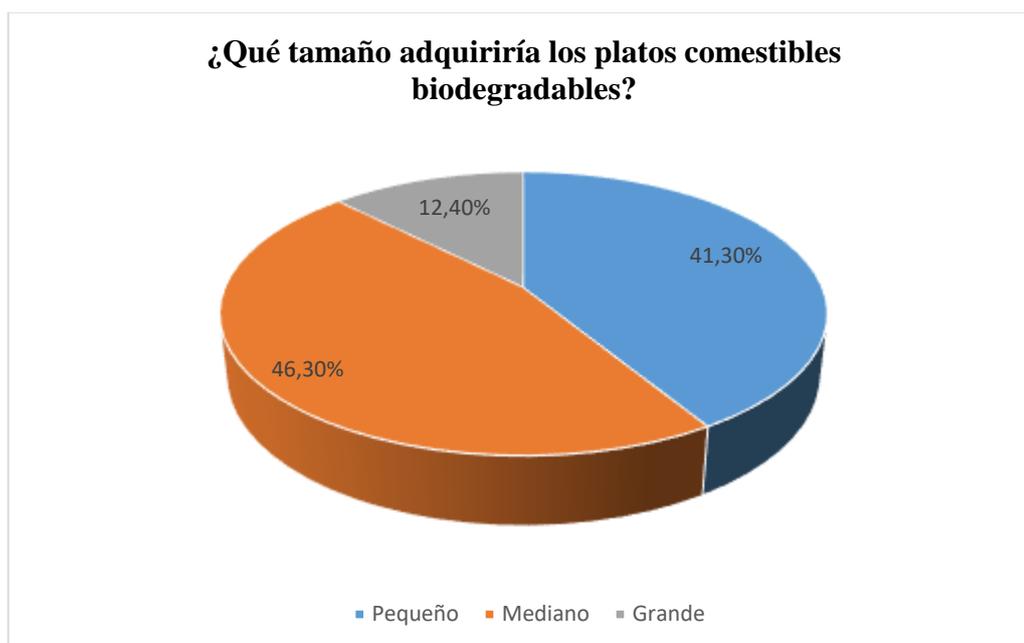
12. ¿Qué tamaño adquiriría los platos comestibles biodegradables?

Tabla 15 Pregunta 12 de la encuesta: Tamaño que adquirirían los platos comestibles biodegradables.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Pequeño	156	41,30%	41,30%
Mediano	175	46,30%	87,60%
Grande	47	12,40%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 12 Pregunta 12 de la encuesta: Tamaño que adquirirían los platos comestibles biodegradables.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: El tamaño de mayor preferencia es el plato mediano con un 46,30% que corresponde a 175 encuestados, normalmente es el tamaño adecuado al momento de adquirirlo, y es el que más podrían utilizar cuando realizan fiestas ya sean infantiles o reuniones familiares.

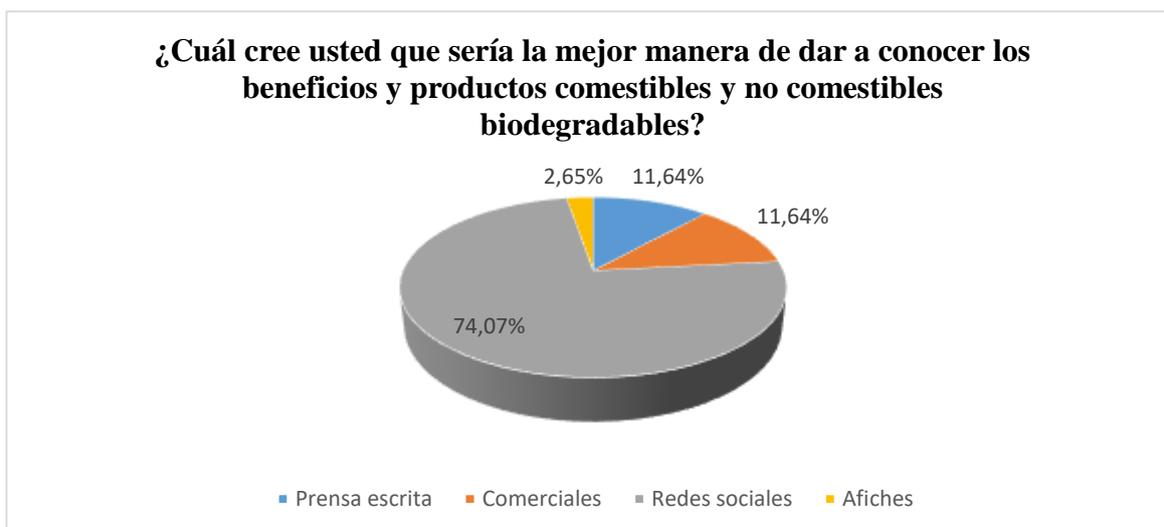
13. ¿Cuál cree usted que sería la mejor manera de dar a conocer los beneficios y productos comestibles y no comestibles biodegradables?

Tabla 16 Pregunta 13 de la encuesta: Manera de dar a conocer los beneficios de los productos comestibles y no comestibles biodegradables.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Prensa escrita	44	11,64%	11,64%
Comerciales	44	11,64%	23,28%
Redes sociales	280	74,07%	97,35%
Afiches	10	2,65%	100,00%
Total	378	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 13 Pregunta 13 de la encuesta: Manera de dar a conocer los beneficios de los productos comestibles y no comestibles biodegradables.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa : según los datos extraídos de las encuestas con un 74,07% que corresponde a 280 personas determinaron que las redes sociales es el mejor medio de comunicación por el que pueden dar a conocer el producto y sus beneficios, no cabe duda como está evolucionando y se está globalizando el País, el uso de las redes sociales es increíble, hoy en día se considera que 7 de 10 personas revisan sus redes sociales diario , es el principal medio por el cual aparte de que se puede hacer publicidad en el de manera sencilla sin ningún costo.

Encuesta realizada a las distribuidoras, plastiferías, tiendas sobre los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

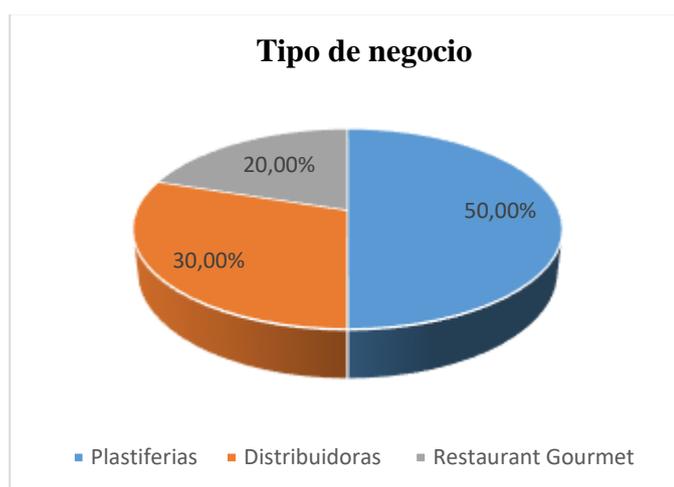
1. Tipo de negocios:

Tabla 17 Pregunta 1 de la encuesta: Tipo de negocio.

TIPO DE NEGOCIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Plastiferías	20	50,00%	50,00%
Distribuidoras	12	30,00%	80,00%
Tiendas	8	20,00%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 14 Pregunta 1 de la encuesta: Tipo de negocio.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Luego de extraer los resultados de las 40 encuestas realizadas a los tres tipos de negocios que se muestra en la gráfica, se ha logrado determinar que el 50% de los encuestados corresponden al principal tipo de negocio como lo son las plastiferías puesto que consideran que son de mayor representación en la mente del consumidor al momento de adquirir los productos plásticos, debido a que se dedican a comercializar netamente este tipo de productos.

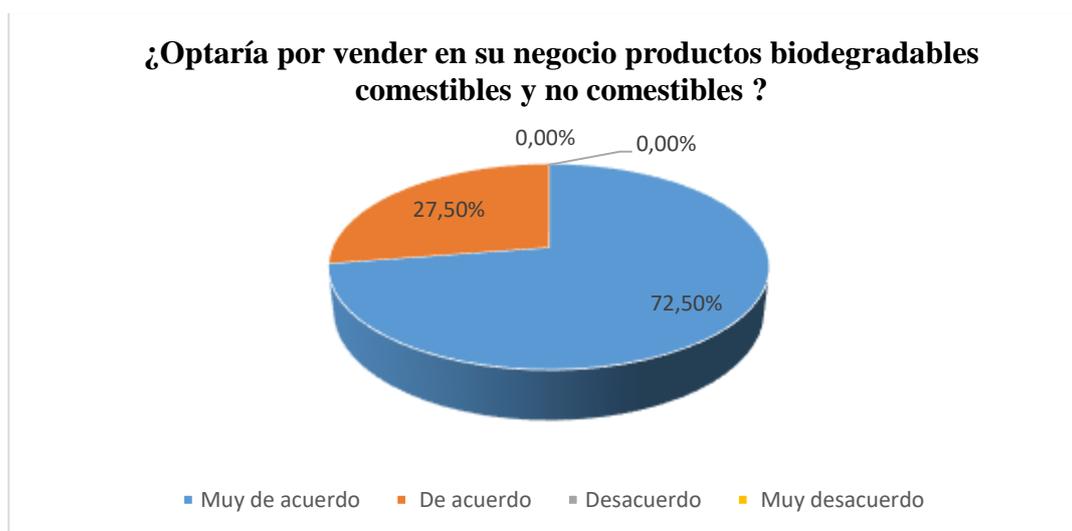
2. ¿Optaría por vender en su negocio productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Tabla 18 Pregunta 2 de la encuesta: Optarían por vender los productos comestibles y no comestibles en los negocios.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Muy de acuerdo	29	72,50%	72,50%
De acuerdo	11	27,50%	100,00%
Desacuerdo	0	0,00%	100,00%
Muy desacuerdo	0	0,00%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 15 Pregunta 2 de la encuesta: Optarían por vender los productos comestibles y no comestibles en los negocios.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa : Se considera importante para determinar la factibilidad del presente emprendimiento a los dueños de los negocios que están en completa disposición a contribuir en el cambio y mejora para el medio ambiente, el 72,5% se encuentra de muy de acuerdo y el restante está de acuerdo en comercializar productos biodegradables comestibles y no comestibles, lo que hace que esta propuesta se encuentre factible en su 100 % puesto que las personas tienen apego positivo a la idea de negocio.

3. ¿Ha consumido o adquirido productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Tabla 19 Pregunta 3 de la encuesta: Consumo de productos biodegradables comestibles y no comestibles.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Siempre	0	0,00%	0,00%
Pocas veces	5	12,50%	12,50%
Algunas veces	0	0,00%	12,50%
Nunca	35	87,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 16 Pregunta 3 de la encuesta: Consumo de productos biodegradables comestibles y no comestibles.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa : Al observar la gráfica con un 87,50% se hace notable el hecho de que el ser humano, hasta la actualidad no haya consumido productos biodegradables sean estos comestibles o no comestibles lo que durante todo este tiempo debido a la falta de conocimiento y conciencia no se hayan preocupado por utilizar productos que no atenten contra el medio ambiente como lo es el excesivo uso y compra de productos plásticos que tardan toda una vida en degradarse, son pocas las personas que han llegado a consumir este tipo de producto inclusive de forma poca repetitiva.

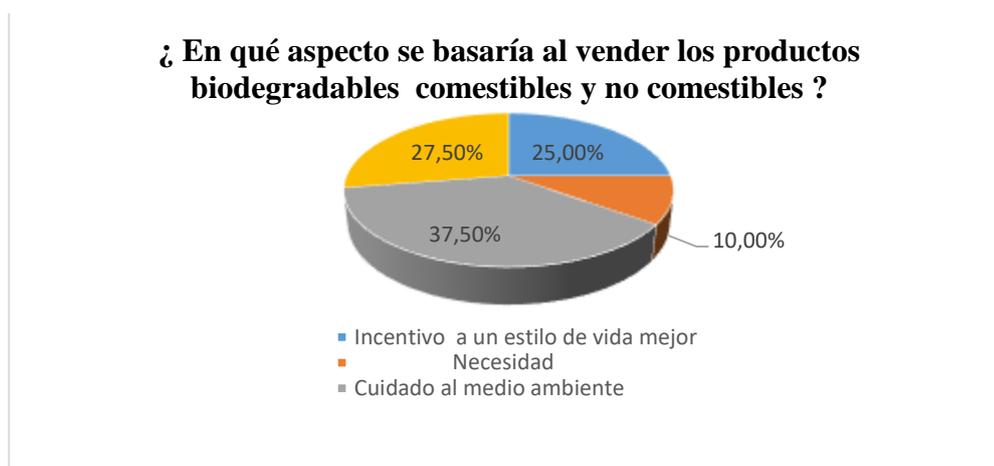
4. ¿En qué aspecto se basaría al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Tabla 20 Pregunta 4 de la encuesta: Aspectos que se basarían al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Incentivo a un estilo de vida mejor	10	25,00%	25,00%
Necesidad	4	10,00%	35,00%
Cuidado al medio ambiente	15	35,50%	72,50%
Producto innovador	11	27,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 17 Pregunta 4 de la encuesta: Aspectos que se basarían al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa : Es importante para la microempresa conocer en que se basaría los clientes y que los motivaría vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles, para lo cual su mayor preocupación y deseo de ayudar en el cuidado del medio ambiente representado con un 37,50% es lo primordial para ellos y que sin duda alguna desean vivir en un ecosistema más limpio y puro, otros les llama la atención proceder a comercializarlos porque es un producto innovador o porque es de gran necesidad hacerlo.

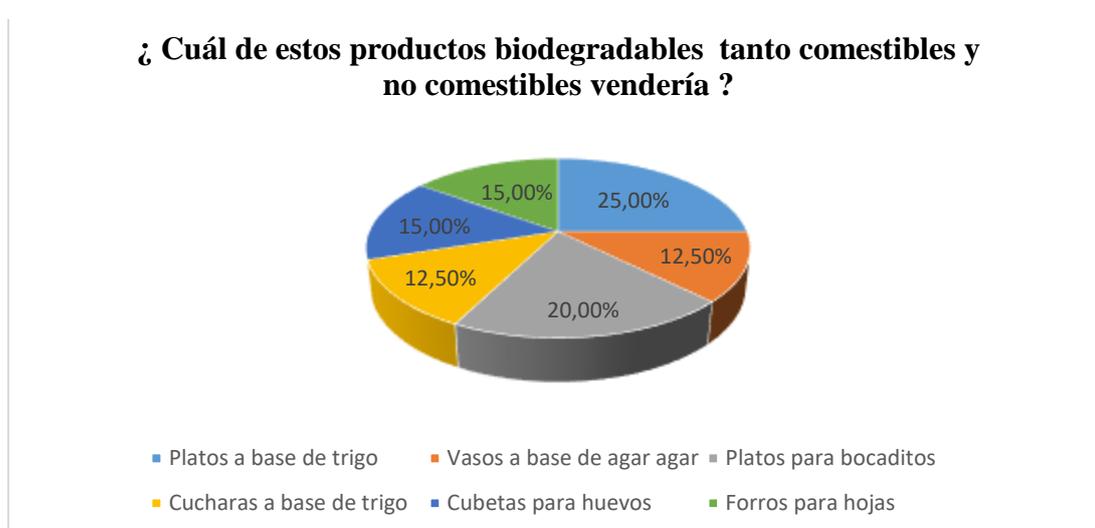
5. ¿Cuál de estos productos biodegradables tanto comestibles y no comestibles vendería?

Tabla 21 Pregunta 5 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles optaría por vender.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Platos a base de trigo	10	25,00%	25,00%
Vasos a base de agar agar	5	12,50%	37,50%
Platos para bocaditos	8	20,00%	57,50%
Cucharas a base de trigo	5	12,50%	70,00%
Cubetas para huevos	6	15,00%	85,00%
Forros para hojas	6	15,00%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 18 Pregunta 6 de la encuesta: Productos biodegradables comestibles y no comestibles optaría por vender.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Se procedió a encuestar cuál de las alternativas de productos sean estos vasos, platos, cucharas, cubetas, forros estarían dispuestos a comercializar en sus negocios; en el cual el producto tanto en el modo comestible como en el no comestible consideran que los platos son los que proveerá mayor circulación y rotación de productos en sus negocios.

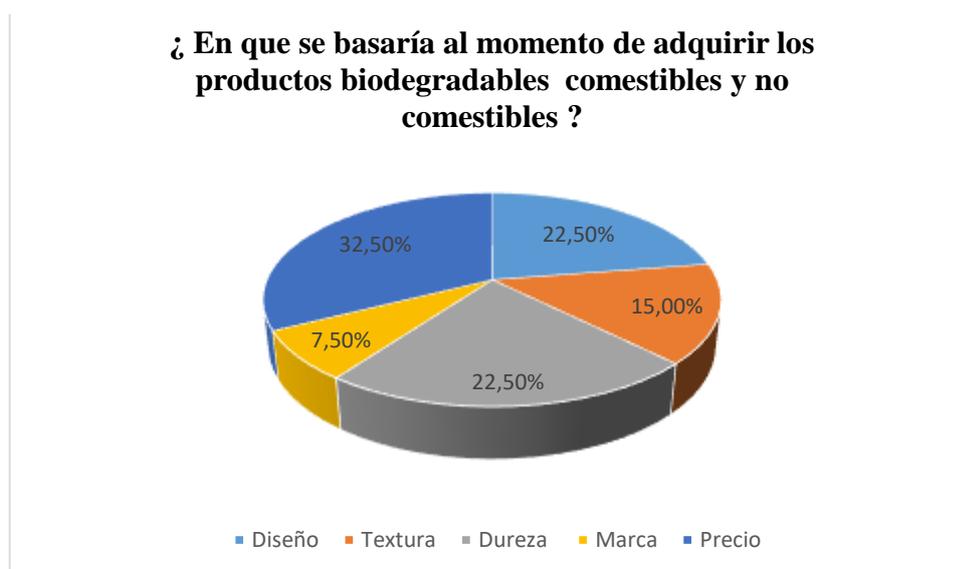
6. ¿En que se basaría al momento de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Tabla 22 Pregunta 6 de la encuesta: Aspectos que se basaría al de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
Diseño	9	22,50%	22,50%
Textura	6	15,00%	37,50%
Dureza	9	22,50%	60,00%
Marca	3	7,50%	67,50%
Precio	13	32,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 19 Pregunta 6 de la encuesta: Aspectos que se basaría al de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa : En la siguiente pregunta que conforma la encuesta el objetivo principal es conocer las características de mayor relevancia para los potenciales clientes y es la opción en la que más se basaría al realizar la compra de los productos biodegradables comestibles y no comestibles, de las que el precio en el que se oferte el producto es lo principal que analizara el cliente, seguido por el diseño y la dureza ambas alternativas se ajustaron a un misma cantidad de respuestas con un 22,50% que concierne a 9 clientes o negocios para cada característica.

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de platos a base de trigo?

Tabla 23 Pregunta 7 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos a base

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
10 a 13 dólares	15	37,50%	37,50%
14 a 17 dólares	12	30,00%	67,50%
18 a 20 dólares	13	32,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

de trigo.

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 20 Pregunta 7 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos a base de trigo.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Después de haber realizado un estudio de mercado en cuanto a los precios de productos similares o iguales características, se propuso tres alternativas de las cuáles el 37,5 % correspondientes a 15 negocios encuestados están dispuestos a pagar por adquirir platos hechos a base de trigo el rango de precio entre 10 a 13 dólares, seguido con un 32,5% pagarían entre 18 y 20 dólares, esperando recibir un producto de calidad.

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de vasos a base de agar agar?

Tabla 24 Pregunta 8 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de vasos a base de agar agar.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
10 a 13 dólares	17	42,50%	42,50%
14 a 17 dólares	11	27,50%	70,00%
18 a 20 dólares	12	30,00%	100,00%
Total	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 21 Pregunta 8 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de vasos a base de agar agar.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: En base al producto ofertado por la empresa se considera que la docena de vasos hechos a base de agar agar deberían costar entre 10 y 13 dólares puesto que es el precio que están dispuestos a pagar los negocios.

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de cucharas a base de trigo?

Tabla 25 Pregunta 9 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cucharas a base de trigo.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
5 a 10 dólares	23	57,50%	57,50%
14 a 17 dólares	9	22,50%	80,00%
18 a 20 dólares	8	20,00%	100,00%
TOTAL	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 22 Pregunta 9 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cucharas a base de trigo.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Pagar por una docena de cucharas un valor de 5 a 10 dólares, es el precio que están dispuestos a pagar los negocios, si se trata de productos biodegradables hechos a base de trigo que son productos ecológicos representativos, generalmente se considera que las grandes empresas son las que adquieren este tipo de productos sobre todo aquellas que mantienen un alto nivel de responsabilidad ambiental.

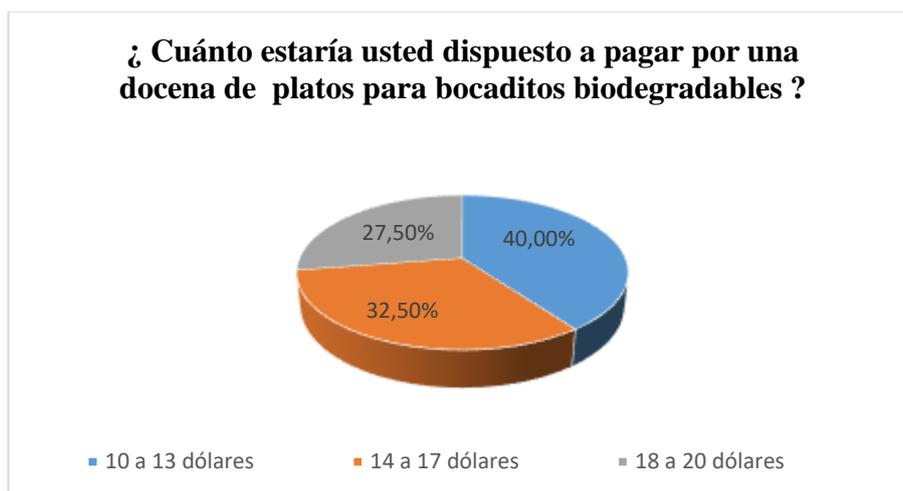
10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de platos para bocaditos biodegradables?

Tabla 26 Pregunta 10 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos biodegradables para bocaditos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
10 a 13 dólares	16	40,00%	40,00%
14 a 17 dólares	13	32,50%	72,50%
18 a 20 dólares	11	27,50%	100,00%
TOTAL	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 23 Pregunta 10 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de platos biodegradables para bocaditos.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: El precio promedio que se puede estimar para comercializar los productos plásticos biodegradables como lo son los platos para bocaditos consideran con un 40% pagar por el producto el valor de 10 a 13 dólares. Es esencial utilizar este tipo de productos sobre todo si se lo utiliza para poner insumos de comida y deleitarlos.

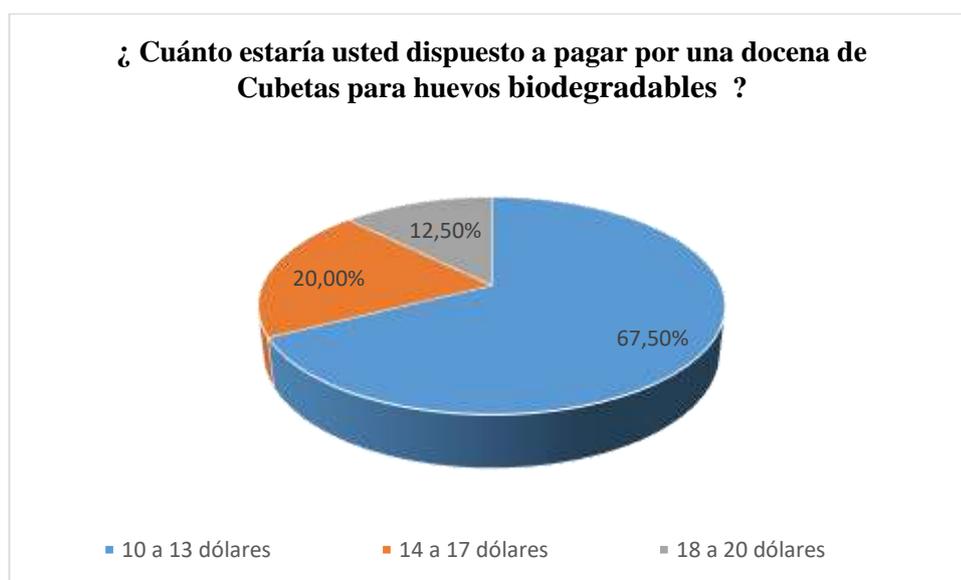
11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de cubetas para huevos biodegradables?

Tabla 27 Pregunta 11 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cubetas para huevos biodegradable.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
10 a 13 dólares	27	67,50%	67,50%
14 a 17 dólares	8	20,00%	87,50%
18 a 20 dólares	5	12,50%	100,00%
TOTAL	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 24 Pregunta 11 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de cubetas para huevos biodegradable.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Por una docena de cubetas para huevos el 67,50 % se establece que puede pagar un rango de \$10,00 a \$13,00. El hecho está en la concientización por parte de las empresas pequeñas, medianas o grandes que determinen su responsabilidad social, ambiental y empresarial al momento de comercializar sus productos private que usar los productos biodegradables contribuyen al cuidado y compromiso con el medio ambiente.

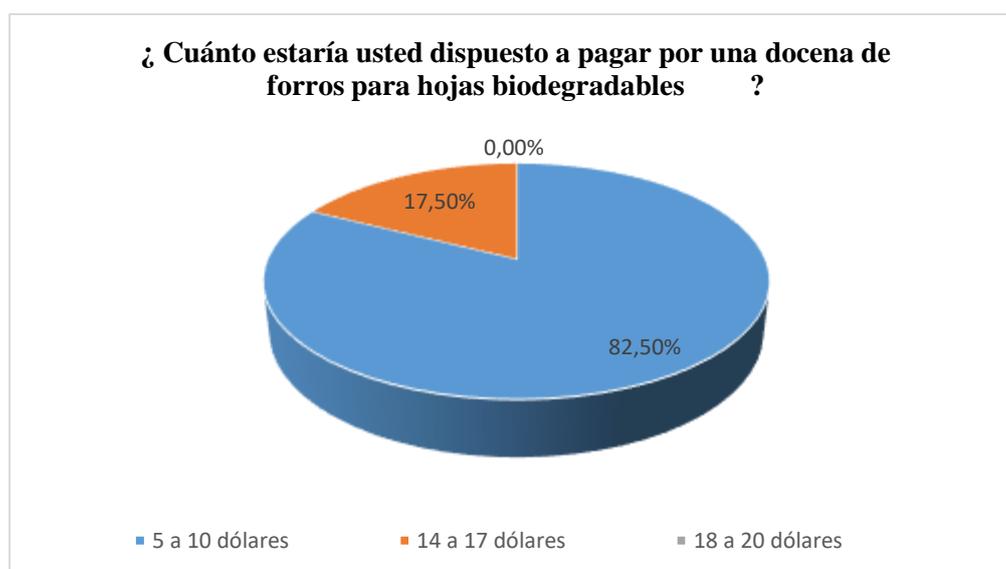
12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de forros para hojas biodegradables?

Tabla 28 Pregunta 12 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de forros para hojas biodegradables.

	FRECUENCIA	PORCENTAJES	PORCENTAJE ACUMULADO
5 a 10 dólares	33	82,50%	82,50%
14 a 17 dólares	7	17,50%	100,00%
18 a 20 dólares	0	0,00%	
TOTAL	40	100,00%	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Gráfico 25 Pregunta 12 de la encuesta: Opciones de precios para la docena de forros para hojas.



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

Lectura Interpretativa: Para los negocios, normalmente se preocupan por escoger entre su cartera de proveedores el que mayor beneficio y oportunidades que este les oferte, en cuanto al valor a pagar de entre las alternativas el 82,50 % estaría dispuesto a pagar por una docena de forros para hojas la alternativa de entre \$5,00 a 10,00 respuesta viable, factible.

2.8. Estrategias de Marketing

El presente plan de marketing que tiene previsto implementar la Microempresa “BicoPlast” se lo muestra a continuación en el documento. Con la finalidad de lograr aplicar estrategias que permita la mejora continua del negocio.

Objetivo: Elaborar un plan de marketing con la finalidad de tener crecimiento en el mercado milagreño.

Misión: Aplicar estrategias para comercializar los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

Tabla 29 Estrategias de Marketing

<p>Promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incentivar al personal encargado de las ventas • Ofrecer descuentos a clientes recomendados 	<p>Plaza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalar el negocio en lugares estrategicos • Efectuar estudio de mercado 	<p>Precio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer precios accesibles no superiores a los de la competencia • Varias opciones de pago. 	<p>Producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de la materia prima • Utilización de productos organicos
<p>Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el producto por medio de las redes sociales • Hacer anuncios en periódico y radio. 	<p>Presentación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos contarán con descripción, características, marca. • Personalización de los productos 	<p>Personas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación continua al personal • Implantar un método de evaluación 360 al personal 	<p>Productividad y Calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correcta asignación de tareas y procesos. • Cuidado, control y mantenimiento en las maquinarias y equipos

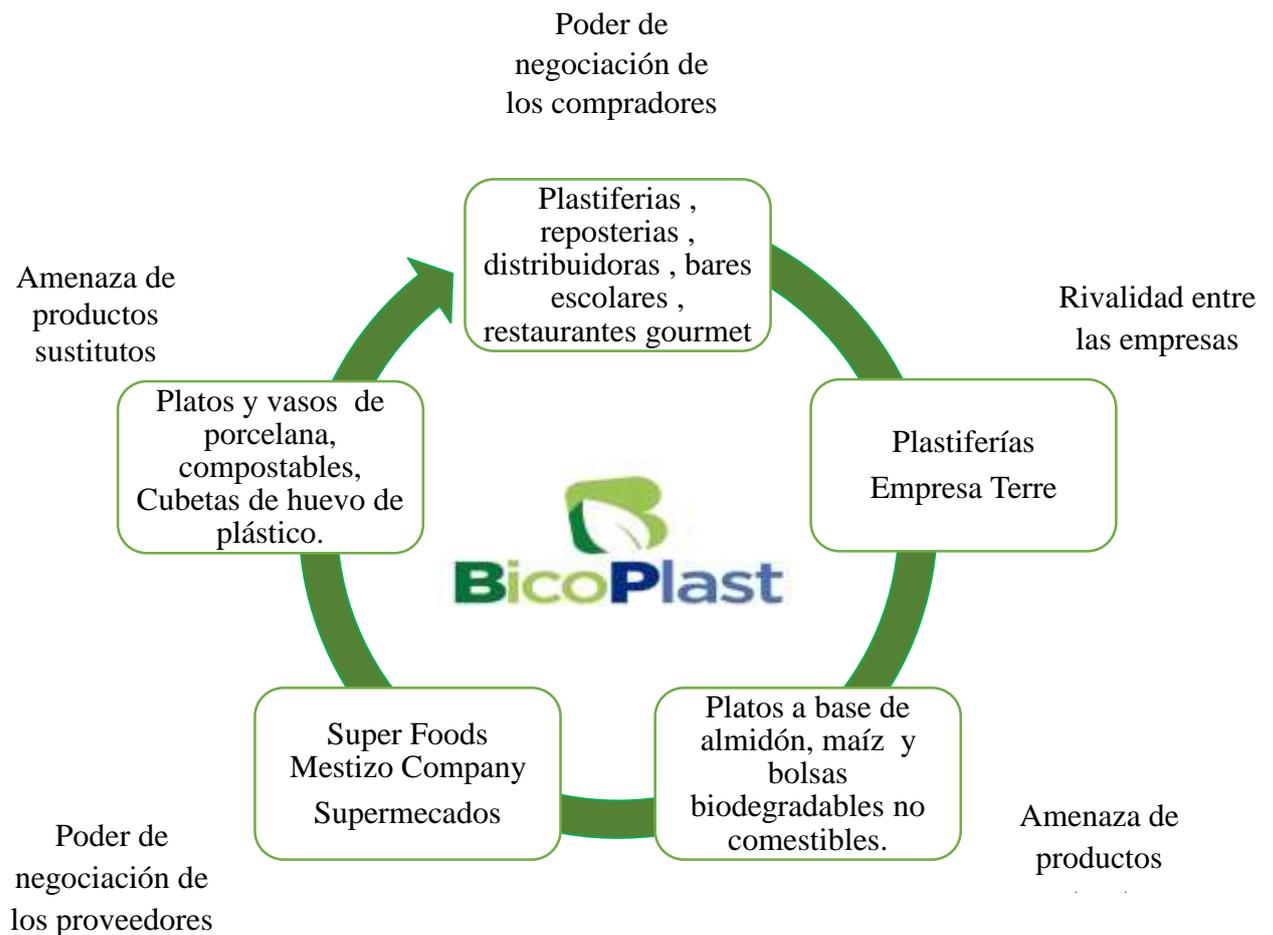
Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Moreno, 2014)

2.9. Estructura competitiva análisis de las fuerzas de Porter

Este análisis de competitividad ayuda a hacer un estudio externo que sirva para plantear estrategias donde se aproveche las oportunidades; al hacer una apreciación más acertada de la posición de cualquier empresa frente a su respectivo mercado. (Porter, 2008).

Ilustración 1 Cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Porter, 2008)

- **Poder de negociación de los compradores:** Ofrecer productos biodegradables innovadores con precios cómodos para incentivar a la compra del producto.
- **Rivalidad entre las empresas:** La principal competencia para la microempresa son las Plastiferías y la empresa Terre ubicada en la ciudad de Cuenca, la diferencia en el cantón Milagro no se adquiere productos biodegradables.
- **Amenaza de productos entrantes:** En el mercado ecuatoriano el principal producto de amenaza entrante que es ofertado solo en las ciudades de Cuenca y Azogues son los platos a base de almidón, maíz y bolsas biodegradables no comestibles.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores de la microempresa BicoPlast son Super Foods, Mestizo Company se localizan en la ciudad de Quito y Supermercados, nos facilitan con la materia prima poder cumplir con la producción.
- **Amenaza de los productos sustitutos:** Los productos sustitutos para la microempresa BicoPlast son los platos y vasos de porcelana, compostables, cubetas de huevo de plástico.

2.10. Logo

Gráfico 26 Logotipo de la microempresa



“BicoPlast” es una microempresa que promueve a un medio ecológico sano y saludable brindando a la ciudadanía productos biodegradables comestibles como vasos, platos y en la línea de los productos no comestibles platos biodegradables para bocaditos, forros y cubetas de huevo a base de plástico biodegradable de esta manera impulsando a la reflexión por el medio ambiente. Los colores representativos que permite distinguirse ante la sociedad son:

El verde oscuro: es el color corporativo que más denota en el logo de la microempresa, “BicoPlast, significa generar y adoptar concientización a la mejora y aporte ecológico ante el medio ambiente y todo lo que nos rodea.

El color verde claro: significa el realce de la naturaleza y por ende la privatización de la salud, y la utilización de productos naturales para la elaboración de nuestros productos biodegradables.

El color azul: Enmarca la lealtad, seguridad y confianza que establece la organización con el consumidor, en busca del éxito.

El color marrón: Representa la tierra, un mundo natural en el que pretende vivir a través de la concientización ecológica.

2.11. Slogan

Gráfico 27 Slogan de la microempresa



La microempresa “BicoPlast” busca contribuir al cuidado del medio ambiente y de la salud de tal manera que haya armonía entre el hombre y el ecosistema

2.12. Flujograma de canales de distribución

Canales de distribución directa

Ilustración 2 Flujograma Canales de distribución directa

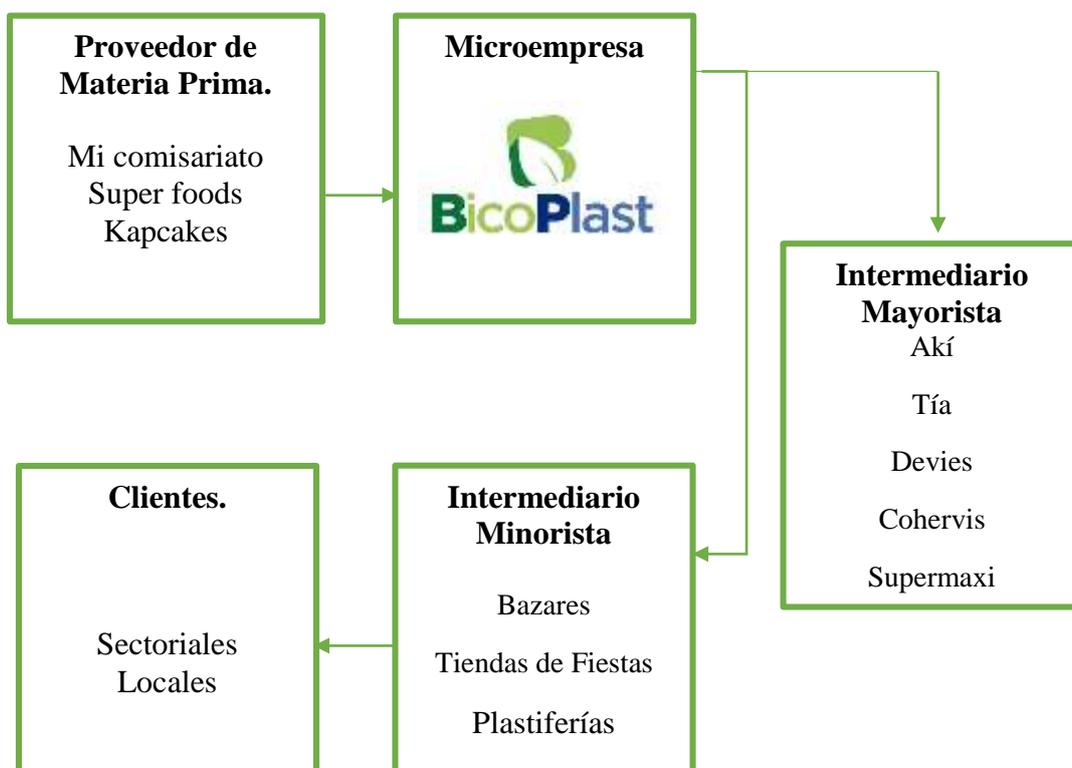


Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Velázquez, 2012)

Canales de distribución indirecta

Ilustración 3 Flujograma Canales de distribución indirecta



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Velázquez, 2012)

2.13. Costos de mercadeo

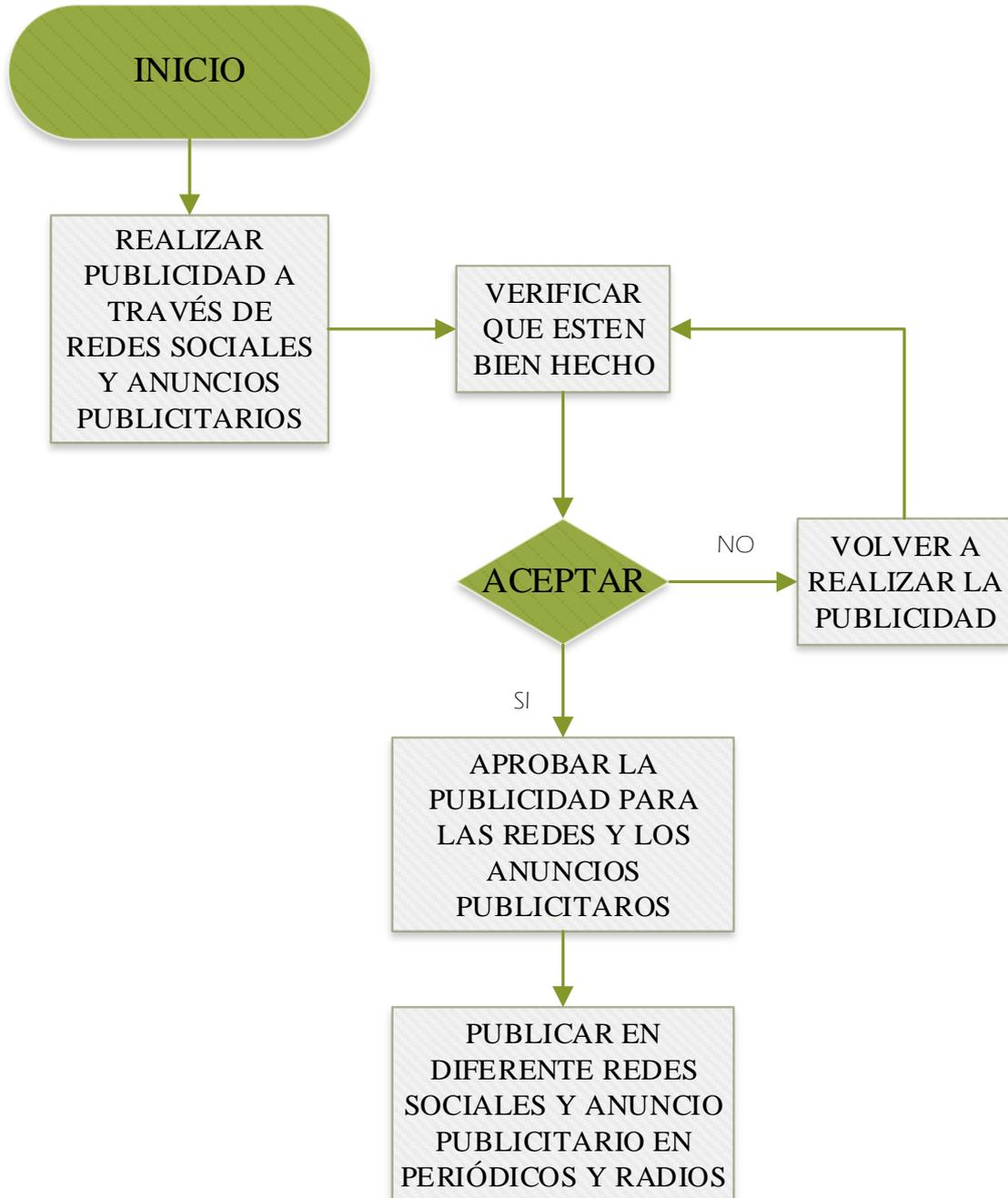
Tabla 30 Costos de Mercadeo de la microempresa "BicoPlast"

Detalles	Costo
Cuña comercial (televisión, radio y periódico)	\$ 150,00
Logo	\$ 35,00
Maqueta	\$ 50,00
Red social institucional	\$ 100,00
Trípticos	\$ 20,00
Total	\$ 355,00

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano.

2.14. Flujograma de canales de comunicación

Ilustración 4 Flujograma Canales de comunicación



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

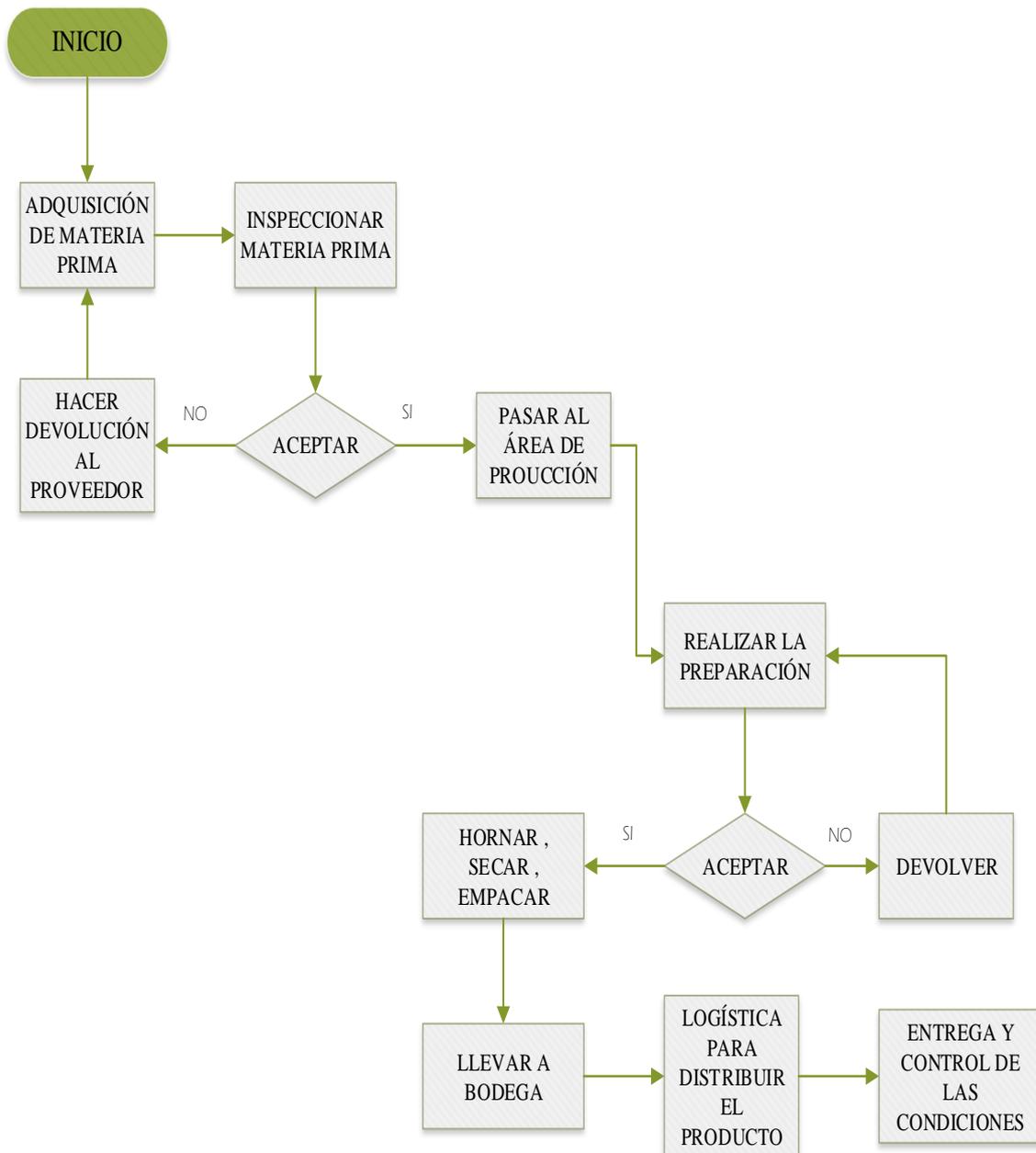
Fuente: (Herrera & Blanco, 2017)

CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

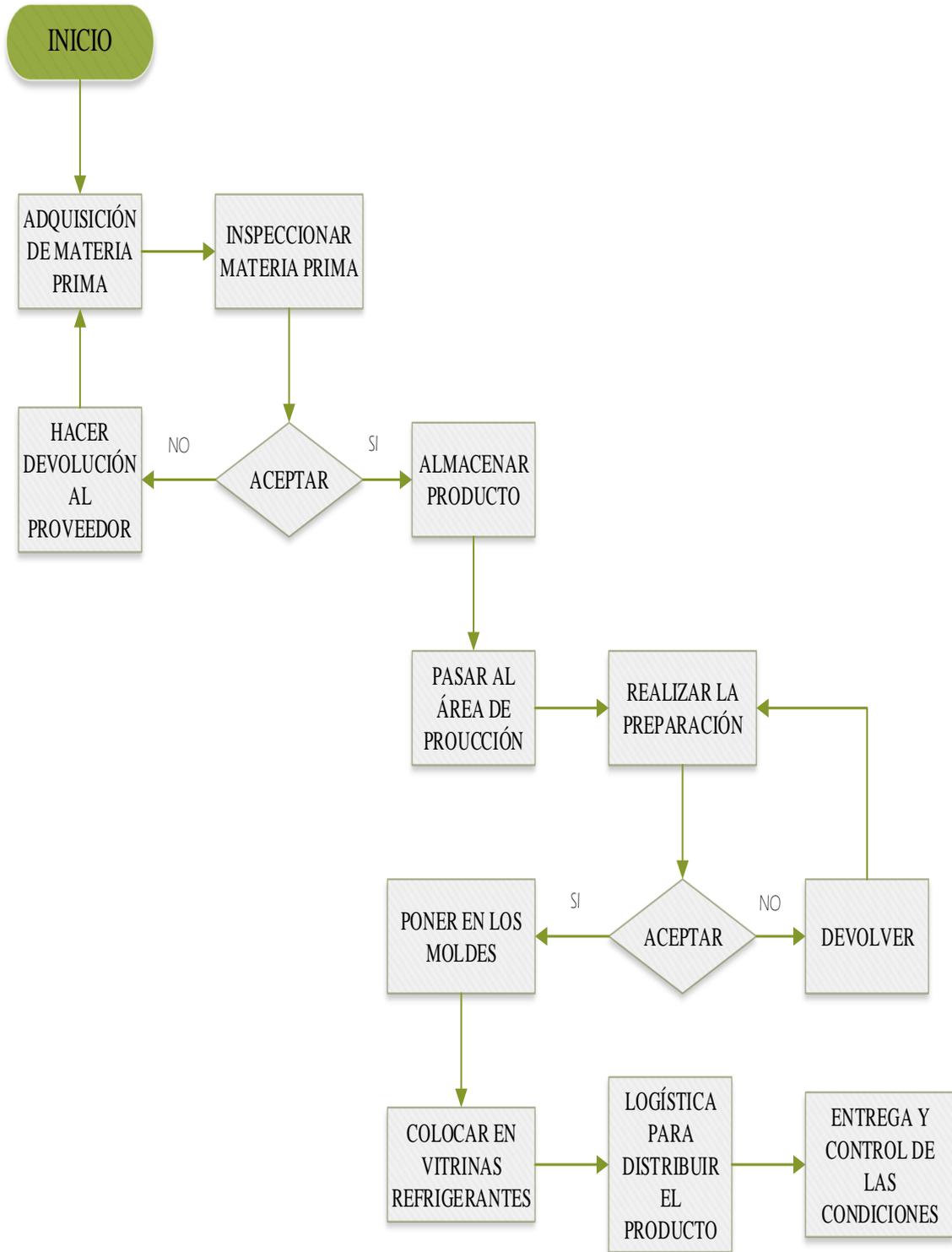
Ilustración 5 Diagrama del Flujo de los Platos Biodegradables



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (González, 2014)

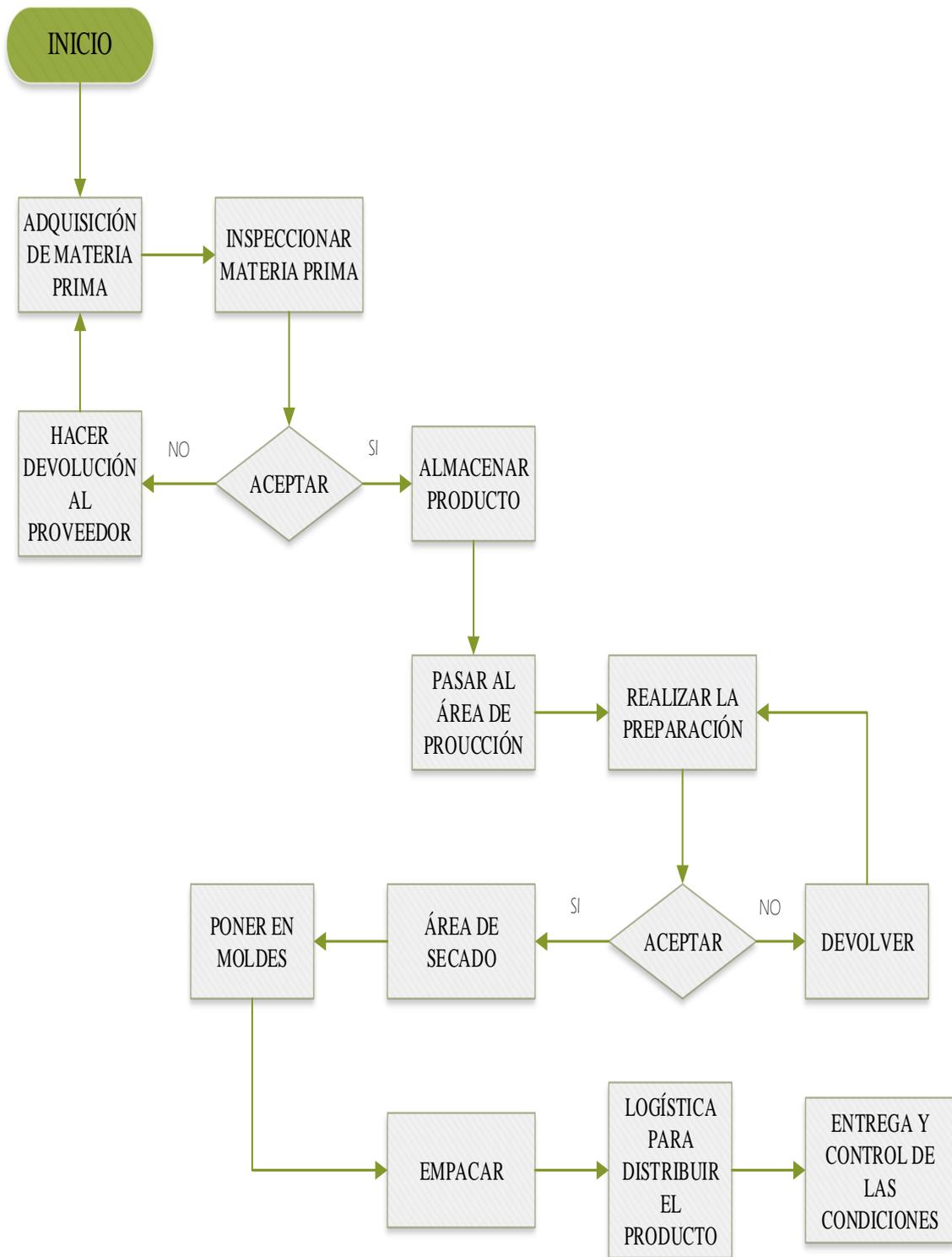
Ilustración 6 Diagrama del flujo del proceso de los Vasos Comestibles Biodegradables



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (González, 2014)

Ilustración 7 Diagrama del flujo del proceso de las cubetas de huevos y platos para bocaditos a base de plástico biodegradable



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano
Fuente: (González, 2014)

3.2. Especificaciones de la materia prima a utilizarse

Tabla 31 Especificaciones Materia Prima o Insumos de productos biodegradables comestibles.

Mensual (500 unidades por docena del producto)

Insumos de Productos Biodegradables Comestibles				
	Insumos	Características	Cantidad	Valor
Platos Biodegradables	Salvado de trigo	Marca Schullo Fibra Dietética, Vitamina B6 Minerales como: fosforo, magnesio, potasio, zinc, calcio y hierro No contiene grasas trans.	3 quintales	\$ 45,00
	Antimoho	Conservante natural para panadería y pastelería	1 kilogramo	\$ 15,00
	Harina Integral	Contiene proteínas, vitaminas B3, K, B9 y B7, potasio. Sin gluten.	2 quintales	\$ 90,00
	Glucosa de Maíz	Contiene aproximadamente 42% de fructosa, es altamente fermentable, bajo en viscosidad.	1/2 caneca	\$ 22,50
	Papel Encerado	Marca: Reynolds Facilita la limpieza Protege superficies Conserva la humedad de los alimentos. Para recubrir moldes para evitar que se pegue	5 cajas de 23m x 30cm	\$ 10,00
	Azúcar orgánica	Marca Superfoods Peso para envío 453 g Característica No GMO	1 quintal	\$ 58,00
SUBTOTAL				\$ 240,50

Vasos Comestibles	Gelatina sin sabor	Marca: fleischmann es gelificante, su rica composición glicina y prolina, permiten mejorar las estructuras de varios tejidos del organismo, siendo recomendados en personas con artrosis y osteoporosis.	1 (5 kilogramos)	\$ 15,00
	Glucosa de Maíz	Contiene aproximadamente 42% de fructosa, es altamente fermentable, bajo en viscosidad.	1/2 caneca	\$ 22,50
	Agar-Agar	Marca: Superfoods Alga se vuelve gelatinosa. No es de origen animal sino de origen marino. Hidrocoloides	1 kilogramo	\$ 80,00
	Esencias/ colorantes para alimentos	Marca: Proconsumo C.A Contiene glicol de propileno, agua desmineralizada, tartrazina	1 cajas	10,00
	Aceite Vegetal Comestible de maíz y soya	Marca: Danec Cero colesterol Cero grasas Trans Aceite de soya refinado Aceite de maíz refinado Antioxidantes	1 bidón	46,00
SUBTOTAL				173.50
TOTAL				414.00

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Tabla 32 Especificaciones Materia Prima o Insumos de productos biodegradables no comestibles.

Mensual (500 unidades por docena del producto)

Insumos de Productos Biodegradables No Comestibles				
	Insumos	Características	Cantidad	Valor
Plástico Biodegradable con cascara de frutas (cubeta de huevos y plato para bocaditos)	Vinagre	Contiene agua tratada, ácido acético, sal granulada y especias. contiene vitamina A conservantes de alimentos	4 galones	\$ 24,00
	Almidón de maíz	Es de color blanco y con textura fina, y su olor y sabor son neutros. Fuente de glucosa prolongada y lenta.	2 sacos	\$ 66,00
	Cascara de mango (opcional otras cascara de otras frutas)	En la cascara encontramos nutrientes como: flavonoides, antioxidantes y vitamina C, vitamina B2, vitamina B6, calcio, magnesio y potasio. Entre otros dependiendo de la fruta	2 sacos	\$ 88,00
	Glicerina	Es un líquido incoloro, inodoro, de baja toxicidad ambiental, soluble en agua y otros disolventes polares, insoluble en hidrocarburos, no se considera un líquido volátil. Es una sustancia con un pH neutro	3 galones	\$75,00
TOTAL				253,00

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

3.3. Instalaciones

Gráfico 28 Parte externa de la Microempresa "BicoPlast"



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 29 Parte lateral de la Microempresa "BicoPlast"



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 30 Departamento Financiero y de ventas de la microempresa “BicoPlast”



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 31 Baños para el personal de la microempresa “BicoPlast”



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 32 Estanterías con los productos de la microempresa "BicoPlast"



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 33 Área de producción productos biodegradables no comestibles



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 34 Área de producción productos biodegradables comestibles



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 35 Elaboración de los productos de la microempresa "BicoPlast"



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

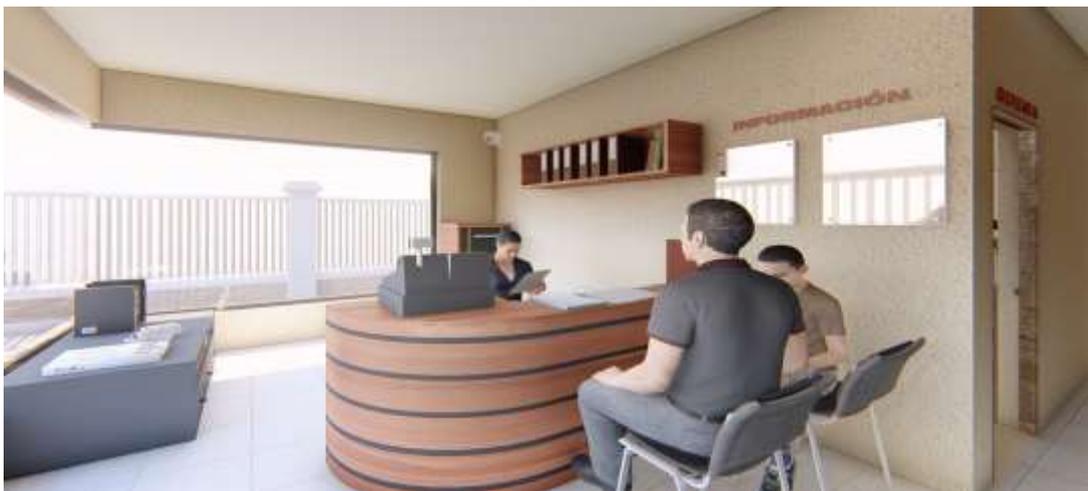
Gráfico 36 Sala de reuniones



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 37 Área financiera a lado de la recepción



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

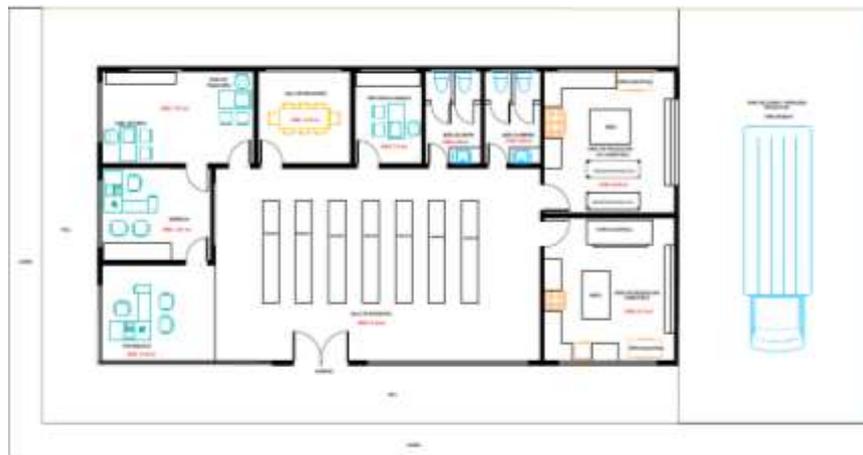
Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 38 Vehículo de distribución de la Microempresa "BicoPlast"



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano
Fuente: <https://www.lumion.es/lumion-8/>

Gráfico 39 Plano de la Infraestructura de la Microempresa



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano
Fuente: (Autodesk, s.f.)

La microempresa “BicoPlast” tiene un área de terreno de 427.16 m² y su área de construcción es de 215.71 m² la cual se divide en seis departamentos, el más amplio es el de producción con 46,19 m², seguido de los otros departamentos, sala de espera, área financiera, área de ventas, área de gerencia, todo ello para que la microempresa sea la mejor.

3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

Tabla 33 Maquinaria y equipos costos

MAQUINARIAS Y EQUIPOS (COSTO)				
EQUIPOS Y MAQUINARIAS				
CANT	DETALLE	IMAGEN	V. UNIT	V. TOTAL
1	HGHY Pulp Molding Pack Máquina de fabricación de placas de papel de pulpa; Guangdong China		1000,00	1000,00
1	Máquina automática de la máquina de moldeo de pulpa Precio de papel de caja de huevos haciendo máquina de bandeja de huevos; Henan, China		1500,00	1500,00
1	Cnix gas horno rotatorio ykz-100; Shanghai, China (Mainland)		1000,00	1000,00
2	Cocina Industrial Acero inoxidable 4 quemadores de gas BN900-G808A; Guangzhou		550,00	1100,00
2	Extrusión de plástico industrial color masterbatch mezcla licuadora máquina; Jiangsu, China (Mainland)		350,00	700,00

1	Balanza Comercial Digital; Jiangsu, China (Mainland)		56,00	56,00
2	Jarra de medición de acero inoxidable		6,23	12,46
1	Vitrina de Exposición		145,00	145,00
1	Vitrina de Exposición refrigerante		230,00	230,00
2	Espingueros /Racks Imeza		112,00	224,00
2	Ollas antiadherentes		50,00	100,00
3	Tanque de Gas		50,00	150,00
2	Mesa de Trabajo		50,00	100,00
3	Contenedores para Basura		27,00	81,00
SUBTOTAL				\$6.398,46

MENAJE				
Cantida d	DETALLE	IMAGEN	V. UNIT	V. TOTAL
3	Cuchara grande		1,25	3,75
10	Moldes antiadherentes para platos		5,08	50,80
10	Moldes antiadherentes para vasos		5,08	50,80
SUBTOTAL				\$105,35
UTENSILIOS				
CANT.	DETALLE	IMAGEN	V. UNIT	V. TOTAL
5	Cuchillos		10,00	50,00
5	Colador Chino		10,00	50,00
5	Espátula metálica		5,00	25,00
4	Bandejas metálicas		5,00	20,00
4	Malla Serigrafia		33,00	132,00
SUBTOTAL				\$277,00
TOTAL				\$6.780,81

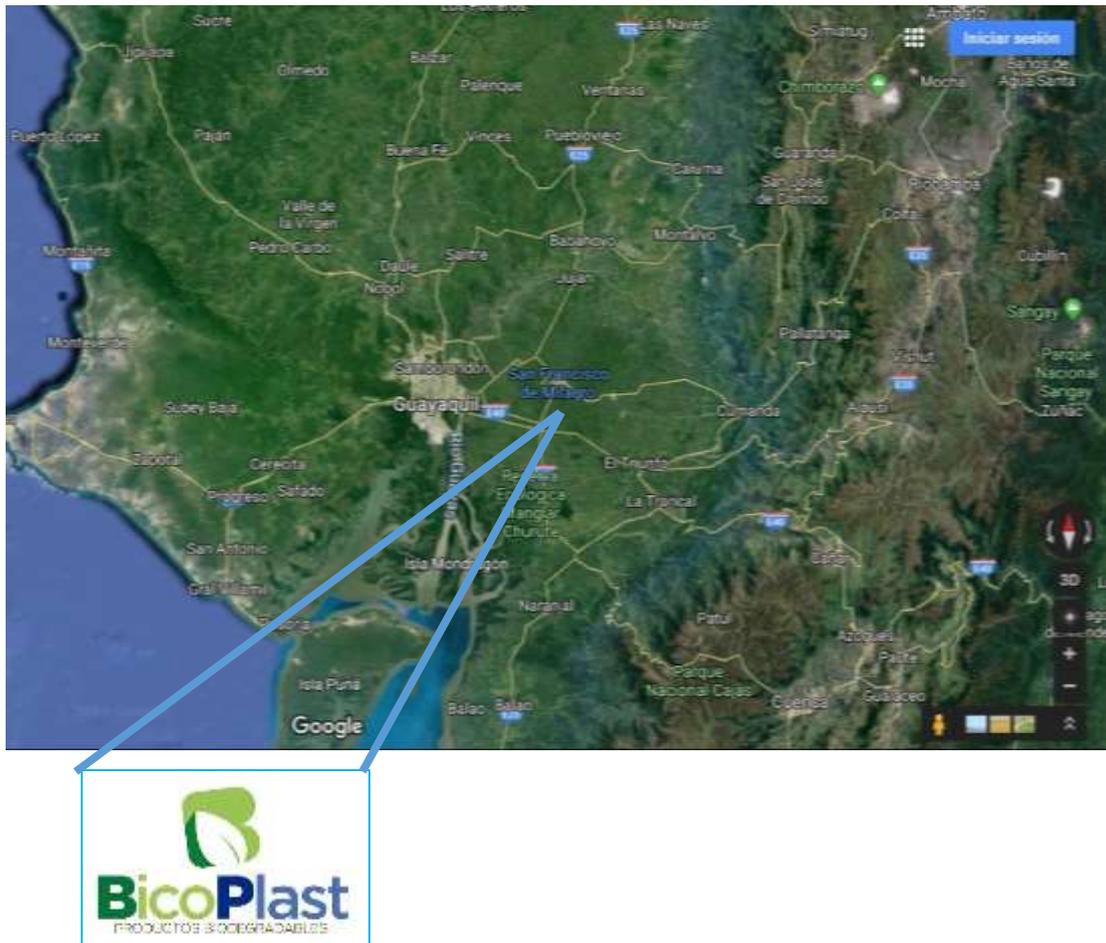
Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

3.5. Localización del negocio: macro y micro localización

Macro localización

“BicoPlast” se encuentra localizada en la provincia del Guayas, cantón San Francisco de Milagro, ciudadela Dager.

Gráfico 40 Macro localización de la microempresa



Fuente: (<https://www.google.com/maps/@-2.1306411, 2019>)

Micro localización

La Microempresa “BicoPlast” se encuentra ubicada en la Av. Río Aguarico y Benjamín Carrión punto preciso donde estará ubicada en el cantón milagro, la cual tendrá su respectiva distribución.

Gráfico 41 Micro localización de la microempresa



Fuente: (<https://www.google.com/maps/@-2.1306411, 2019>)

3.6. Tamaño

“BicoPlast” será una compañía limitada en el cantón Milagro para la elaboración y comercialización de productos biodegradables el cual está estipulado por la Superintendencia de compañías; que tendrá dos socias del negocio y un equipo de trabajo de ocho personas.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

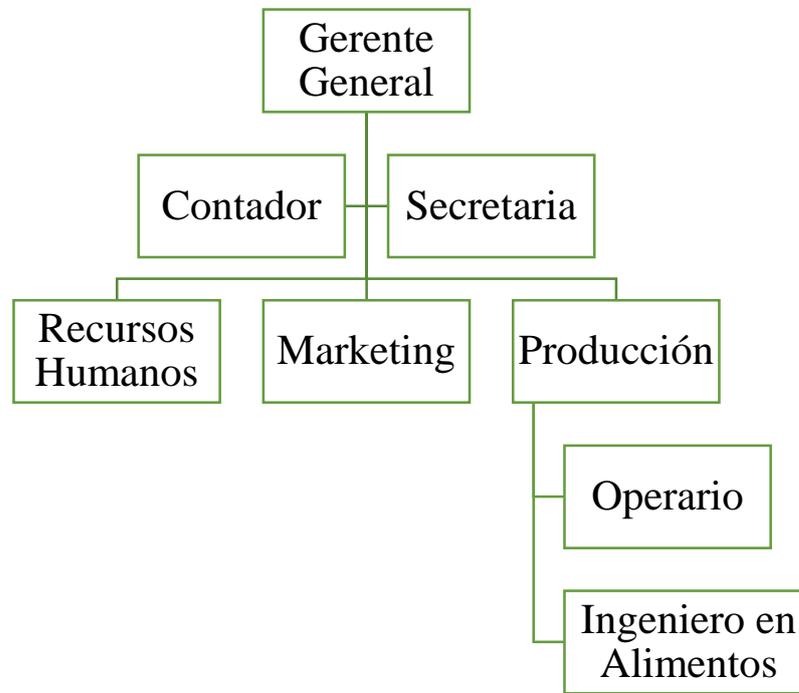
4.1. Tipo de organización

La Microempresa “BicoPlast” será una compañía limitada en el cantón Milagro para la elaboración y comercialización de platos y vasos biodegradables comestibles, que pertenecerá al sector secundario siendo productos de consumo inmediato, y las cubetas de huevo y los platos para bocaditos a base de plástico biodegradable, que pertenecerá al sector secundario; encontrándose inmersa en el campo económico transformando productos que ayudará a mejorar el estilo de vida y medio ambiente de la población milagreña.

La comercialización de platos y vasos biodegradables comestibles pertenecerá al sector secundario siendo productos de consumo inmediato. La línea de productos no comestibles tanto como cubetas de huevo y los platos para bocaditos a base de plástico biodegradable serán también al sector secundario; encontrándose inmersa en el campo económico transformando productos que ayudará a mejorar el estilo de vida y medio ambiente de la población milagreña.

4.2. Estructura organizacional

Ilustración 8 Estructura Organizacional de BicoPlast



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Daft, 2011)

4.3. Funciones y responsabilidades

Tabla 34 Funciones y responsabilidades del gerente

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Gerente General
Dependencia	Gerencia
Número de cargos	1
Perfil	MSc. Administración de empresas
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Llevar el debido control y trabajo de la microempresa cumpliendo con las metas establecidas	
Funciones	
Implementar estrategias que permitan alcanzar metas propuestas	
Inspeccionar el desempeño de todos los departamentos	
Optar por buenas decisiones en el momento de las negociaciones.	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 35 Funciones y responsabilidades del contador

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Contador
Dependencia	Administrativa y Financiera
Número de cargos	1
Perfil	Contador publico
Experiencia	3 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Proporcionar sus conocimientos financieros confiables en todas las actividades de la microempresa	
Funciones	
Llevar un control del stock de la mercadería	
Desarrollar el control de nómina de los trabajadores de la microempresa	
Llevar de manera adecuada y transparente la información financiera de la microempresa.	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 36 Funciones y responsabilidades de la secretaria

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Secretaria
Dependencia	Administrativa y gerencia
Número de cargos	1
Perfil	Egresado carreras administrativas o titulado en carreras a fines
Experiencia	6 meses
Objetivo	
Organizar y comunicar las actividades administrativas basándose en las políticas de la microempresa	
Funciones	
Llevar un control diario de la agenda.	
Coordinar reuniones y capacitaciones al personal de la microempresa	
Atención al cliente, contestación de llamadas y citas de negocios	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 37 Funciones y responsabilidades del jefe de talento humano

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Jefe de Talento Humano
Dependencia	Recursos humanos
Número de cargos	1
Perfil	Psicólogo organizacional, Ingeniero comercial o titulado en carreras a fines
Experiencia	3 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Contratar y evaluar al personal adecuado para los departamentos de la microempresa	
Funciones	
Reclutamiento de los candidatos	
Recepción de carpetas y contratación del personal	
Preparación de exámenes psicotécnicas	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 38 Funciones y responsabilidades del jefe de marketing y ventas

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Jefe de marketing y ventas
Dependencia	Mercadeo
Número de cargos	1
Perfil	Licenciado en mercadotecnia, Ingeniero en gestión empresarial, o titulado en carreras a fines
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Cumplir con los objetivos planteados de la microempresa por medio de estrategias que lleven al éxito	
Funciones	
Actualización constante de publicidad en redes	
Implementar estrategias de marketing para una buena comercialización de los productos	
Realizar investigaciones de mercado para conocer las preferencias del consumidor	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 39 Funciones y responsabilidades del jefe de producción y empaque

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Jefe de producción y empaque
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Perfil	Ingeniero industrial, Ingeniero en alimentos o titulado en carreras a fines
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Verificar la producción y entrega de los productos para cumplir metas	
Funciones	
Supervisión del personal para el cumplimiento de entregas	
Verificar la compra de los materiales	
Implementar estrategias para obtener aumento en la producción	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 40 Funciones y responsabilidades del operario de producción y empaque

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Operario de producción y empaque
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Perfil	Ingeniero industrial, Ingeniero en alimentos o titulado en carreras a fines
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Conocer el debido proceso para una producción de calidad.	
Funciones	
Revisión diaria de las maquinarias para el uso de la producción.	
Llevar un control en el cumplimiento de la producción.	
Comunicar sobre las diferentes irregularidades presentadas al momento de la producción.	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

Tabla 41 Funciones y responsabilidades del ingeniero en alimentos.

	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
Nombre del cargo	Ingeniero en alimentos
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Perfil	Ingeniero industrial, Ingeniero en alimentos o titulado en carreras a fines
Experiencia	2 años de experiencia en cargos similares
Objetivo	
Controlar el debido procesamiento y conservación de los productos.	
Funciones	
Llevar un debido control de la línea de productos de la microempresa.	
Desarrollar nuevas técnicas para sacar biopolímeros destinados al aprovechamiento de recursos naturales y materia prima.	
Realizar el debido control de calidad de materia prima y productos en elaboración.	

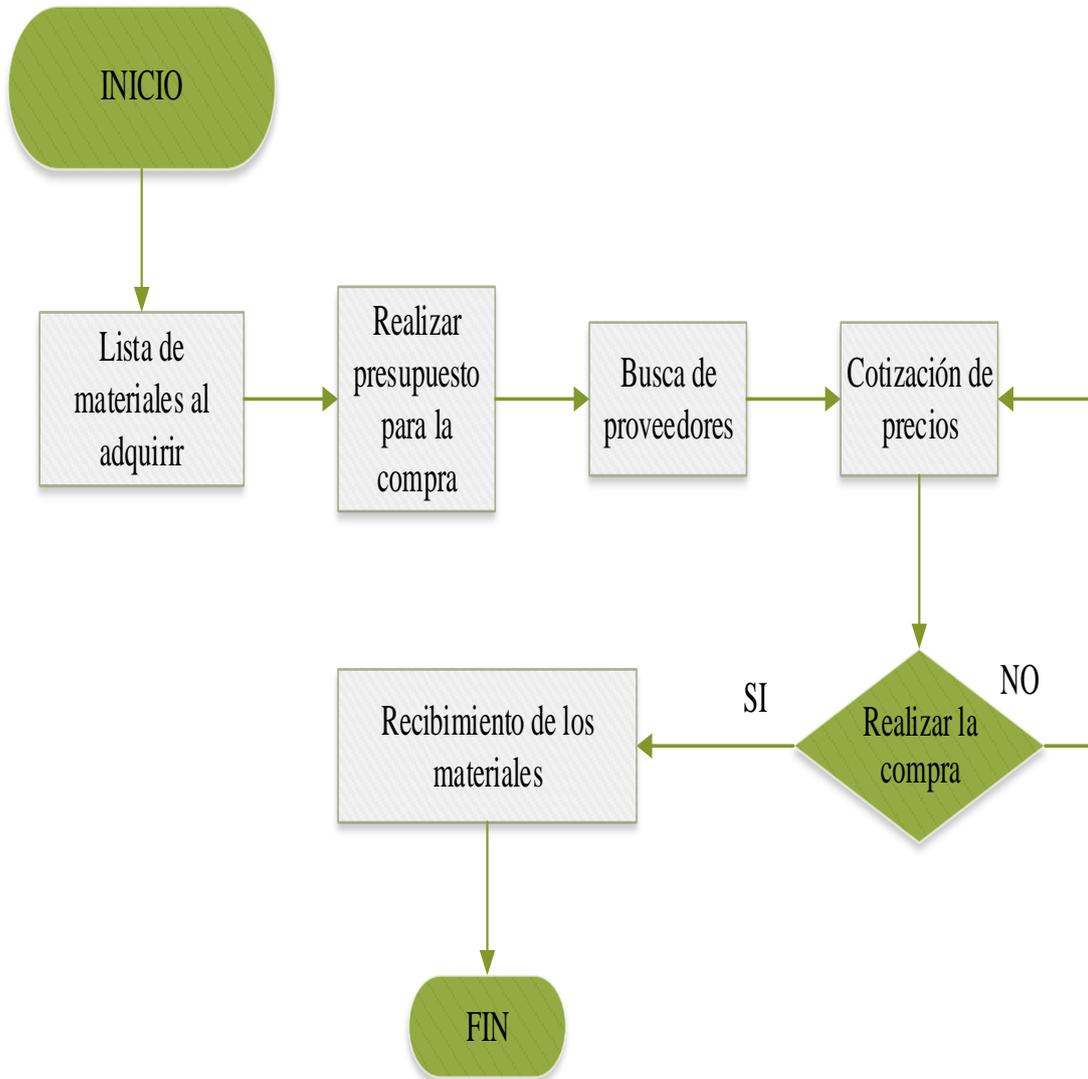
Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Rondon, 2018)

4.4. Flujo de procesos administrativo

El Flujo del Proceso Administrativo que realiza el jefe de marketing y ventas.

Ilustración 9 Flujo del Proceso Administrativo



Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Fuente: (Luna, 2015)

4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

Tabla 42 Equipos personal administrativo

Instalación, Equipos y Maquinarias			
CANT.	DETALLE MUEBLES Y ENSERES	V. UNIT	V. TOTAL
5	Sillas de escritorios	75,00	375,00
5	Escritorios de oficina	280,00	1400,00
10	Sillas estándar	50,00	500,00
1	Pizarras informativas 80 x120	75,00	75,00
1	Mesa de reuniones	112,00	112,00
4	Repisas	46,00	184,00
5	Lámparas	35,74	178,70
CANT.	DETALLE UTILERIA Y LIMPIEZA	V. UNIT	V. TOTAL
5	Limpiones	4,50	22,50
3	Fundas para la basura	4,50	13,50
3	Recogedores	5,00	15,00
5	Tollas	5,00	25,00
3	Desinfectante	6,50	19,50
3	Escobas de plástico	2,50	7,50
2	Trapeadores	2,50	5,00
1	Carro para trapear	167,99	167,99
CANT.	DETALLE EQUIPOS DE OFICINA	V. UNIT	V. TOTAL
4	Teléfonos	79,00	316,00
4	Cámaras	120,00	480,00
CANT.	DETALLE EQUIPOS DE COMPUTO	V. UNIT	V. TOTAL
5	Computadoras	715,99	3579,95
2	Impresora	262,00	524,00
CANT	DETALLE UTILES DE OFICINA	V. UNIT	V. TOTAL
5	Grapadoras	2,20	11,00
2	Perforadoras	2,35	4,70
3	Marcadores tiza líquida	1,00	3,00
2	Archivadores	6,50	13,00
5	Esferos multicolor	0,75	3,75
5	Clips	2,50	12,50
5	Grapas	0,65	3,25
5	Saca grapas	1,10	5,50
5	Resma de papel	6,50	32,50
TOTAL			\$8.089,84

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO ANUAL

Este permiso es otorgado por el GAD Municipal del cantón Milagro para que los establecimientos puedan desarrollar, sus actividades comerciales, cumpliendo con lo establecido en las ordenanzas lo cual se encuentra en el Código orgánico territorial de autonomía y descentralización (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Francisco de Milagro, 2011, pág. 3).

REQUISITOS PARA LA TASA DE HABILITACIÓN POR PRIMERA VEZ

La obtención de este certificado es otorgada por la Dirección de Urbanismo, Arquitectura y Construcción, para lo cual se necesita realizar una solicitud para la habilitación del local, copia de la cedula de ciudadanía, papeleta de votación, carta de autorización para quien realiza el trámite, entre otros documentos que podrán observar en la Ordenanza GADMM#39 (GAD Municipal Cantón Milagro, 2011, pág. 9).

CUERPO DE BOMBEROS DEL CANTÓN MILAGRO

El permiso de funcionamiento se otorgará a los establecimientos que cumplan con las normas de seguridad una vez que el contribuyente haya entregado la documentación en regla y se haya realizado la inspección para lo cual necesita: obtener la documentación; acercarse al Departamento de Prevención a entregar la documentación y dentro del lapso de 3 días laborables estará pendiente a la inspección del establecimiento; y para la obtención del servicio: llevar copia de Ruc y copia del certificado de uso de suelo (Ing. Nuñez Zamora José, 2017, pág. 1).

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL RUC

Llevar cédula de identidad, pasaporte ecuatoriano, pasaporte y visa, certificado de votación, entre otros; en los procesos de inscripción o actualización del RUC, el contribuyente debe informar y / o presentar: factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono, contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato, estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito entre otros documentos que se visualizan en la página del SRI (Servicio de Rentas Internas, 1997).

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

“De acuerdo con la ley de compañías se da entre tres o mas personas, las cuales responden por las obligaciones sociales, haciendo el comercio bajo una razón social a la que añadirán compañía limitada o su abreviatura” (Superintendencia de Compañías, 2017, pág. 17).

DEL CAPITAL

“**Art. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías”. (Superintendencia de Compañías, CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑÍAS, 2017, pág. 18)

SERVICIO PARA LA ACREDITACION DE SEGURIDAD ALIMENTARIA ISO 22000

“De acuerdo con la norma hay requisitos para un adecuado sistema de gestión inocuidad de los alimentos lo que se refiere a la prevención de la existencia de peligros asociados a los alimentos en el momento de consumo lo cual se encuentra estipulado en la norma internacional ISO 22000” (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2018).

5.2. Descripción del impacto ambiental

En todos los ámbitos se llega a tener impactos tanto positivos como negativos con el ambiente la microempresa “BicoPlast” se dedicará a la comercialización de platos a base de salvado de trigo y vasos comestibles a base de gelatina y un gelificante origen vegetal de agar – agar su impacto positivo que da en el medio ambiental aporta beneficios favorables y saludables en la salud pueden ser consumidos o adquiridos ya que sus materiales al momento de ser fabricados son libres de sustancias químicas son accesibles y económicos.

Mientras en el impacto negativo es el uso de gas comestible; al no tener un debido manejo puede producir incendios por lo que es indispensable tener un plan de prevención de incendios.

5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

Tabla 43 Plan de mitigación y compensación de la microempresa "BicoPlast"

MITIGACIÓN Y COMPENSACIÓN INDIRECTA			
	PROBLEMA	ACCIONES	VALOR
Compensación	Ruido por uso del área de producción.	Adecuar instalaciones para evitar la propagación de ondas de ruido superiores a los estándares permitidos	\$ 1.000,00
Mitigación	Energía eléctrica y el Gas Butano puede causar Incendio	Tener un Plan de Contingencia el cual se esté utilizando y adecuando las instalaciones	\$ 1.155,00
	TOTAL		\$ 2.155,00

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y fuente de financiamiento

La microempresa Bicoplast, tiene como objetivo principal ofrecer un producto amigable con el medio ambiente y la salud, fomentando a una mejor alimentación y disminución de contaminación. A continuación, se detallará los valores presentes para iniciar la microempresa, y por medio estos valores se procederán a tomar decisiones de la misma. Este estudio nos permite tener claro los recursos necesarios para iniciar las actividades de la microempresa Bicoplast.

Tabla 44 Inversión de Activos Fijos

CANT	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	Valor Unitario	Valor Total
	MUEBLES Y ENSERES		
5	Sillas de escritorios	\$ 75,00	\$ 375,00
5	Escritorios de oficina	\$ 280,00	\$ 1.400,00
10	Sillas estándar	\$ 50,00	\$ 500,00
1	Pizarras informativas 80 x120	\$ 75,00	\$ 75,00
1	Mesa de reuniones	\$ 112,00	\$ 112,00
4	Repisas	\$ 46,00	\$ 184,00
5	Lámparas	\$ 35,74	\$ 178,70
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 2.824,70
	MAQUINARIAS		
1	HGHY Pulp Molding Pack Máquina de fabricación de placas de papel de pulpa; Guangdong China	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Máquina automática de la máquina de moldeo de pulpa Precio de papel de caja de huevos haciendo máquina de bandeja de huevos; Henan, China	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Cnix gas horno rotatorio ykz-100; Shanghái, China (Mainland)	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
2	Cocina Industrial Acero inoxidable 4 quemadores de gas BN900-G808A; Guangzhou	\$ 550,00	\$ 1.100,00
2	Extrusión de plástico industrial color masterbatch mezcla licuadora máquina; Jiangsu, China (Mainland)	\$ 350,00	\$ 700,00
1	Balanza Comercial Digital; Jiangsu, China (Mainland)	\$ 56,00	\$ 56,00
3	Cuchara grande	\$ 1,25	\$ 3,75
10	Moldes antiadherentes para platos	\$ 5,08	\$ 50,80
10	Moldes antiadherentes para vasos	\$ 5,08	\$ 50,80

5	Cuchillos	\$ 10,00	\$ 50,00
5	Colador Chino	\$ 10,00	\$ 50,00
5	Espátula metálica	\$ 5,00	\$ 25,00
4	Bandejas metálicas	\$ 5,00	\$ 20,00
4	Malla Serigrafía	\$ 33,00	\$ 132,00
2	Jarra de medición de acero inoxidable	\$ 6,23	\$ 12,46
1	Vitrina de Exposición	\$ 145,00	\$ 145,00
1	Vitrina de Exposición refrigerante	\$ 230,00	\$ 230,00
2	Espingueros /Racks Imeza	\$ 112,00	\$ 224,00
2	Ollas antiadherentes	\$ 50,00	\$ 100,00
3	Tanque de Gas	\$ 50,00	\$ 150,00
2	Mesa de Trabajo	\$ 50,00	\$ 100,00
3	Contenedores para Basura	\$ 27,00	\$ 81,00
<u>TOTAL MAQUINARIAS</u>			\$ 6.780,81
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
5	Computadoras	\$ 715,99	\$ 3.579,95
2	Impresora	\$ 262,00	\$ 524,00
<u>TOTAL EQUIPO DE COMPUTO</u>			\$ 4.103,95
EQUIPOS DE OFICINA			
4	Teléfonos	\$ 79,00	\$ 316,00
4	Cámaras	\$ 120,00	\$ 480,00
<u>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</u>			\$ 796,00
UTILES DE OFICINA			
5	Grapadoras	\$ 2,20	\$ 11,00
2	Perforadoras	\$ 2,35	\$ 4,70
3	Marcadores tiza líquida	\$ 1,00	\$ 3,00
2	Archivadores	\$ 6,50	\$ 13,00
5	Esferos multicolor	\$ 0,75	\$ 3,75
5	Caja Clips	\$ 2,50	\$ 12,50
5	Caja Grapas	\$ 0,65	\$ 3,25
5	Saca grapas	\$ 1,10	\$ 5,50
5	Resma de papel	\$ 6,50	\$ 32,50
<u>TOTAL UTILES DE OFINA</u>			\$ 89,20
VEHICULO			
1	Camión Chevrolet NLR 511 EIV	\$ 22.990,00	\$ 22.990,00
<u>TOTAL VEHICULO</u>			\$ 22.990,00
EQUIPOS DE SEGURIDAD			
3	Extintores (3)	\$ 50,00	\$ 150,00
<u>TOTAL EQUPOS DE SEGURIDAD</u>			\$ 150,00
TERRENO			
1	terreno de 427,16m2	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
<u>TOTAL TERRENO</u>			\$ 9.000,00
GASTOS PREOPERACIONALES			
CANT	INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	Valor Unitario	Valor Total

1	Tasa de habilitación por primera vez persona jurídica o sociedad de hecho	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Copia de cedula y certificado de votación	\$ 0,50	\$ 0,50
1	Cuerpo de bomberos	\$ 14,99	\$ 14,99
1	Registro sanitario	\$ 366,00	\$ 366,00
	TOTAL DE GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 384,49
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 47.119,15

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

La microempresa “BicoPlast” por el momento no tiene local propio, sino alquilar uno en una zona estratégica para desarrollar todas sus actividades; para lo que invierte \$64.331,28 en activos fijos mismos que están clasificados acorde a su naturaleza: muebles y enseres; maquinarias; equipos de computación; equipos de oficina; útiles de oficina; vehículo; equipos de seguridad; terreno; gastos pre operacionales. Todos estos activos son importantes ya que permitirán realizar las diferentes actividades, que permitan una mejor gestión de las inversiones a corto y largo plazo.

Tabla 45 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		VALOR
APORTE SOCIOS		\$10.000
Socia 1	Marcela Arévalo	\$5.000
Socia 2	Natali Zambrano	\$5.000
Total capital de trabajo		\$10.000

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

La microempresa “BicoPlast” está conformado por el aporte de los socios en este caso Marcela Arévalo Velastegui y Natali Zambrano González el que se da en partes iguales con un total de \$10.000 para la creación de la microempresa dado a que no es suficiente se opta por un financiamiento bancario a la CFN.

Tabla 46 Inversión Total de la microempresa

Inversión Total	\$57.119	100%
Financiamiento	\$47.119	82,493%
Aporte Propio	\$10.000	17,507%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Tabla 47 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
Capital	\$47.119		Total Periodos	60
Tasa de interés mensual	1,08%	13% anual	Periodos de Gracia	0
Plazo en años	5		Periodos Normales	60
Forma de Pago	MENSUAL		Valor Dividendo	\$1.071
No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
0				\$47.119,15
1	\$508,89	\$562,25	\$1.071,14	\$46.556,90
2	\$502,81	\$568,33	\$1.071,14	\$45.988,57
3	\$496,68	\$574,46	\$1.071,14	\$45.414,11
4	\$490,47	\$580,67	\$1.071,14	\$44.833,44
5	\$484,20	\$586,94	\$1.071,14	\$44.246,50
6	\$477,86	\$593,28	\$1.071,14	\$43.653,22
7	\$471,45	\$599,69	\$1.071,14	\$43.053,53
8	\$464,98	\$606,16	\$1.071,14	\$42.447,37
9	\$458,43	\$612,71	\$1.071,14	\$41.834,66
10	\$451,81	\$619,33	\$1.071,14	\$41.215,33
11	\$445,13	\$626,02	\$1.071,14	\$40.589,32
12	\$438,36	\$632,78	\$1.071,14	\$39.956,54
13	\$431,53	\$639,61	\$1.071,14	\$39.316,93
14	\$424,62	\$646,52	\$1.071,14	\$38.670,41
15	\$417,64	\$653,50	\$1.071,14	\$38.016,91
16	\$410,58	\$660,56	\$1.071,14	\$37.356,36
17	\$403,45	\$667,69	\$1.071,14	\$36.688,66
18	\$396,24	\$674,90	\$1.071,14	\$36.013,76
19	\$388,95	\$682,19	\$1.071,14	\$35.331,57
20	\$381,58	\$689,56	\$1.071,14	\$34.642,01
21	\$374,13	\$697,01	\$1.071,14	\$33.945,00
22	\$366,61	\$704,53	\$1.071,14	\$33.240,47
23	\$359,00	\$712,14	\$1.071,14	\$32.528,32
24	\$351,31	\$719,84	\$1.071,14	\$31.808,49
25	\$343,53	\$727,61	\$1.071,14	\$31.080,88
26	\$335,67	\$735,47	\$1.071,14	\$30.345,41
27	\$327,73	\$743,41	\$1.071,14	\$29.602,00
28	\$319,70	\$751,44	\$1.071,14	\$28.850,56
29	\$311,59	\$759,55	\$1.071,14	\$28.091,01
30	\$303,38	\$767,76	\$1.071,14	\$27.323,25
31	\$295,09	\$776,05	\$1.071,14	\$26.547,20
32	\$286,71	\$784,43	\$1.071,14	\$25.762,77
33	\$278,24	\$792,90	\$1.071,14	\$24.969,86
34	\$269,67	\$801,47	\$1.071,14	\$24.168,40
35	\$261,02	\$810,12	\$1.071,14	\$23.358,27

No. de Dividendos	Valor de Intereses	Amortización de Capital	Valor del Dividendo	Saldo de Capital
36	\$252,27	\$818,87	\$1.071,14	\$22.539,40
37	\$243,43	\$827,72	\$1.071,14	\$21.711,69
38	\$234,49	\$836,65	\$1.071,14	\$20.875,03
39	\$225,45	\$845,69	\$1.071,14	\$20.029,34
40	\$216,32	\$854,82	\$1.071,14	\$19.174,52
41	\$207,08	\$864,06	\$1.071,14	\$18.310,46
42	\$197,75	\$873,39	\$1.071,14	\$17.437,07
43	\$188,32	\$882,82	\$1.071,14	\$16.554,25
44	\$178,79	\$892,35	\$1.071,14	\$15.661,90
45	\$169,15	\$901,99	\$1.071,14	\$14.759,91
46	\$159,41	\$911,73	\$1.071,14	\$13.848,17
47	\$149,56	\$921,58	\$1.071,14	\$12.926,59
48	\$139,61	\$931,53	\$1.071,14	\$11.995,06
49	\$129,55	\$941,59	\$1.071,14	\$11.053,46
50	\$119,38	\$951,76	\$1.071,14	\$10.101,70
51	\$109,10	\$962,04	\$1.071,14	\$9.139,66
52	\$98,71	\$972,43	\$1.071,14	\$8.167,23
53	\$88,21	\$982,93	\$1.071,14	\$7.184,29
54	\$77,59	\$993,55	\$1.071,14	\$6.190,74
55	\$66,86	\$1.004,28	\$1.071,14	\$5.186,46
56	\$56,01	\$1.015,13	\$1.071,14	\$4.171,33
57	\$45,05	\$1.026,09	\$1.071,14	\$3.145,24
58	\$33,97	\$1.037,17	\$1.071,14	\$2.108,07
59	\$22,77	\$1.048,37	\$1.071,14	\$1.059,70
60	\$11,44	\$1.059,70	\$1.071,14	\$0,00
Totales	\$17.149	\$47.119	\$64.268	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Una vez analizado la inversión inicial, se realiza un préstamo bancario a la CFN que cubre el 82,49% de la inversión con una tasa mensual de 0,94%, por lo que el valor del dividendo es de \$1.071,14 los cuales se cancelarán en 60 meses, que darán como resultado el pago total del préstamo bancario.

Tabla 48 Depreciación Anual

ACTIVOS	COSTO	% DEPREC.	TOTAL ANUAL
Muebles y enseres	\$2.825	10,0%	\$282
Maquinaria y equipos	\$6.781	10,0%	\$678
Equipos de computación	\$4.104	33,0%	\$1.354
Equipos de seguridad	\$150	10,0%	\$15
Equipos de oficina	\$796	10,0%	\$80
Útiles de oficina	\$89	10,0%	\$9
Vehículo	\$22.990	20,0%	\$4.598
Gastos preoperacionales	\$384	33,0%	\$127
TOTALES	\$38.119		\$7.143

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Esta tabla muestra la depreciación de los activos fijos de la microempresa “BicoPlast” las tasas están dispuestas por la ley, dando así una depreciación anual de \$7.143, de esta forma se podrá tomar las respectivas decisiones.

6.2. Proyección de Ingresos

Tabla 49 Proyección Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$878.400	\$922.320	\$968.436	\$1.016.858	\$1.067.701

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

El total de ventas proyectadas da un valor anual total de \$4.853.714; “BicoPlast” realiza sus ventas aplicando estrategias adecuadas con un crecimiento del 5% anual, por lo que en el año quinto se obtiene el valor alto más alto.

Tabla 50 Precio de los productos ofertados

PRODUCTO	P.V.P. Docena
Platos comestibles (docena) de 12cm	\$ 24,00
Platos comestibles (docena) de 8 cm	\$ 22,20
Platos comestibles (docena) de 5cm	\$ 19,20
Vasos comestibles pequeños (docena) de 8 oz	\$ 22,20
Vasos comestibles grandes (docena) de 12 oz	\$ 24,00
Cubeta de huevos pequeña para 8 huevos (docena)	\$ 21,00
Plato para bocaditos de 15 cm biodegradables	\$ 13,80

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

En la tabla se muestra los precios de acuerdo a la elaboración, siendo un precio cómodo y accesible para las distribuidoras.

6.3. Proyección de egresos

Tabla 51 Costos Directos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(Costos Directos)	\$20.675	\$21.709	\$22.794	\$23.934	\$25.130

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Están considerados dentro de los costos directos la materia prima, insumos directos y mano de obra directa; estos están ligados con la elaboración del producto que dan un total anual total de \$ \$114.242.

Tabla 52 Costos de los productos ofertados

PRODUCTO	Costo Docena
Platos comestibles (docena) de 12cm	\$ 15,00
Platos comestibles (docena) de 8 cm	\$ 12,00
Platos comestibles (docena) de 5cm	\$ 10,00
Vasos comestibles pequeños (docena) de 8 oz	\$ 13,00
Vasos comestibles grandes (docena) de 12 oz	\$ 14,00
Cubeta de huevos pequeña para 8 huevos (docena)	\$ 12,00
Plato para bocaditos de 15 cm biodegradables	\$ 5,00

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Para la elaboración de los productos comestibles biodegradables y no comestibles biodegradables los costos de su elaboración dependerán del tamaño y los productos a utilizarse.

Costos Indirectos

Tabla 53 Gastos Administrativos

N°	Cargo	Días	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Total de ingresos	Aporte personal 9,45%	Toral de egresos	Total a recibir
1	Gerente	30,00	700,00	58,33	32,83	58,31	849,48	66,15	66,15	783,33
2	Contador	30,00	600,00	50,00	32,83	49,98	732,81	56,70	56,70	676,11
3	Secretaria	30,00	500,00	41,67	32,83	41,65	616,15	47,25	47,25	568,90
4	Jefe de talento humano	30,00	450,00	37,50	32,83	37,49	557,82	42,53	42,53	515,29
5	Jefe de marketing y ventas	30,00	450,00	37,50	32,83	37,49	557,82	42,53	42,53	515,29
6	Jefe de producción y empaque	30,00	\$418,56	34,88	32,83	34,87	521,13	39,55	39,55	481,58
7	Operario de producción	30,00	\$397,35	33,11	32,83	33,10	496,40	37,55	37,55	458,85
8	Ingeniero en alimentos	30,00	\$550,00	45,83	32,83	45,82	674,48	51,98	51,98	622,51
TOTALES			4065,91	338,83	262,67	338,69	5006,09	384,23	384,23	4621,86

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Los gastos administrativos están dados por los sueldos que se pagan a los trabajadores que conforman de acuerdo a la ley de compañías, están conformado por 8 personas en las diferentes funciones de la microempresa, que como total de \$4.621,86 mensual.

Tabla 54 Gastos generales

GASTOS GENERALES	
Alquiler de local	\$ 450
Internet banda ancha y teléfono	\$ 200
Cuña comercial (televisión, radio y periódico)	\$ 150
Logo	\$ 35
Maqueta	\$ 50
Red social institucional	\$ 100
Trípticos	\$ 20
Suministros de oficina	\$ 276
Total de gastos generales	\$ 1.281

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Los gastos generales están dados en los diferentes rubros utilizados en el diario andar de la microempresa, con un total de \$15.372,00 valor reflejado anual.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de situación inicial

Tabla 55 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIONN INICIAL						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$57.119	\$602.609	\$1.226.889	\$1.884.402	\$2.576.786	\$3.305.756
Caja - Bancos	\$57.119	\$592.609	\$1.216.889	\$1.874.402	\$2.566.786	\$3.295.756
Inventarios		\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Activos Fijos Netos	\$0	\$39.976	\$32.833	\$25.689	\$18.546	\$11.403
Activos Fijos (Depreciación acumulada)		\$47.119 -\$7.143	\$47.119 -\$14.287	\$47.119 -\$21.430	\$47.119 -\$28.573	\$47.119 -\$35.716
Total Activos	\$57.119	\$642.585	\$1.259.722	\$1.910.092	\$2.595.332	\$3.317.159
Pasivos	\$47.119	\$39.957	\$31.808	\$22.539	\$11.995	\$0
Patrimonio	\$10.000	\$602.628	\$1.227.913	\$1.887.552	\$2.583.337	\$3.317.159
Aporte Futura Capitalización	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Utilidad del Ejercicio		\$592.628	\$625.285	\$659.639	\$695.785	\$733.822
Utilidades Retenidas		\$0	\$592.628	\$1.217.913	\$1.877.552	\$2.573.337
Pasivo + Patrimonio	\$57.119	\$642.585	\$1.259.722	\$1.910.092	\$2.595.332	\$3.317.159

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

La variación que se ha dado entre el año 0 al año 5 en el caso del activo corriente ha dado debido a que la cuenta caja-bancos ha crecido lo cual “Bicoplast” inicia una etapa de crecimiento notable como lo demuestra el estado de situación inicial proyectado.

7.2. Estados financieros proyectado

Tabla 56 Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$602.609	\$1.226.889	\$1.884.402	\$2.576.786	\$3.305.756
Caja - Bancos	\$592.609	\$1.216.889	\$1.874.402	\$2.566.786	\$3.295.756
Inventarios	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Activos Fijos Netos	\$39.976	\$32.833	\$25.689	\$18.546	\$11.403
Activos Fijos (Depreciación acumulada)	\$47.119 -\$7.143	\$47.119 -\$14.287	\$47.119 -\$21.430	\$47.119 -\$28.573	\$47.119 -\$35.716
Total Activos	\$642.585	\$1.259.722	\$1.910.092	\$2.595.332	\$3.317.159
Pasivos	\$39.957	\$31.808	\$22.539	\$11.995	\$0
Patrimonio	\$602.628	\$1.227.913	\$1.887.552	\$2.583.337	\$3.317.159
Aporte Futura Capitalización	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000
Utilidad del Ejercicio	\$592.628	\$625.285	\$659.639	\$695.785	\$733.822
Utilidades Retenidas	\$0	\$592.628	\$1.217.913	\$1.877.552	\$2.573.337
Pasivo + Patrimonio	\$642.585	\$1.259.722	\$1.910.092	\$2.595.332	\$3.317.159

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Este balance está proyectado a cinco años el cual es de suma importancia para “BicoPlast” porque proporciona una imagen de la parte financiera de nuestra microempresa, en un determinado tiempo. Se puede observar que para el año 5 se cuenta con un total de activos \$3.317.159 y el mismo año 5 en Pasivos con un valor de cero es decir con Patrimonio de \$3.317.159, cabe resaltar que es proyección, que puede en transcurso de tiempo en las operaciones de la microempresa necesita de más activos u otros pasivos para su funcionamiento. En el caso para este negocio se logra tener claro una visión integradora general a través de este estado financiero, que nos permite ver que la relación entre capital ajeno y capital propio brindando el coeficiente de endeudamiento que junto al coeficiente de liquidez se convierte en los principales indicadores de una microempresa.

7.3. Flujo de Caja

Tabla 57 Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Ventas		\$878.400	\$922.320	\$968.436	\$1.016.858	\$1.067.701	\$4.853.714
(Costos Directos)	\$27.263	\$27.263	\$28.626	\$30.057	\$31.560	\$33.138	\$150.645
(Costos Indirectos)	\$42.710	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$240.659
Flujo Operativo	\$69.973	\$803.005	\$845.562	\$890.247	\$937.166	\$986.431	\$4.462.411
Ingresos no operativos	\$57.119	\$57.119					\$57.119
Crédito	\$47.119	\$47.119					\$47.119
Aporte Propio	\$10.000	\$10.000					\$10.000
Egresos no operativos	\$69.973	\$267.516	\$221.282	\$232.733	\$244.782	\$257.461	\$1.223.774
Inversiones	\$57.119	\$57.119					\$57.119
<i>Activos Fijos</i>		\$47.119					\$47.119
<i>Capital de Trabajo</i>	\$10.000	\$10.000					\$10.000
Pago de dividendos	\$12.854	\$12.854	\$12.854	\$12.854	\$12.854	\$12.854	\$64.268
Impuestos		\$197.543	\$208.428	\$219.880	\$231.928	\$244.607	\$1.102.386
Flujo No Operativo	-\$12.854	-\$210.396	-\$221.282	-\$232.733	-\$244.782	-\$257.461	-\$1.166.655
FLUJO NETO	\$57.119	\$592.609	\$624.280	\$657.513	\$692.384	\$728.970	\$3.295.756

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

El flujo de caja está proyectado a 5 años como se muestra los flujos netos han tenido un incremento del 5% que corresponde a \$3.295.756; por lo cual el flujo acumulado del estado de flujo de caja ha obtenido un aumento, mismo que resulta beneficioso para la microempresa ya que presenta una buena liquidez y podría aprovechar en la compra de mayor mercadería o nueva maquinaria.

Tabla 58 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total	% Incremento Anual
							5,0%
Ventas	\$878.400	\$922.320	\$968.436	\$1.016.858	\$1.067.701	\$4.853.714	
(Costos Directos)	\$27.263	\$28.626	\$30.057	\$31.560	\$33.138	\$150.645	
Utilidad Bruta	\$851.137	\$893.694	\$938.379	\$985.298	\$1.034.563	\$4.703.070	
(Costos Indirectos)	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$48.132	\$240.659	
Utilidad Operativa	\$803.005	\$845.562	\$890.247	\$937.166	\$986.431	\$4.462.411	
(Depreciación)	\$7.143	\$7.143	\$7.143	\$7.143	\$7.143	\$35.716	
(Gastos Financieros)	\$5.691	\$4.706	\$3.585	\$2.309	\$859	\$17.149	
Utilidad antes de Impuestos	\$790.171	\$833.713	\$879.519	\$927.713	\$978.429	\$4.409.545	
(Impuestos 22%)	\$197.543	\$208.428	\$219.880	\$231.928	\$244.607	\$1.598.460	
UTILIDAD NETA	\$592.628	\$625.285	\$659.639	\$695.785	\$733.822	\$3.307.159	

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

En cuanto a la utilidad neta se ha obtenido un incremento del 5%, dicha situación repercute de manera positiva en el valor obtenido de las utilidades, para los gastos se puede observar que no ha existido un incremento considerable debido a que los gastos financieros se comenzaron a reducir a partir de año 2. La inversión inicial retornará a partir el segundo año

7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

Tabla 59 Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS

Descripción	(Inv. Inicial)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	-\$57.119	\$592.609	\$624.280	\$657.513	692.384	728.970
<i>Flujo Acumulado</i>		\$592.609	\$1.216.889	\$1.874.402	\$2.566.786	\$3.295.756

Tasa de Descuento mensual	1,08%
Tasa de Descuento anual	11%
INDICES NOMINALES	

Playback (<i>Recuperación de la Inversión</i>)	(Menor al plazo)
---	-------------------------

Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$57.119	\$1.216.889	-\$1.159.770
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente	\$657.513	12	\$54.793
Número de Meses	-\$1.159.770	\$54.793	-21

PAYBACK	2	Año (s)	-21	Mes(es)
----------------	----------	----------------	------------	----------------

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

De acuerdo a los indicadores establecidos, el proyecto es viables en su ejecución ya que, de acuerdo al flujo de caja proyectado, se muestra que la inversión inicial fue de \$57.119, financiados con capital propio y financiamiento bancario; ahora de acuerdo a las cifras reflejadas, la recuperación de la inversión o (Playback) se da a partir del año 2 con \$1.159.770 de flujo acumulado; y un flujo mensual promedio para el siguiente año de \$54.793.

En conclusión, la recuperación de la inversión se da en 2 años y 21 meses desde el inicio de sus operaciones.

Tabla 60 Tasa de rendimiento promedio

Tasa de Rendimiento Promedio		(Mayor a la T. Dcto)
Sumatoria de Flujos		\$3.295.756
Años		5
Inversión Inicial		\$57.119
TRP		11,54%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Esta tasa expresa con base anual, la utilidad neta que se obtiene de la inversión promedio. En base a esto se refleja que nuestro proyecto es viable puesto que la TPR es mayor a la tasa de descuento (11% anual), estimándose en un 11,54% anual. Para lograr este porcentaje se debe mantener la eficiencia y eficacia de las operaciones, así como de los recursos que dispone la empresa.

Tabla 61 Índices descontados

INDICES DESCONTADOS		
<i>Suma Flujos Descontados</i>		\$1.833.950
Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$1.776.831
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	32,11
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	31,11%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	12,43%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Valor Actual Neto (VAN). -El Valor Actual Neto proporciona a la empresa una visión positiva acerca de la rentabilidad absoluta del proyecto; en este caso el valor actual neto de nuestro proyecto, luego de haber descontado los flujos de fondo y traídos a valor presente, generan un beneficio de \$ 1.776.831.

Índice de Rentabilidad (IR). - Esta ratio muestra que, por cada unidad monetaria invertida, se obtendrá \$32,11 dólares de utilidad sobre el capital; lo que significa que el capital en base a la inversión, aumentará considerablemente a través de las proyecciones establecidas.

Rendimiento Real. - Este índice indica que la cantidad real obtenida de la venta de los productos, es eficiente en cuanto al precio, el rendimiento real será de un 31,11% en base al precio teórico o reflejado.

Tasa Interna de Retorno. -Esta ratio refleja un margen de 12,43% sobre los cobros y pagos efectuados en el flujo de efectivo del negocio, lo que quiere decir que el proyecto es viable y que indica tener una buena rentabilidad.

Tabla 62 Ratios-Riesgo-Razones Financieras

Punto de Equilibrio	<i>En U\$</i>	\$49.674
	<i>En %</i>	5%
	<i>En unid.</i>	15
Valor Agregado sobre Ventas	(Menor a 50%)	6%
Índice de Empleo	(Mayor al 50%)	150%
Riesgo de Ilquidez	(Menor a 50%)	3%
Margen Neto de Utilidad	(Mayor a la T. Dcto)	68%
Rotación de Activos	(Mayor a 1)	1,5
Dupont	Aprox. al 100%	100%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

El punto de equilibrio es el estado entre ingreso y egreso de la microempresa, es decir, es el nivel donde los ingresos se igualan a los egresos y por lo tanto no se obtiene ni ganancia ni pérdida para el negocio. En este caso la microempresa debe vender 15 unidades de productos y en unidades monetarias \$ 49.674 en el año con lo cual podemos pagar los costos y gastos para generar utilidad.

Valor agregado sobre las ventas. - De las ventas realizadas, se aumenta un 6% sobre el precio; porcentaje que se ve reflejado no solo en el contenido sino en la calidad de los productos ofertantes de “BicoPlast”.

Índice de Empleo. -La ratio de índice de empleo nos indica un 150% de inserción laboral en la empresa; es decir que se mantiene un margen porcentual potencialmente equilibrado estimando los gastos de personal y activos fijos del negocio.

Riesgo de Liquidez. - Este es el riesgo de que el negocio se quede sin financiamiento. En el caso de nuestra microempresa, cuenta con un porcentaje de liquidez del 3% denotando que no existe mayor riesgo de hacer frente a las obligaciones de pago puntuales o que para hacerlo se deba incurrir en costos excesivos.

Margen Neto de Utilidad. - Esta ratio quiere decir que, por cada unidad monetaria, de los productos vendidos; se obtendrá una utilidad neta de 0.68 ctvs. Deducidos de gastos e impuestos; lo que permite demostrar que el negocio es rentable.

Rotación de Activos. - Este índice muestra que el promedio total de nuestros activos rota 1,5 veces al año, lo cual es positivo para la rentabilidad del negocio. Es decir que como nuestros activos generan una mayor rotación, se generan más ventas en la microempresa.

DuPont. - De acuerdo a este indicador, los activos, capital de trabajo y apalancamiento financiero están siendo bien utilizados por la microempresa; mostrando una eficiencia de 100%.

7.5. Análisis de sensibilidad

Tabla 63 Escenario Pesimista del 3%

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$1.738.622
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	31,44
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	30,44%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	12,41%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Tabla 64 Escenario esperado del 5%

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$1.776.831
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	32,11
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	31,11%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	12,43%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

Tabla 65 Escenario Optimista del 10%

Valor Actual Neto (VAN)	(Positivo)	\$1.874.517
Índice de Rentabilidad (IR)	(Mayor a 1)	33,82
Rendimiento Real (RR)	(Mayor a la T. Dcto)	32,82%
Tasa Interna de Retorno (Tir)	(Mayor a la T. Dcto)	12,48%

Elaborado por: Marcela Arévalo y Natali Zambrano

En el proyecto se puso a prueba tres escenarios para saber qué tan viable sigue siendo el proyecto tomando en cuenta los índices del 3%, 5% y 10%, de los cuales podemos observar que el VAN sigue siendo positivo y la TIR es superior al tipo de interés.

En los tres escenarios hay la probabilidad de que nuestro proyecto siga en marcha, ya que la TIR se encuentra por encima del tipo de interés, dando como resultado viable la disminución de hasta un 3%.

CONCLUSIONES

Como resultado final de la experiencia obtenida de la ardua investigación sobre la elaboración de productos biodegradables hechos en base de materia prima orgánica lo que respecta a su vez de la extracción de biopolímeros de cascaras de frutas, trae consigo una serie de beneficios o ventajas, debido a que no solo se está aprovechando recursos como lo es los desechos de las frutas sino que se está contribuyendo de manera directa al medio ambiente creando un producto no toxico y reduciendo la contaminación por el exceso de desperdicio que hay con las cáscaras.

El mercado potencial de la industria del plástico es muy amplio, puesto que existen gran variedad de compañías que ofrecen una gran gama de estos productos, lamentablemente no todas proveen al consumidor productos biodegradables, sino el tipo de plástico convencional que se elabora de los derivados del petróleo y lo único que hace es incrementar el nivel de contaminación.

Cabe recalcar que a través de las encuestas que se realizaron tanto a los consumidores como a las que se dirigieron a los negocios, expandir y promover el uso de productos biodegradables no es difícil, sobre todo si se cuenta con la disposición del consumidor.

RECOMENDACIONES

Promover el uso de productos plásticos biodegradables no tóxicos para crear conciencia ambiental en el ser humano.

Aprovechar los recursos ecológicos con los que se cuenta como lo es los desechos de las cascaras de la fruta y experimentar creando productos útiles para el consumo de la sociedad.

Realizar constantes estudios del mercado de productos biodegradables, para conocer si existe competencia directa.

Dar constantes capacitaciones al personal de la microempresa para estar en constante innovación y evolución con el mercado.

Conseguir otras fuentes de inversión y asociación con el fin de crecer financieramente e implementar más investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Censos, I. N. (28 de Noviembre de 2010). *INEC*. Fonte:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Daft, R. L. (2011). *Teoría y diseño organizacional* (Décima ed.). México : Cengage Learning . doi:9786075268149
- GAD Municipal Cantón Milagro. (27 de Diciembre de 2011). Fonte:
<http://milagro.gob.ec/wp-content/uploads/2011/11/gadmm392011.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón San Francisco de Milagro. (27 de Diciembre de 2011). *GADMM*. Fonte: <http://milagro.gob.ec/wp-content/uploads/2011/11/gadmm392011.pdf>
- González, A. C. (2014). *Proceso Administrativo* (Primera ed.). México , San Juan Tlihuaca, Azcapotzalco : Grupo Editorial Patria . Acceso em 19 de 06 de 2019, disponível em
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=b8_hBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=diagramas+de+flujo+de+procesos+de+un+bien+o+servicios&ots=55dHglpJqg&sig=UfY4OwclbRm4jCw4GK6H-7GtwlA#v=onepage&q&f=false
- Herrera, J. S., & Blanco, T. P. (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica* (Cuarta ed.). Madrid: ESIC. Fonte:
https://books.google.com.ec/books?id=bLZiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- <https://www.google.com/maps/@-2.1306411,-7>. (2019). *Google Maps*.
- Ing. Nuñez Zamora José. (28 de Febrero de 2017). *Empresa Pública Cuerpo de Bomberos Milagro* . Fonte:
http://epcbomberosmilagro.gob.ec/pdf/MATRICES/MATRIZ_LITERAL_D/FEBRERO_2017.pdf
- Luna, G. A. (2015). *Proceso Administrativo* (Primera ed.). México: Patria. Fonte:
<https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=7c9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg>

=PP1&dq=Flujo+del+Proceso+Administrativo&ots=-
KFJ8p9wPd&sig=rJTLj5XVN6yD-Ez9GDpVkJidBKw#v=onepage&q&f=false

Moreno, F. E. (2014). *Mercadotecnia Estratégica: Teoría e Impacto en las Unidades de Información*. UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas, 115. Fonte: <https://universoabierto.org/2016/01/11/mercadotecnia-estrategica-teoria-e-impacto-en-las-unidades-de-informacion/>

Porter, M. E. (2008). *Ser Competitivo*. España, Barcelona : Deusto. Fonte: https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf

Rondon, A. L. (01 de Junio de 2018). *Satena*. Fonte: https://www.satena.com/aym_document/aym_gestion_talento_humano/MANUAL_DE_FUNCIONES/MANUAL_DE_FUNCIONES_SATENA.pdf

Ruth, O. S., Inés, P. O., & Natalia, O. A. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. *9*(1), 56. Fonte: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf

Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (19 de Junio de 2018). Fonte: <https://www.acreditacion.gob.ec/en-que-consiste-la-iso-22000/>

Servicio de Rentas Internas. (2 de Diciembre de 1997). Fonte: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>

Superintendencia de Compañías. (29 de 12 de 2017). Fonte: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Superintendencia de Compañías. (29 de Diciembre de 2017). Fonte: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Velázquez, E. V. (2012). *Canales de distribución y logística* (Primera ed.). México, Viveros de Asís 96, Col. Viveros de la Loma, Tlalnepantla, C.P. 54080: Red Tercer Milenio . Fonte: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

ANEXOS



Encuesta realizada a los habitantes con edades de 25 a 54 años sobre los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

Objetivo: Conocer la aceptación de los productos biodegradables comestibles y no comestibles por los habitantes del cantón Milagro con edades de 25 a 54 años ofertados por la microempresa “BicoPlast”

Género: Masculino Femenino

1. **Edades:** 25 años a 37 años
38 años a 54 años

2. **¿Qué tan importante es el cuidado del medio ambiente para usted?**

- Muy importante
Moderadamente
Poco importante

3. **¿Ha consumido o adquirido productos biodegradables comestibles y no comestibles?**

- Siempre
Pocas veces
Algunas veces
Nunca

4. **¿Qué productos biodegradables adquiriría usted?**

Productos comestibles

- Platos a base de trigo
Vasos a base de agar agar
Cucharas a base de trigo

Productos no comestibles

- Platos para bocaditos
Cubetas para huevos
Forros para hojas

5. **¿En qué medida considera usted que los productos biodegradables comestibles y no comestibles ayudaría a su salud y al medio ambiente?**

- Mucho
Poco

Nada

6. ¿Le gustaría adquirir cubetas de huevo que sean a base de plástico biodegradables que no contaminen el medio ambiente?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Desacuerdo

Muy desacuerdo

7. ¿Le gustaría utilizar platos biodegradables para bocaditos?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Desacuerdo

Muy desacuerdo

8. ¿Cree usted que los productos o empaques biodegradables no comestibles son más caros?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Desacuerdo

Muy desacuerdo

9. ¿Cómo le gustaría la textura del plástico biodegradable?

Gruesa

Fina

Semi gruesa

10. ¿Qué sabor le gustaría adquirir los vasos comestibles biodegradables?

Mora

Fresa

Naranja

Limón

11. ¿Qué tamaño adquiriría los platos comestibles biodegradables?

- Pequeño
- Mediano
- Grande

12. ¿Cuál cree usted que sería la mejor manera de dar a conocer los beneficios y productos comestibles biodegradables?

- Prensa escrita
- Comerciales
- Redes sociales
- Afiches



Encuesta realizada a las distribuidoras, plastiferías, tiendas sobre los productos biodegradables comestibles y no comestibles.

Objetivo: Conocer la aceptación de los productos biodegradables comestibles y no comestibles por las distribuidoras, plastiferías, tiendas del cantón Milagro por la microempresa “BicoPlast”

1. Tipo de Negocio

Plastiferías Distribuidora Tiendas

2. ¿Optaría por vender en su negocio productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Muy de acuerdo
De acuerdo
Desacuerdo
Muy desacuerdo

3. ¿Ha consumido o adquirido productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Siempre
Pocas veces
Algunas veces
Nunca

4. ¿En qué aspecto se basaría al vender los productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Incentivo a un estilo de vida mejor
Necesidad
Cuidado al medio ambiente
Producto innovado

5. ¿Cuál de estos productos biodegradables tanto comestibles y no comestibles vendería?

Productos Comestibles

Platos a base de trigo

Vasos a base de agar agar

Cucharas a base de trigo

Productos No Comestibles

Platos para bocaditos

Cubetas para huevos

Forros para hojas

6. ¿En que se basaría al momento de adquirir los productos biodegradables comestibles y no comestibles?

Diseño

Textura

Dureza

Marca

Precio

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de platos a base de trigo?

10 a 13 dólares

14 a 17 dólares

18 a 20 dólares

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de vasos a base de agar?

10 a 13 dólares

14 a 17 dólares

18 a 20 dólares

9. ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por una docena de cucharas a base de trigo?

5 a 10 dólares

11 a 15 dólares

16 a 20 dólares

10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de platos para bocaditos biodegradables?

10 a 13 dólares

14 a 17 dólares

18 a 20 dólares

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de cubetas para huevo biodegradables?

10 a 13 dólares

14 a 17 dólares

18 a 20 dólares

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una docena de forros para hojas biodegradables?

5 a 10 dólares

11 a 15 dólares

16 a 20 dólares

TUTORIAS



PLAN REVISIÓN 2

INFORME DE ORIGINALIDAD

1 %	1 %	0 %	2 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1 %
2	Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS Trabajo del estudiante	<1 %
3	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 19 words

Excluir bibliografía

Activo



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Línea de investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES COMESTIBLES Y NO COMESTIBLES EN EL CANTÓN MILAGRO.

ACOMPAÑANTE: ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA

DATOS DEL ESTUDIANTE			
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	AREVALO VELASTEGUI ROSARIO MARCELA	0942484320	INGENIERÍA COMERCIAL
2	ZAMBRANO GONZALEZ NATALI JOHANNA	1726489842	INGENIERÍA COMERCIAL

N°	FECHA	HORA		N° HORAS	DETALLE
1	05-06-2019	Inicio: 18:15 p.m.	Fin: 17:15 p.m.	1	EXPLICACIÓN DE LINEAMIENTOS PARA DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO. PLANTEAMIENTO DE IDEA DE NEGOCIO
2	19-06-2019	Inicio: 11:16 a.m.	Fin: 13:16 p.m.	2	REVISIÓN DE PLANTEAMIENTO DE IDEA DE NEGOCIO, DESCRIPCIÓN, MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y GENERAL.
3	24-06-2019	Inicio: 17:15 p.m.	Fin: 19:15 p.m.	2	REVISIÓN Y CORRECCIÓN DE DAFO Y MATRIZ FODA, ANÁLISIS DE MERCADO, MERCADO DE DEMANDA, INVESTIGACIÓN DE MERCADO.
4	01-07-2019	Inicio: 17:20 p.m.	Fin: 19:20 p.m.	2	REVISIÓN DE CAPÍTULO TRES, FLUJOGRAMAS, PROCESO ADMINISTRATIVO, TIPOS DE ORGANIZACIÓN, ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES, REVISIÓN DE INSTALACIONES
5	08-07-2019	Inicio: 17:20 p.m.	Fin: 19:20 p.m.	2	REVISIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, MANUAL DE FUNCIONES Y TIPO DE ORGANIZACIÓN
6	11-07-2019	Inicio: 11:15 a.m.	Fin: 13:15 p.m.	2	CORRECCIÓN DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN, ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, MANUAL DE FUNCIONES, FLUJOGRAMA DE PROCESO ADMINISTRATIVO, EXPLICACIÓN DE ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL
7	15-07-2019	Inicio: 17:17 p.m.	Fin: 19:17 p.m.	2	REVISIÓN ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL, PLAN DE COMPENSACIÓN Y MITIGACIÓN,
8	17-07-2019	Inicio: 09:17 a.m.	Fin: 10:17 a.m.	1	CORRECCIÓN DEL ENVÍO DE CORRECCIÓN DEL ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL MISMO QUE INCLUYE LA MITIGACIÓN Y COMPENSACIÓN
9	22-07-2019	Inicio: 17:15 p.m.	Fin: 19:15 p.m.	2	EXPLICACIÓN Y DESARROLLO DE ESQUEMAS DE LA PARTE ECONÓMICA DEL PLAN DE NEGOCIO
10	29-07-2019	Inicio: 18:13 p.m.	Fin: 19:13 p.m.	1	REVISIÓN DE LA PARTE ECONÓMICA DEL PLAN DE NEGOCIO, EXPLICACIÓN DE LA PARTE FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIO.
11	01-08-2019	Inicio: 08:39 a.m.	Fin: 09:39 a.m.	1	CORRECCIÓN DE LA PARTE FINANCIERA
12	08-08-2019	Inicio: 17:15 p.m.	Fin: 18:15 p.m.	1	REVISIÓN DE ANÁLISIS PARTE FINANCIERA PARTE FINAL.
13	12-08-2019	Inicio: 10:11 a.m.	Fin: 11:11 a.m.	1	REVISIÓN DE DOCUMENTO DE ACUERDO A INFORME DE PLAGIO.
14	02-08-2019	Inicio: 08:30 a.m.	Fin: 10:30 a.m.	2	REVISIÓN DE PARTE FINANCIERA SE REESTRUCTURA LA PARTE FINANCIERA. SE TRABAJA CON LAS EGRESADAS

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 28
 Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
 Telefax: (04) 2715187
 Milagro - Guayaquil - Ecuador

VISIÓN
 Ser una universidad de docencia e investigación.

DIRECCIÓN DE CARRERA
 Ingeniería Comercial

MISIÓN
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud positiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demandan el sector externo, contribuyendo al

REPÚBLICA DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA
PROFESOR(A)

AREVALO VELASTEGUI ROSARIO MARCELA
ESTUDIANTE

ZAMBRANO GONZALEZ NATALI JOHANNA
ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Commutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro - Azuay - Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al

www.unemi.edu.ec