



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE NEGOCIOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE
FABRICACIÓN DE ESTROPAJOS DE LIMPIEZA EN EL SECTOR NORTE
DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE CONTADOR PÚBLICO AUTORIZADO**

AUTOR:

JESSENIA XIOMARA ALVARADO PAZMIÑO

TUTOR:

ING. ECON. CPA. RODRIGO MORA, MAE. MGS. MSC.

SAMBORONDÓN, ENERO 2015

Índice

2. Justificación	6
3. Problema a resolver	6
4. Objetivo General	7
5. Resumen Ejecutivo.....	7
6. Misión y Visión.....	9
7. Metas.....	9
8. Viabilidad legal	10
9. Análisis de mercados	13
9.1 Mercado Objetivo	13
9.2 Análisis PESTAL.....	22
9.3 Análisis FODA	30
9.4 Análisis de las 4 Ps	30
9.5 Análisis de la demanda y oferta	34
9.6 Estrategia de diferenciación	39
9.7 Acciones de promoción.....	40
9.8 Canal de distribución	43
10. Análisis Operativo.....	44
10.1 Localización y descripción de las instalaciones	44
10.2 Método de producción	46
10.3 Capacidad instalada	50
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, O T I D A.....	51
10.5 Recursos humanos	53
11. Análisis Financiero.....	54
11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años	54



11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años.....	57
11.3 Análisis del punto de equilibrio.....	58
11.4 Análisis de sensibilidad.-	59
11.4.1 Escenario probable.	59
11.4.2 Escenario pesimista.-	60
11.4.3 Escenario optimista.-.....	61
11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.	62
11.6 Índices financieros.	63
12. Viabilidad del proyecto (conclusiones).....	63
Bibliografía	64
ANEXOS	68
ANEXO 1.....	68
ANEXO 2.....	69
ANEXO 3.....	70
ANEXO 4.....	71
ANEXO 5.....	73
ANEXO 6.....	76
ANEXO 7.....	77
ANEXO 8.....	78



Índice de tablas

TABLA 1.....	14
TABLA 2.....	15
TABLA 3.....	17
TABLA 4.....	18
TABLA 5.....	19
TABLA 6.....	21
TABLA 7.....	25
TABLA 8.....	26
TABLA 9.....	26
TABLA 10	30
TABLA 11	32
TABLA 12	33
TABLA 13	35
TABLA 14.....	63



Índice de figuras

FIGURA 1.....	17
FIGURA 2.....	19
FIGURA 3.....	20
FIGURA 4.....	21
FIGURA 5.....	31
FIGURA 6.....	41
FIGURA 7.....	41
FIGURA 9.....	47
FIGURA 10.....	47
FIGURA 11.....	48
FIGURA 12.....	48
FIGURA 13.....	49
FIGURA 14.....	49
FIGURA 15.....	50
FIGURA 16.....	51
FIGURA 17.....	52



2. Justificación

Al existir la oportunidad de desarrollar el negocio de la producción y comercialización de los estropajos de limpieza, es importante establecer un modelo de fabricación que permita medir el impacto de este proyecto en los aspectos: político, económico, social, tecnológico y ambiental; a fin de analizar y establecer oportunamente los correctivos a los problemas que se pudieran suscitar, así como también para aprovechar las ventajas que el proyecto presente.

Generalmente uno de los inconvenientes que se presenta al iniciar un negocio es el desconocimiento de sistemas administrativos, de logística y comercialización por parte de los emprendedores, para ello el plan de negocios permitirá establecer los costos reales de los productos fabricados, contemplando todos los costos de inversión operativos que el negocio requiere.

3. Problema a resolver

Este trabajo propuesto, presentará un modelo para implementar una fábrica de estropajos de limpieza que será una nueva fuente de empleos en la ciudad de Guayaquil.

Para la creación de una fábrica de estropajos, es necesario evaluar los aspectos: financieros, administrativos, de comercialización y distribución y su impacto tanto para el inversionista como para el mercado objetivo.



Al momento no existe un modelo establecido que sirva de guía para el inversionista en la implementación de este tipo de fábricas en la ciudad de Guayaquil, de allí la importancia de investigar y establecer los elementos necesarios para dicha implementación.

Este estudio comprenderá la investigación de los aspectos formales para el establecimiento de una fábrica de estropajos de limpieza en Guayaquil, el análisis del proceso de elaboración y comercialización, los componentes necesarios para fabricar, los requisitos necesarios para su comercialización en el mercado, la medición y análisis financiero estableciendo la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, con lo que se obtendría una guía para el inversionista que abarca los diferentes aspectos que se debe considerar al momento de invertir en este tipo de negocio.

4. Objetivo General

Proponer un plan de negocios en la implementación de un modelo de fabricación de estropajos de limpieza en el sector norte de Guayaquil.

5. Resumen Ejecutivo

El negocio consiste en la instalación de la fábrica de estropajos “La Doradita” que se dedicará a la producción y comercialización de este producto elaborado con alambre dorado que será importado desde China. Su producción inicial será de 60.000 unidades al mes proyectadas con base en el número de



familias que habitan en el sector norte de Guayaquil y considerando la capacidad de producción de la máquina trefiladora.

La inversión inicial es de US\$ 72.288,78 que será financiada por capital propio US\$ 42.288,78 y US\$ 30.000, mediante crédito bancario a una tasa de interés del 11,83% anual. Sin embargo, existe la posibilidad de acceder a los programas de crédito de la CFN que tienen tasas inferiores lo que garantizaría un costo competitivo.

En los estudios realizados se observó que las amas de casa buscan constantemente productos de precio económico y de buena calidad, además de que este segmento de mercado realiza sus compras de manera preferente en las tiendas barriales. En la actualidad el precio de venta de la competencia es superior al precio de venta establecido para el producto, además de ello existe el impulso gubernamental para el consumo de productos nacionales elaborados por PYMES, con lo cual existe otra ventaja competitiva frente a las grandes empresas.

“La Doradita” se diferencia de la competencia por su calidad a bajo costo que le permite tener un precio de venta por debajo de la competencia y porque su canal de distribución son los minoristas, lo que le permitirá tener mayor acceso al estrato socioeconómico medio que está en constante crecimiento. Para ello también se han planificado estrategias de marketing que permitan posicionar a la marca “La Doradita” en el mercado.



Este proyecto presenta liquidez durante los cinco años proyectados, por lo que no habrá necesidad de solicitar financiamiento posterior al inicial y el plazo de recuperación es de 27 meses. La Tasa Interna de Retorno es de 48,21% y el VAN es de US\$ 63.719,09 considerando un 20% en el costo de oportunidad.

En cuanto a la sensibilidad del negocio en los tres posibles escenarios, se ha demostrado que el negocio es rentable aun con altos incrementos en los aranceles de importación, lo cual resulta atractivo para el inversionista. También se presentan buenos resultados en la rentabilidad sobre las ventas, la rentabilidad sobre los activos y la rentabilidad sobre el capital propio.

6. Misión y Visión

Misión: Producir y comercializar estropajos de limpieza de excelente calidad, elaborados con propiedades que permitan satisfacer las necesidades de las amas de casa en el aseo del hogar, a un precio justo.

Visión: En el año 2020 ampliar la producción y cubrir toda la ciudad de Guayaquil, convirtiendo a “La Doradita”, en una marca posicionada como la mejor opción en el mercado, por calidad y precio.

7. Metas

- Optimizar los costos manteniendo la productividad en la producción de “La Doradita”.



- Mantener una campaña de marketing enfocada hacia el consumidor y el minorista.
- Mantener un margen de rentabilidad neta de ventas mínimo del 12% anual a partir del tercer año de operaciones.

8. Viabilidad legal

Para participar en calidad de promotor o fundador de una Compañía Anónima en el Ecuador, de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Compañías, Código de Comercio, Código Civil, se requiere capacidad civil para contratar; sin embargo, no podrá constituirse entre cónyuges, ni entre padres e hijos no emancipados.

Superintendencia de Compañías:

Requisitos:

Para iniciar el trámite es necesario registrarse en la página web y llenar el formulario al cual se adjuntarán los documentos legales. Luego se debe realizar el pago, en una institución Bancaria, del valor por el servicio notarial con lo cual un Notario realizará la validación de la información y el señalamiento de fecha para firmar las escrituras y los nombramientos de los representantes de la compañía.

Esta documentación se enviará al Registro Mercantil para su validación e inscripción por el sistema, creando un expediente que se enviará al SRI para que asigne el número de RUC con lo que termina el proceso de constitución de la compañía de manera electrónica y obtención del Registro Único del Contribuyente.



También se deberá obtener los siguientes permisos Municipales:

Municipalidad de Guayaquil: Permiso de Uso de suelo

Los requisitos son: Pago de la tasa para iniciar el trámite y llenar un formulario que se presentará en el Departamento de Uso de Suelo de la Municipalidad de Guayaquil.

Municipalidad de Guayaquil: Patentes Municipales

Las personas naturales o jurídicas que realicen actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que realicen sus actividades en el cantón Guayaquil, deben obtener la Patente Municipal, para lo cual se requiere lo siguiente:

Adjuntar al formulario el Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos y una copia, el Registro Único del Contribuyente, las fotocopias de cédula de identidad y certificado de votación, el nombramiento del representante legal y una fotocopia de la escritura de constitución. Con esta documentación se iniciará el trámite para el respectivo pago de la Patente Municipal.

Municipalidad de Guayaquil: Tasa de Habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.

Este documento permite el funcionamiento de los locales comerciales, previa la inspección por parte de un representante del Municipio de Guayaquil. Los documentos requeridos son los siguientes:



Realizar el pago de tasa de trámite para la Tasa de Habilitación y llenar el formulario adjuntando una fotocopia del pago de los predios urbanos, el original y la fotocopia de la Patente Municipal, fotocopia del RUC, de la cédula, del certificado de votación y del nombramiento de representante legal y agregar un croquis para la ubicación del negocio.

Con esta documentación se genera un comprobante para realizar el pago de la Tasa de Habilitación.

Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil:

Los establecimientos tienen la obligación de obtener el certificado, para lo cual deben adquirir un extintor o realizar la recarga anual, esto depende de las dimensiones del local. Los requisitos para el trámite de certificación son:

Presentar el original y una fotocopia de compra o recarga de extintor reciente, adjuntar la fotocopia del Registro Único del Contribuyente, fotocopias de la cédula, del certificado de votación y del nombramiento de representante legal. Con esta documentación se iniciará el trámite de inspección del local y emisión del certificado.

IESS.-

Para la contratación de personal se deberá obtener el registro patronal mediante el sistema de historia laboral en la página web del IESS en línea, en la opción Empleadores. Una vez que se llena la información se deberá entregar en las



oficinas del IESS la solicitud de entrega de clave firmada con los documentos habilitantes para que el funcionario emita la clave por primera vez y poder realizar el aviso de entrada de los afiliados.

Registro de marca.-

Previo a realizar el registro de marca, corresponde realizar la búsqueda de antecedentes para verificar que en el mercado no existan signos parecidos o similares que puedan impedir el trámite de registro.

Una vez que se presente la solicitud, la marca será examinada de acuerdo a los requisitos de forma y se publicará en la Gaceta de Propiedad Industrial para que terceros tengan conocimiento de la solicitud de registro de marca. Al no existir oposición, se efectuará el examen de registrabilidad y finalmente la emisión de la resolución de aceptación o rechazo del registro, en caso de concesión se emite el título de registro con lo que concluye el trámite. (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

9. Análisis de mercados

9.1 Mercado Objetivo

El producto está dirigido a las amas de casa y trabajadoras del servicio doméstico que son quienes en su mayoría realizan las labores de limpieza del hogar.

Es evidente el cambio en el estilo de vida de las familias, en donde años atrás el ama de casa se dedicaba al cuidado del hogar y ahora además de ello, realiza



actividades laborales fuera del hogar para complementar los ingresos de la familia. Por esta razón el ama de casa siempre está en la búsqueda de productos que le permitan simplificar tiempo y esfuerzo en las actividades necesarias para el bienestar familiar. (Palacios Sedamanos, 2013)

Las trabajadoras del servicio doméstico como asistentes en la administración de la casa, realizan labores de: cocina, limpieza y asistencia del hogar; siendo muchas veces las encargadas de realizar las compras, escogiendo los productos de acuerdo no solo a las necesidades de la casa, sino también productos que le sean útiles para sus labores y que justifiquen su utilidad en calidad y precio.

La estructura por edad de los jefes de hogar es la siguiente:

TABLA 1

<i>ESTRUCTURA POR EDAD DE LOS JEFES DE HOGAR</i>		
Indicadores	Área	
	Urbana	Rural
Edad promedio del jefe(a)	47	50
Jefes (as) menores de 25 años	5,90%	5,30%
Jefes (as) de 25 a 44 años	41,20%	36,20%
Jefes (as) de 45 a 64 años	38,20%	35,50%
Jefes (as) de 65 años y más	14,70%	23,10%
Fuente: INEC		

De acuerdo a esta información, el mercado objetivo está concentrado en las edades entre 25 y 64 años de edad. (INEC, 2012)



Recolección de datos.-

Se realizó mediante encuestas a 399 amas de casa de hogares ubicados en las etapas de las ciudadelas Sauces y Alborada, en la parroquia Tarqui al norte de la ciudad de Guayaquil.

En la encuesta se realizaron preguntas acerca de la frecuencia de compra de los estropajos de limpieza, el tipo de estropajo que prefieren las amas de casa, las marcas de estropajo que utilizan, y el criterio para elegir comprar un producto. (Thompson, 2013)

Tamaño de la Muestra.-

El tamaño de la muestra se determinó teniendo en cuenta la cantidad de hogares de la parroquia Tarqui, esto es, 276.533 hogares dando como resultado 384 hogares.

TABLA 2

N: Tamaño de la población

n: Tamaño de la muestra

Z: 95% de confianza

σ : Desviación estándar de la población

e: Error muestral

Tabla de cálculos	
N:	276.533
Z:	1,96
e:	0,05
σ :	0,5
Z ² :	3,8416
e ² :	0,0025
σ^2 :	0,25

Fórmula:

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



$$n: \frac{(3,8416) (0,25) (276.533)}{((0,0025) (276.533-1))+ (3,8416) (0,25)}$$

$$n: \frac{265582,2932}{(691,33)+ (0,9604)}$$

$$n: \frac{265582,2932}{692,2904}$$

$$n: 383,63$$

No obstante el resultado obtenido, se recolectó la información de 399 hogares para este estudio de mercado.

Procesamiento de la información.-

Luego de recopilar la información mediante encuestas a las 399 amas de casa, se realizó la organización de los datos mediante tablas de frecuencias para elaborar los gráficos estadísticos. (Batanero, 2011)

Interpretación de la investigación.-

A continuación se mostrarán los gráficos como resultado de la investigación realizada:

Se preguntó a las amas de casa la frecuencia con que compran los estropajos de limpieza y los resultados son los siguientes:



TABLA 3
Tabla de frecuencia de compra de estropajos

Frecuencia de compra de estropajos	# Amas de casa	%
Cada mes	346	86,72
Cada dos meses	40	10,03
Cada tres meses	13	3,26
TOTAL	399	100,00

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las
ciudades de Saucel y Alborada

El 86,72% de las amas de casa compran estropajos de limpieza cada mes; el 10,03% los compra cada dos meses y el 3,26% los compra cada tres meses.

A continuación se podrá observar el gráfico de los resultados para una mejor apreciación:

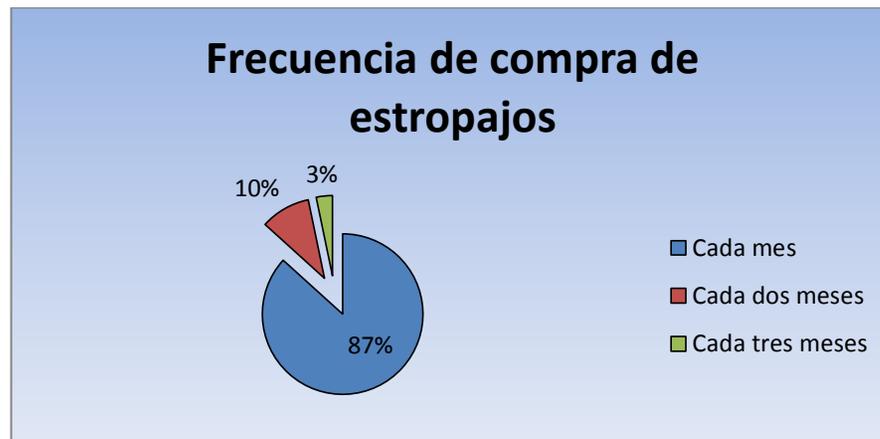


FIGURA 1. Frecuencia de compra de estropajos.

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las Ciudades de Saucel y Alborada



Se preguntó a las amas de casa por las marcas de estropajo que ellas compraban y el resultado es el siguiente:

TABLA 4

Marca de estropajos que compran las encuestadas

Marcas de estropajo que compra	# Amas de casa	%
SCOTCH BRITE	159	39,85
ESTRELLA	27	6,77
CLEAN BALL	53	13,28
ARTESANAL	80	20,05
BON BRILL	27	6,77
SOL DE ORO	27	6,77
OTROS	26	6,52
TOTAL	399	100,00

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las ciudadelas Sauces y Alborada

Se observa que la marca Scotch Brite está presente en la preferencia de las amas de casa en un 39,85%; le sigue la marca Artesanal con un 20,05% y luego la marca Clean Ball con el 13,28% de preferencia entre las tres marcas con mayor porcentaje de preferencia, las otras marcas tienen entre el 6% y el 7% de preferencia.

A continuación se podrá observar el gráfico de los resultados para una mejor apreciación:



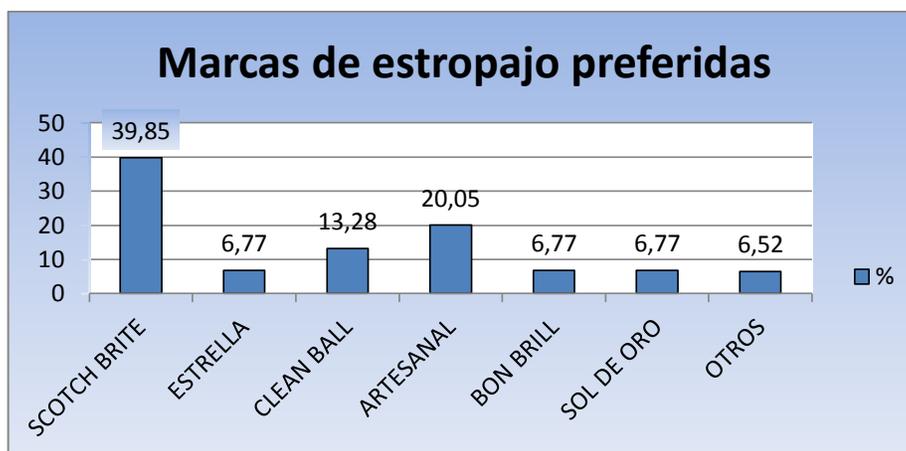


FIGURA 2. Marcas de estropajos preferidas.

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las Ciudades Saucos y Alborada

Se preguntó a las amas de casa por el tipo del estropajo que prefieren y se les mencionó tres opciones entre los componentes más usados para elaborarlos, el resultado es el siguiente:

TABLA 5

Tabla de preferencia de los componentes del estropajo

Componentes de estropajos que prefiere	# Amas de casa	%
Alambre	239	59,90
Esponja	133	33,33
Tela	27	6,77
TOTAL	399	100,00

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las ciudades Saucos y Alborada



Se observa que el 59,90 de las amas de casa prefieren el estropajo compuesto de alambre; el 33,33% prefieren el estropajo de esponja y el 6,77% prefieren el estropajo de tela.

A continuación se podrá observar el gráfico de los resultados para una mejor apreciación:

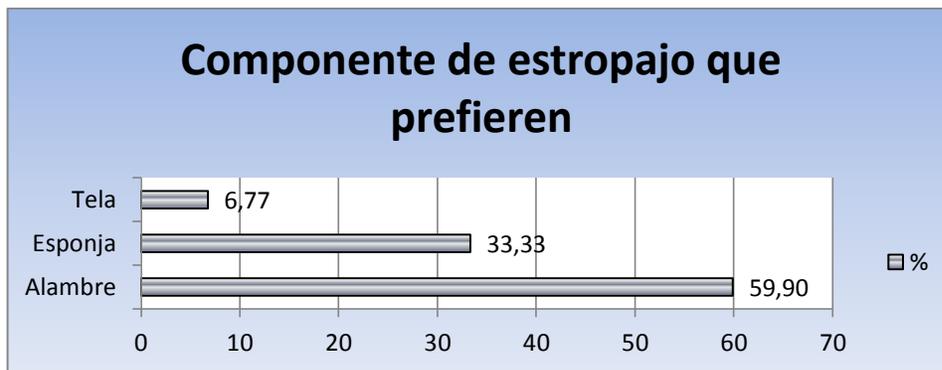


FIGURA 3. Componente de estropajo que prefieren las encuestadas.

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las Ciudades Saucos y Alborada

Se preguntó a las amas de casa acerca del criterio que ellas emplean al momento de elegir entre las diferentes opciones de estropajo de limpieza en el mercado y los resultados son los siguientes:



TABLA 6***Criterio de las encuestadas al momento de comprar estropajos***

Criterios de compra	# Amas de casa	%
Precio	160	40,10
Marca	80	20,05
Ambos	159	39,85
TOTAL	399	100,00

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa
de las ciudadelas Sauces y Alborada

Se observa que el 40,10% de las amas de casa eligen comprar los estropajos de limpieza por precio; el 20,05% prefiere comprarlos de acuerdo a la marca y el 39,85% observa precio y marca al momento de elegir el estropajo de limpieza que comprará.

A continuación se podrá observar el gráfico de los resultados para una mejor apreciación:

**FIGURA 4.** Criterios de elección de compra.

Fuente: Encuesta realizada a las amas de casa de las Ciudades Saucos y Alborada

Conclusiones.-

De los resultados obtenidos mediante el estudio de mercado, se observa que las amas de casa realizan compras inteligentes ya que no solo analizan el bajo costo del producto, sino que también asocian las marcas conocidas con mayores beneficios que el producto le dará, de esta manera garantizan el rendimiento del dinero por el tiempo de uso y la efectividad del producto.

También se observa que por la efectividad del producto, prefieren comprar estropajos de alambre (latón) y que el tiempo de uso del estropajo es de un mes.

De acuerdo a la investigación, las marcas de estropajo de limpieza que consumen mayormente son: Scotch Brite con 39.85%, seguida por la marca Artesanal con 20,05% y la marca Clean Ball con 13,28% la preferencia de las encuestadas.

9.2 Análisis PESTAL

Político.-

En el Ecuador durante los últimos ocho años, ha existido estabilidad política con un gobierno de tendencia ideológica socialista cuyas políticas públicas están



encaminadas a conseguir los objetivos propuestos en el plan nacional del buen vivir de los ecuatorianos.

También se está impulsado el proyecto de cambio de la matriz productiva, cuyo objetivo es incentivar la producción nacional con la aplicación de nuevas tecnologías de producción para mejorar tanto la productividad como la calidad de los productos que hasta ahora se venían ofreciendo en el mercado local, sustituyendo de esta manera la preferencia de consumo de productos importados, por el consumo de productos fabricados en el país. (Asamblea Nacional , 2015)

Para lograr este objetivo se han estructurado medidas de control de importación de productos terminados mediante la aplicación de cuotas de importación y elevación de los aranceles aduaneros; también se está aplicando el manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y sus proveedores con lo que se quiere lograr entre otros aspectos, el control preventivo de las relaciones contractuales, evitando prácticas abusivas, evitar la publicidad engañosa, promover el cumplimiento de la normativa INEN en todos los productos y que al menos el 15% de las compras sean realizadas a proveedores PYMES, con preferencia de Economía Popular y Solidaria. (Asamblea Nacional , 2015)

Económico.-

De acuerdo con información de los últimos cinco años del Banco Central del Ecuador y el análisis de la CEPAL respecto a la economía ecuatoriana, los índices



económicos se mantuvieron estables y en algunos años incluso mejoraron como es el caso de la inflación que el año 2013 cerró con el 2.7%.

Actualmente la Corporación Financiera Nacional está impulsando el programa Progresar que tiene como objeto otorgar créditos a los nuevos proyectos de emprendimiento sean estos pequeños o medianos.

El programa Progresar está conformado por tres productos financieros: Fondo de Garantía, Activos fijos y Capital de Riesgo.

El producto Fondo de garantía está dirigido para aquellos emprendedores que no disponen de garantías para acceder a un crédito; la concesión de los créditos se canaliza por medio de las instituciones del sistema financiero como socios estratégicos que participan en el programa; este crédito garantiza el 50% del capital del crédito a financiar de acuerdo al segmento empresarial o hasta US\$ 500.000,00 por beneficiario. (CFN, 2014)

El programa Activos fijos tiene como objetivo impulsar el cambio de la matriz productiva ofreciendo créditos con un plazo de hasta 15 años, con un período de gracia de hasta dos años y la tasa de interés desde el 6,9% hasta el 8% anual para proyectos nuevos o en marcha y los montos van desde US\$ 50.000,00 hasta US\$ 25'000.000,00 por sujeto de crédito. (CFN, 2014)

El programa Capital de Riesgo fue creado para financiar proyectos innovadores que aporten al crecimiento de la economía. En este programa se canalizan los recursos financieros que provienen de inversionistas privados y entidades gubernamentales. (CFN, 2014)



A continuación presento las cifras de algunos indicadores económicos:

Las tasas de variación del PIB durante los últimos cinco años han sido las siguientes: (Banco Central del Ecuador, 2014)

TABLA 7

PRODUCTO INTERNO BRUTO - PIB		
Precios de 2007 y Tasas de variación		
AÑO	USD millones	Tasa de variación
2014		5% *
2013	67.085	4,60%
2012	64.009	5,10%
2011	60.883	7,80%
2010	56.481	3,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

* Estimado de CEPAL para el 2014 sobre la base de cifras oficiales

El Directorio del Banco Central del Ecuador desde el mes de Agosto del año 2007, mantiene establecidas las tasas de interés activas efectivas para los diferentes segmentos productivos, los mismos que fueron disminuyendo progresivamente y durante los últimos cinco años no han tenido una variación significativa, correspondiendo para el sector productivo PYMES, la tasa activa efectiva máxima del 11,83% anual. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Los índices de inflación durante los últimos cinco años fueron los siguientes:



TABLA 8

INDICES DE INFLACIÓN EN ECUADOR	
AÑO	%
2014	3,67%
2013	2,70%
2012	4,16%
2011	5,41%
2010	3,33%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Los índices de desempleo durante los cinco últimos años fueron los siguientes:

TABLA 9

INDICE DE DESEMPLEO EN ECUADOR	
AÑO	%
2014	4,54%
2013	4,86%
2012	5,00%
2011	5,07%
2010	6,11%

Fuente: Banco Central del Ecuador

En cuanto a los tributos que gravan las rentas, en la actualidad se encuentra en el 22% el impuesto a la renta anual para las sociedades.



Social.-

De acuerdo a los datos publicados en la página web del INEC, en la actualidad la población del Ecuador es de 16'168.584 habitantes, representando el 2% de la población de América Latina con una densidad poblacional de 52 personas por Km².

En el cantón Guayaquil la población llega a 2'350.915 personas de las cuales el 50,7% son mujeres y la tasa de crecimiento poblacional es del 1,58% anual, siendo la parroquia Tarqui, ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, la más numerosa en población con 1'050.826 habitantes. (INEC, 2010)

El promedio de personas por hogar es de 3.8 de acuerdo al censo del año 2010 y la concentración de la población por grupos de edad está en la población de 15 a 64 años de edad que representa el 65.4% del total. (INEC, 2010)

En lo referente a la distribución de la renta, de acuerdo al coeficiente de GINI la desigualdad en la distribución del ingreso tiene una tendencia decreciente, debido a la disminución en los índices de desempleo. (INEC, 2012)

Respecto a la movilidad social, en Ecuador se han implementado políticas de inclusión económica a fin de evitar la caída en la pobreza y asegurar un piso de protección social.

También se han dado grandes cambios de estilo de vida de los ecuatorianos, tal es así que la población ecuatoriana está cada día más interconectado por el uso de los medios digitales, es así que según los datos del INEC año 2010, el 83.20% de



la población en Guayaquil dispone de teléfono celular, el 28,60% dispone de computadora y el 17.1% dispone de internet. (INEC, 2010)

En cuanto a los niveles de educación se están evidenciando importantes avances ya que tanto en el sistema educativo público como privado se encuentran estudiando el 33.10% de la población. También se han implementado grandes cambios en el modelo educativo nacional con lo que se estima lograr la excelencia académica.

Tecnológico.-

A través del impulso del proyecto de cambio de la matriz productiva y los esfuerzos de la industria nacional por insertar los procesos tecnológicos de innovación en sus procesos de producción, el gobierno está creando las condiciones para el mejoramiento de la productividad, una de las formas es a través de acuerdos con países como China que por ser un país de producción a gran escala podrá aportar con conocimientos y experiencias a los ecuatorianos. (Asamblea Nacional , 2015)

Ambiental.-

En Ecuador existe la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental como base legal para el control y prevención de la contaminación del medio ambiente, normativa que incluye el aprovechamiento de residuos y desperdicios de las PYMES. (Asamblea Nacional, 2003)



Legal.-

Las empresas ecuatorianas están sujetas al control de la Superintendencia de Compañías en el aspecto societario y al control de los tributos por medio del Servicio de Rentas Internas.

En cuanto a la normativa para las relaciones laborales, los trabajadores ecuatorianos están amparados bajo el Código de Trabajo y bajo esta norma, el Ministerio del Trabajo realiza los controles necesarios para garantizar el cumplimiento de la elaboración de contratos de trabajo y el pago de los beneficios sociales a los que tiene derecho el trabajador.

En materia de salud y seguridad social los trabajadores ecuatorianos están amparados bajo la Ley de Seguro Social Obligatorio y el Reglamento de Seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo que contemplan los temas de prestación de servicios de salud por parte del IESS y aspectos de seguridad e higiene del trabajo.

La seguridad para los consumidores, en los productos que adquieren, está garantizada por el control de cumplimientos de las normas INEN y del Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y sus proveedores, así como también dentro de dicha normativa se observan las relaciones comerciales en caso de negociaciones con supermercados.



9.3 Análisis FODA

A continuación se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio:

TABLA 10
Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
F1- Know how del proceso de producción eficiente	D1- Capacidad instalada limitada
F2- Personal capacitado	D2- La marca no es conocida en el mercado
Oportunidades	Amenazas
O1- Oportunidades por el proceso de cambio de la matriz productiva	<u>Circunstanciales:</u>
O2- Facilidad de acceso a créditos para PYMES	A1- Medidas arancelarias desfavorables en la importación de materia prima
O3- Mercado objetivo no atendido de manera eficiente	A2- Innovación de tecnología que disminuya costos de la competencia

9.4 Análisis de las 4 Ps

Producto.-

El estropajo de limpieza “La Doradita” está elaborado con alambre de color dorado que mide 0,14 milímetros de diámetro, fabricado con materia prima importada desde China, un alambre duro formado por una aleación de cobre y estaño y empacado en fundas individuales, cuyo peso aproximado es de 14 gramos.



El logotipo del estropajo de limpieza “La Doradita” es el siguiente:



FIGURA 5. Logotipo “La Doradita”

El estropajo “La Doradita” es la mejor herramienta para retirar los residuos del menaje de cocina sin dañar las manos de quien lo utiliza y sin rayar. Por ser fabricado con un alambre resistente de cobre y estaño, no se oxida ya que es muy resistente a la corrosión y ofrece mayor vida útil que la de otros estropajos de limpieza.

Precio.-

Se ha establecido el precio en función de los costos de producción, manteniendo como porcentaje de rentabilidad neto del 12% a partir del tercer año, el margen de rentabilidad cada año se incrementa por lo menos en el 1.8% aproximadamente debido al aumento de la demanda.



También se ha comparado el precio de venta al público del estropajo “La Doradita” que se estimó en US\$ 0,50 con el precio de productos similares ofrecidos en el mercado por la competencia, a fin de ofrecer un producto de calidad a precio económico por debajo del precio de los competidores para lograr mayor rapidez en el reconocimiento y la acogida de los consumidores finales.

A continuación detallo los precios de venta al público (consumidor final) de productos similares fabricados por la competencia:

TABLA 11

Precio de productos similares al estropajo “La Doradita” en el mercado

Producto	Precio de venta al público
Estropajo marca Estrella	USD 0,72
Estropajo marca Scotch Brite	USD 0,70
Estropajo marca Scour	USD 0,82
Estropajo marca Lustre	USD 0,62
Estropajo marca Master Brill	USD 0,66
Estropajo marca Solex	USD 0,73
Estropajo marca Mayik	USD 0,99

Fuente: Supermaxi, Mi comisariato, TIA.

El precio de venta al minorista del estropajo “La Doradita” es de US\$ 0,32 y está compuesto de la siguiente manera:



TABLA 12
Costos y gastos para obtener el producto y venderlo

Componentes del precio año 1	Valor	%
Costo de producción	USD 0,1518	47%
Gastos de operación	USD 0,1363	43%
Margen de utilidad neta	USD 0,0319	10%
Precio de venta minorista	USD 0,3200	100%

Fuente: Estados Financieros proyectados

Plaza.-

El canal de distribución serán las tiendas barriales y negocios dedicados a la venta de productos de primera necesidad ubicados en los barrios del sector norte de Guayaquil. El canal de distribución será: fabricante – minoristas – consumidor final.

Al efectuar constantes visitas ofreciendo el producto a las tiendas y negocios afines, logramos hacer un control del stock, la rotación del inventario y recopilamos información acerca de los gustos y preferencias del consumidor final. La intención es llegar a cubrir todo el sector norte de la ciudad de Guayaquil visitando cada tienda y realizando actividades de promoción.

Los agentes vendedores tomarán los pedidos de lunes a viernes y se realizará la facturación y despacho al siguiente día laborable después de tomar el pedido para lo cual se trasladarán en la camioneta de la empresa, los productos desde la bodega hasta los negocios minoristas para la venta al consumidor final.

Promoción.-



Para realizar la difusión de este producto, se utilizarán los medios convencionales: radio y prensa escrita; y para complementarlos se llevará a cabo una campaña digital a través de redes sociales, página web y actividades BTL.

También se realizarán alianzas estratégicas para dar a conocer el producto a través de los canales de distribución de un socio estratégico, llegando de manera eficiente al consumidor final. (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011)

9.5 Análisis de la demanda y oferta

Análisis de la demanda.-

En el cantón Guayaquil la población llega a 2'350.915 personas de las cuales el 50,7% son mujeres y la tasa de crecimiento poblacional es del 1,58% anual, siendo la parroquia Tarqui, ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, la más numerosa en población con 1'050.826 habitantes. (INEC, 2010)

El promedio de personas por hogar es de 3.8 de acuerdo al censo del año 2010 y la concentración de la población por grupos de edad está en la población de 15 a 64 años de edad que representa el 65.4% del total. (INEC, 2011)

De acuerdo a los resultados de la encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizado por el INEC en las ciudades: Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato, la distribución de la población por niveles socioeconómicos es la siguiente (INEC, 2011):



TABLA 13
Estratificación del nivel socioeconómico de los ecuatorianos

Nivel socioeconómico	%
Alto	1,90%
Medio alto	11,20%
Medio típico	22,80%
Medio bajo	49,20%
Bajo	14,90%
Total	100,00%
Fuente: INEC	

Hábitos de consumo, gustos y preferencias.-

Los hábitos de consumo de los ecuatorianos han cambiado junto con el uso de la tecnología de información y comunicación (TIC), tal es así que se han incrementado 60 ítems al listado de productos de la canasta básica con el fin de actualizar la valoración del gasto familiar.

El producto está incluido en el grupo de gasto de consumo en muebles, artículos para el hogar y la conservación ordinaria del hogar, ya que los estropajos de limpieza son herramientas básicas para el hogar, por su aporte en la conservación del menaje de cocina y porque simplifican el trabajo de las amas de casa y trabajadoras del servicio doméstico.

Niveles de ingresos y gastos de la población.-



El 83,5 % del ingreso monetario de los hogares ecuatorianos proviene del trabajo asalariado o independiente, el 12,50% proviene de las transferencias corrientes, el 2.6% se genera de la renta de la propiedad y del capital y el 1,4% corresponde a otros ingresos. (INEC, 2012)

El nivel de ingreso monetario promedio mensual del hogar en el área urbana, en donde está localizado el mercado objetivo, es de US\$ 841,00 mientras que el nivel de gastos de consumo promedio mensual del hogar en el área urbana es de US\$ 720,00. (INEC, 2012)

Precios de los productores.-

Los precios de venta al público de productos similares en el mercado fluctúan entre US\$ 0,62 y US\$ 0,99.

Se ha determinado que el precio de venta al público del estropajo “La Doradita” será de US\$ 0,50 lo cual le permitirá tener gran aceptación entre la población de estrato socioeconómico medio, por tener un precio económico accesible para todas las economías.

Expectativas de los compradores.-

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas, se ha determinado que al obtener el producto, los compradores esperan que este les facilite el trabajo de limpieza de menaje de cocina, ya que prefieren usar estropajo de alambre duro que no



cause daño, que sea un producto durable, que no se desintegre al usarlo (ya que eso sucede con muchos estropajos del mercado); y que tenga bajo costo.

Proyección de la demanda.-

Se proyectó la demanda del sector norte de la ciudad de Guayaquil, considerando que la población de la parroquia Tarqui, en donde se encuentran ubicadas todas las etapas de la ciudadela Alborada, tiene una población de 1'050.826 habitantes y que el promedio de personas por hogar es de 3.8, con lo cual obtuvimos el número de hogares en la parroquia Tarqui; esto es, 276.533 hogares en donde se encuentran las amas de casa y trabajadoras del servicio doméstico. (INEC, 2010)

Entre todas las etapas de la ciudadela Alborada hay 78.947 hogares aproximadamente, potenciales consumidores que cubriríamos inicialmente.

Por estar iniciando el negocio, se contará solo con una máquina trefiladora que tiene una capacidad de producción de 3360 unidades de estropajo diarias que significan 80.640 unidades de estropajo al mes. Se han estimado las ventas en función de los hogares de las ciudadelas Alborada y de la capacidad instalada durante los cinco años proyectados.

Análisis de la oferta.-

En Guayaquil participan en el mercado las siguientes empresas que producen estropajos similares al estropajo de limpieza “La Doradita”:



SOLEX ubicada en el Km 12 1/2 Vía a Daule, Guayaquil. Produce estropajo elaborado con alambre ultra fino galvanizado inoxidable de 0.24 mm Beckaert ideal, tejido en máquinas tricotasas Karl Muller de Alemania, y terminado el procedimiento en manos artesanales. Producto ecológico, distribuye a: Mi Comisariato - Supermaxi - Avícola Fernandez. (Solex, 2015)

DIMABRU ubicada en el Km 4 1/2 vía a Daule. Mapasingue Este Av. Segunda 133 y Calle Segunda.- Produce estropajo de alambre Estrella ® de acero inoxidable. Marcas que produce: ESTRELLA, FORTE, LIS, ZENTELLA, DON BRILLO (Dimabru, 2015)

UNILIMPIO ubicada en Mapasingue este Km 4 1/2 vía a Daule y Av. Cuarta Produce estropajos reforzados. Distribuye A: Kywi – Megakywi - Santa Maria - Megamaxi – Supermaxi – Aki - Gran Aki - Super Aki. (Unilimpio, 2015)

Dificultades, debilidades y ventajas de los oferentes.-

Las empresas que fabrican estropajos de limpieza similares tienen como mercado objetivo las grandes cadenas de supermercados, de manera que no tienen presencia significativa en los establecimientos de comercio al por menor ubicadas en el sector norte de Guayaquil, así como también mantienen precios altos por sus altos costos de producción ya que la infraestructura para la producción en gran escala genera altos costos de mantenimiento y depreciación, considerando además que algunas empresas de la competencia producen grandes volúmenes de estropajo pero siguen haciendo parte del proceso de producción de manera manual, específicamente



el darle la forma redonda a los estropajos y el empaque de los productos lo que significa altos costos de mano de obra y mayor necesidad de controles.

Si bien estas empresas tienen un alto ingreso por el volumen de producción que demandan las grandes cadenas de supermercados, también es cierto que deben tener un gran capital disponible para poder solventar los gastos en menor tiempo del que reciben los pagos por sus productos, puesto que es costumbre y práctica de comercio de las cadenas de supermercado, realizar los pagos a más de 45 días plazo mientras que el pago de la materia prima, sueldos y salarios y los gastos de mantenimiento, se los realiza cada 15 días.

Para estimar la oferta de estropajos de limpieza “La Doradita” se ha considerado la capacidad productiva de la máquina trefiladora, esto es, 3360 unidades de estropajo diarias que significan 80.640 unidades de estropajo al mes, lo cual cubre la demanda del producto en el mercado objetivo.

9.6 Estrategia de diferenciación

Se aplicará como estrategia la diferenciación de precio, para lo cual se ha logrado bajar los costos del producto, de tal manera que podemos ofrecer a los clientes minoristas un buen precio que les permitirá a ellos obtener un margen de rentabilidad superior al que les ofrecen las otras marcas y de esta manera ellos mismos ofrecerán preferentemente el producto a sus clientes, mencionándoles



como ventajas no solo la buena calidad y durabilidad, sino también el mejor precio del mercado. (Mintzberg, Quinn, & Voyer, 1997)

9.7 Acciones de promoción

Se realizarán las siguientes acciones de promoción.- Por medios convencionales:

Radio: Se creará una cuña radial, la cual será pautaada en los principales programas de las estaciones radiales que son escuchadas por el público objetivo, por ejemplo: Radio Canela, Radio Estrella, Radio Galaxia, Radio La Otra, etc.

Además, los locutores realizarán menciones del producto para reforzar la campaña en este medio.

Prensa escrita: Se realizarán publicaciones de un cuarto y hasta media página en los diarios más leídos por los consumidores: Diario Extra y el Semanario Notinorte.

Campaña en redes sociales y creación de página web: En Facebook, se realizará la creación del Fan page para promocionar el estropajo de limpieza “La Doradita” y se pautará en este mismo medio para ganar seguidores y dar a conocer el producto.





FIGURA 6. La Doradita en Facebook

En twitter, se abrirá una cuenta para ganar seguidores e interactuar con los consumidores, indicar novedades del producto, atender sugerencias, etc.



FIGURA 7. La Doradita en Twitter

Para captar la atención de los potenciales clientes, se efectuará una campaña en redes sociales (Facebook y Twitter) en la cual se indique que tenemos un concurso en el cual podrán participar, subiendo una foto en la que estén utilizando el



producto “La Doradita”, la imagen que tenga más “like” en Facebook y retweets en Twitter será la ganadora; el premio consistirá en un fin de semana en el Hotel Royal De Cameron Mompiche, en la provincia de Esmeraldas, con todos los gastos pagados para dos personas.

En internet, se construirá una página web institucional para informar sobre la empresa y su producto, realizar la difusión de sus bondades, indicar los puntos de venta en los cuales puede ser adquirido y recopilar información a través de la suscripción de noticias y boletines. (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011)

Material promocional: Se entregarán mini exhibidores de pared en las principales tiendas que adquieran el producto con la finalidad de llamar la atención y hacerlo más visible.

Actividades BTL: Se llevará en el horario de 10:00 a 12:00 a los distintos puntos de venta una persona para que, utilizando el disfraz del estropajo de limpieza “La Doradita”, baile e interactúe con los clientes y transeúntes afuera de las principales tiendas del sector llamando la atención de los consumidores. Se entregarán bolígrafos, gorras, camisetas, etc.

Alianzas estratégicas: Se realizarán alianzas con empresas fabricantes de productos posicionados en el mercado y que estén relacionados con la cocina para entregar por la compra de sus productos un estropajo gratis, a fin de que los



clientes conozcan el producto y lo prueben, estos podrían ser: aceite comestible, lavaplatos, etc. (Laseter, 2000)

9.8 Canal de distribución

El canal de distribución será el siguiente: fabricante – minorista – consumidor final.

La distribución se realizará a través de los clientes minoristas del sector norte de la ciudad de Guayaquil, cuyos establecimientos se encuentran ubicados estratégicamente en barrios que no cuentan con un supermercado cercano o en los que la población del sector por costumbre y comodidad, prefiere comprar los productos en las tiendas y negocios de venta de productos de primera necesidad cercanos a sus casas.

De acuerdo con el análisis sectorial realizado por el INEC, los establecimientos de venta de alimentos, bebidas o tabaco, representan el 50,5% del comercio minorista, siendo las tiendas el proyecto propio más común entre los emprendedores por ser negocios rentables, por las facilidades de instalación hasta en la misma vivienda, por las facilidades de crédito de los proveedores y por el bajo costo de inversión, de allí que se crearán tiendas con más frecuencia que los supermercados, siendo las tiendas el potencial distribuidor.

Para realizar una mejor cobertura del sector, los Agentes vendedores se encargarán de tomar los pedidos a los clientes minoristas, esto es, las tiendas y negocios dedicados a la venta de productos de uso doméstico y luego estos pedidos



serán despachados desde la bodega por medio del diseño de una ruta que seguirá el Chofer en la camioneta hasta llegar al establecimiento de cada cliente minorista.

Luego los minoristas se encargarán de ofrecer el producto a sus clientes que son los consumidores finales: amas de casa y trabajadoras del servicio doméstico.

10. Análisis Operativo

10.1 Localización y descripción de las instalaciones

La fábrica de estropajos de limpieza “La Doradita” tendrá sus instalaciones en el bien inmueble ubicado en Urdenor 1 Mz 101 solar 4, en la Av. Francisco de Orellana y Av. Agustín Freire al norte de la ciudad de Guayaquil; cuenta con los servicios de agua potable, energía eléctrica, servicios de telecomunicaciones y sistemas de seguridad pública y privada, en donde se alquilará una estructura de 250 metros cuadrados, de hormigón armado, de dos plantas con las garantías necesaria para mantener los equipos y materia prima almacenados y que está subdividida en cuatro áreas:

Área de fabricación: En donde se instalará la máquina trefiladora y la máquina selladora para que los operadores de las máquinas cada uno en su turno, realicen el proceso de fabricación del estropajo y empaque en paquetes de 50 unidades que serán entregados a Bodega para su almacenaje.



Área de bodega: El Bodeguero tendrá un espacio adecuado para el almacenamiento de los estropajos en paquetes de 50 unidades, desde este punto y previo el pedido y facturación, se realizará el despacho del producto al chofer que entregará la mercadería de acuerdo a la ruta asignada por la Gerencia.

Área de ventas: Los Agentes vendedores dispondrán de un espacio adecuado con escritorio y computadora para realizar los reportes de las ventas y la facturación correspondiente a las ventas del día, así como la atención a los clientes si estos requieren su atención en oficinas.

Área administrativa: La Gerencia dispondrá de una oficina adecuada para realizar el control de las actividades.

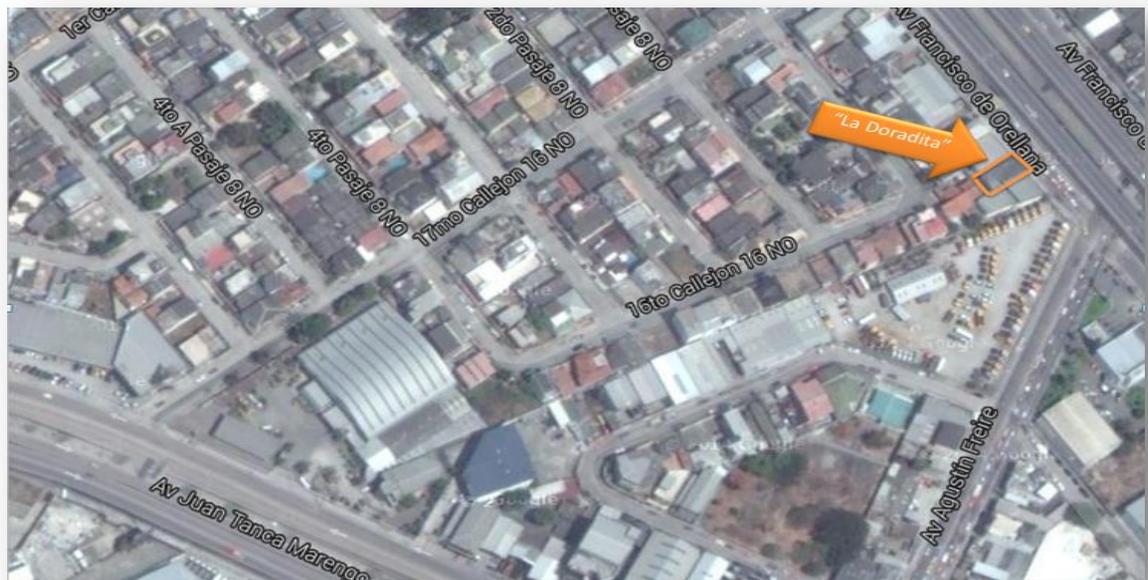


FIGURA 8. Ubicación de las instalaciones de la fábrica. Fuente: GoogleMap



10.2 Método de producción

El proceso de fabricación del estropajo de limpieza “La Doradita” se realiza utilizando una máquina trefiladora y una máquina selladora.

El proceso se realiza de manera mixta: mecánica y manual ya que el proceso de colocación del rollo de alambre al inicio de la jornada de producción es manual, luego se realiza el proceso de lubricación del alambre para lo cual cada media hora el operador de la máquina trefiladora pone aceite en un algodón que se encuentra instalado en la máquina trefiladora por el que pasa el alambre antes del proceso de laminación.

Tanto el proceso de laminación como la transformación del alambre en rizados, lo realiza la máquina trefiladora de manera automática y terminados estos procesos, el operador retira el alambre rizado en una cantidad de 14 gramos aproximadamente de manera manual para darle la forma redonda de presentación del producto, luego toma un empaque individual y sella el empaque de manera manual con la máquina selladora para ponerlo en un cesto hasta calcular tener listos los 50 estropajos individuales los cuales se ponen de manera manual en un empaque para la venta al cliente minorista.

El estropajo de limpieza “La Doradita” se fabrica con materia prima importada de China, un alambre de 0,14mm, siendo este producto de una aleación de cobre y estaño muy resistente que por sus componentes no se oxida. Los proveedores en China son: Tianjin Anber Metal Products Co. Ltd.; Power Materialise (HONGKONG) Company Limited; Tianjin Billion International Trade



Co. Ltd. y en Ecuador la compañía Comercio y Representaciones Industriales S. A. CORISA en la ciudad de Quito.



FIGURA 9. Rollo de alambre de 0.14mm

Este alambre que viene en un rollo se coloca a un lado de la máquina trefiladora que realizará el proceso de preparación del alambre para convertirlo en el estropajo.



FIGURA 10. Vista frontal de la máquina trefiladora.



El alambre primero pasa por un proceso de lubricación en aceite y luego se lo inserta en un guiador que lo llevará al tren de laminación para hacerlo plano.

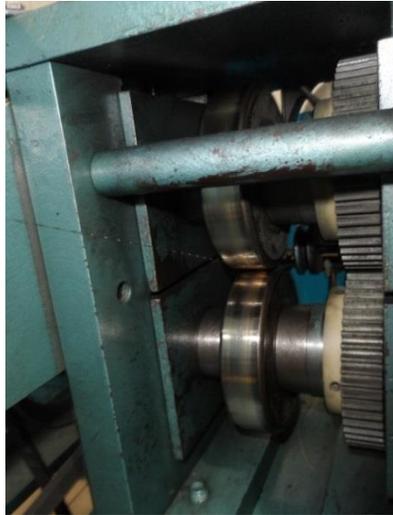


FIGURA 11. Proceso de laminación del alambre

Después pasa ligeramente entorchado sobre una broca que guiará el alambre para pasar entre un rulimán y un rodillo que se mueven de izquierda a derecha a una velocidad inferior a la del paso por el tren de laminación con la finalidad de realizar el rizo característico del estropajo.



FIGURA 12. Vista del proceso de rizado del alambre.



Una vez acumulados 14gramos de alambre, el operador de la máquina lo toma de manera manual para cortar el alambre y darle una forma redonda al estropajo.



FIGURA 13. Formación del estropajo

Luego empaca el estropajo en fundas plásticas transparentes de 11cm de ancho por 14 cm de largo que son selladas de manera manual en la máquina selladora, quedando el producto individual listo para la venta.



FIGURA 14. Proceso de empaque del estropajo La Doradita





FIGURA 15. Máquina selladora del empaque

10.3 Capacidad instalada

La máquina trefiladora tiene una capacidad de producción de 3.360 unidades de estropajo diarias en jornada de 14 horas diarias durante seis días a la semana, lo que daría un total mensual de 80.640 unidades de estropajo al mes y 967.680 unidades de estropajo al año.



10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, O T I D A

(Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento):



FIGURA 16. Diagrama de flujo del proceso de producción.



Diagrama de flujo del proceso de comercialización

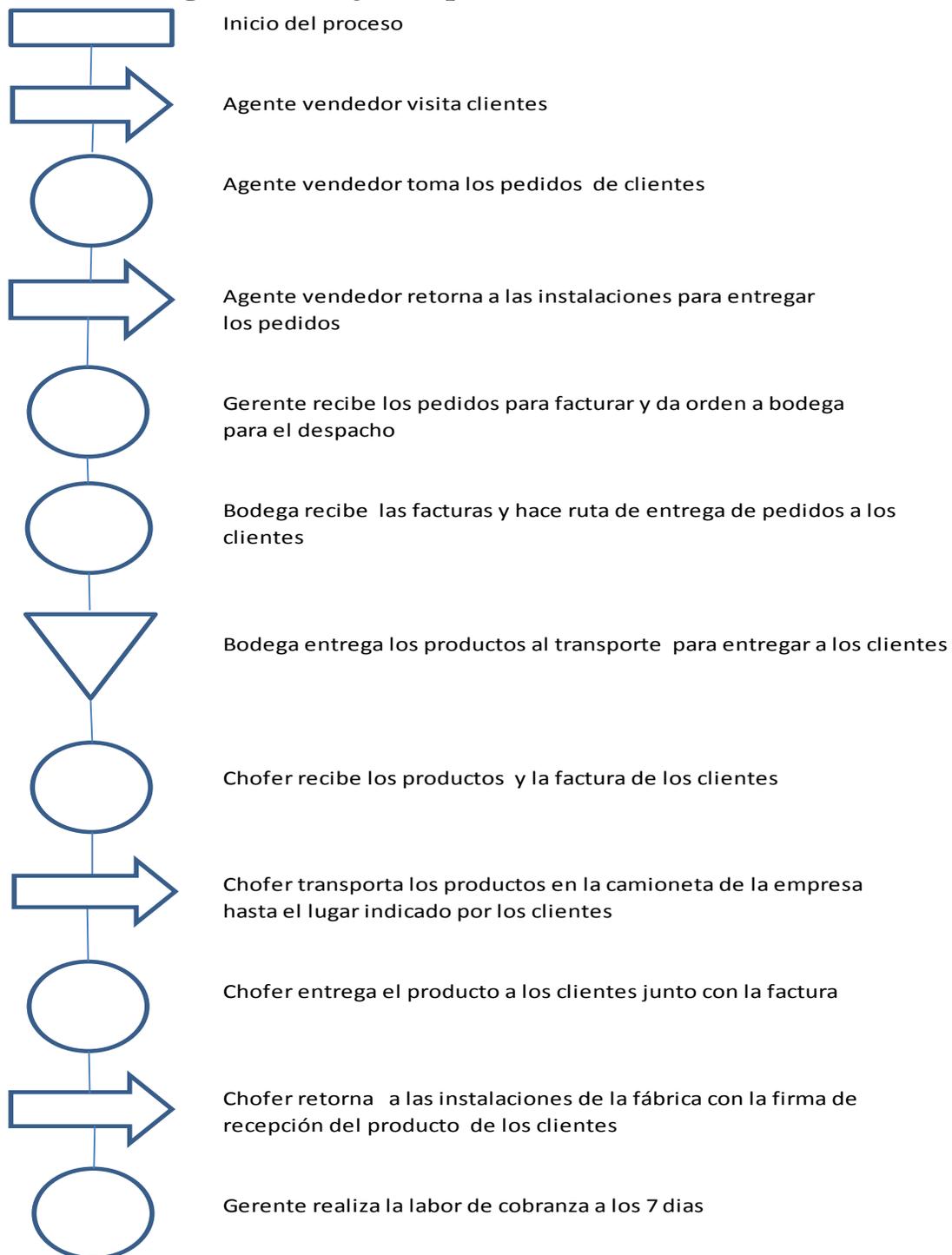


FIGURA 17. Diagrama de flujo del proceso de producción



10.5 Recursos humanos

El personal necesario para la producción y venta del estropajo de limpieza “La Doradita” es el siguiente:

2 Operadores de la máquina que trabajarán en turnos de 7 horas cada uno

1 Bodeguero

2 Agentes vendedores

1 Chofer

1 Gerente



11. Análisis Financiero

11.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 34.462,02	\$ 63.760,46	\$ 98.169,57	\$ 139.018,68	\$ 190.080,09	\$ 253.280,66
Total Activo Corriente	\$ 34.462,02	\$ 63.760,46	\$ 98.169,57	\$ 139.018,68	\$ 190.080,09	\$ 253.280,66
A. NO CORRIENTE						
Máquina trefiladora	\$ 7.656,94	\$ 7.656,94	\$ 7.656,94	\$ 7.656,94	\$ 7.656,94	\$ 7.656,94
Máquina selladora	\$ 27,32	\$ 27,32	\$ 27,32	\$ 27,32	\$ 27,32	\$ 27,32
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (702,78)	\$ (1.405,57)	\$ (2.108,35)	\$ (2.811,14)	\$ (3.513,92)
Computadores	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Muebles y Enseres	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora Multifuncional	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Teléfonos	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Archivadores	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Acondicionares de Aire 24 BTU	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Acondicionares de Aire 12 BTU	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Vehículos	\$ 24.812,50	\$ 24.812,50	\$ 24.812,50	\$ 24.812,50	\$ 24.812,50	\$ 24.812,50
Impresora matricial	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (5.640,58)	\$ (11.281,17)	\$ (16.921,75)	\$ (22.562,33)	\$ (28.202,92)
Total Activo NO Corriente	\$ 37.826,76	\$ 31.483,39	\$ 25.140,02	\$ 18.796,66	\$ 12.453,29	\$ 6.109,92
TOTAL ACTIVOS	\$ 72.288,78	\$ 95.243,85	\$ 123.309,60	\$ 157.815,34	\$ 202.533,38	\$ 259.390,58



PASIVOS**PASIVO CORRIENTE**

Porción Corriente de la Deuda	\$ 4.676,27	\$ 5.260,48	\$ 5.917,67	\$ 6.656,96	\$ 7.488,62	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 4.144,70	\$ 6.395,70	\$ 8.218,86	\$ 10.476,01	\$ 13.182,29
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 5.167,06	\$ 7.973,30	\$ 10.246,18	\$ 13.060,09	\$ 16.433,92
Total Pasivo Corriente	\$ 4.676,27	\$ 14.572,24	\$ 20.286,67	\$ 25.122,01	\$ 31.024,71	\$ 29.616,20

PASIVO NO CORRIENTE

Deuda a Largo Plazo	\$ 25.323,73	\$ 20.063,25	\$ 14.145,58	\$ 7.488,62	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 25.323,73	\$ 20.063,25	\$ 14.145,58	\$ 7.488,62	\$ -	\$ -

Total PASIVO	\$ 30.000,00	\$ 34.635,49	\$ 34.432,25	\$ 32.610,62	\$ 31.024,71	\$ 29.616,20
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

PATRIMONIO

Capital	\$ 42.288,78	\$ 42.288,78	\$ 42.288,78	\$ 42.288,78	\$ 42.288,78	\$ 42.288,78
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 18.319,58	\$ 46.588,57	\$ 82.915,94	\$ 129.219,89	\$ 187.485,59
Total PATRIMONIO	\$ 42.288,78	\$ 60.608,36	\$ 88.877,35	\$ 125.204,72	\$ 171.508,67	\$ 229.774,37

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 72.288,78	\$ 95.243,85	\$ 123.309,60	\$ 157.815,34	\$ 202.533,38	\$ 259.390,58
----------------------------------	---------------------	---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------



(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 230.400,00	\$ 255.590,40	\$ 282.427,39	\$ 311.002,40	\$ 341.411,52
(-) Costo de Venta		\$ (112.804,43)	\$ (119.821,75)	\$ (126.866,43)	\$ (133.939,57)	\$ (141.042,32)
(=) Utilidad Bruta		\$ 117.595,57	\$ 135.768,65	\$ 155.560,96	\$ 177.062,83	\$ 200.369,20
(-) Gastos Administrativos		\$ (57.474,58)	\$ (55.577,94)	\$ (59.385,44)	\$ (63.249,23)	\$ (67.171,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (29.188,80)	\$ (34.836,10)	\$ (39.323,67)	\$ (42.653,40)	\$ (44.827,23)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 30.932,18	\$ 45.354,61	\$ 56.851,85	\$ 71.160,19	\$ 88.370,40
(-) Gastos Financieros		\$ (3.300,84)	\$ (2.716,63)	\$ (2.059,44)	\$ (1.320,15)	\$ (488,49)
(=) UAIT		\$ 27.631,35	\$ 42.637,98	\$ 54.792,41	\$ 69.840,05	\$ 87.881,91
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (4.144,70)	\$ (6.395,70)	\$ (8.218,86)	\$ (10.476,01)	\$ (13.182,29)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (5.167,06)	\$ (7.973,30)	\$ (10.246,18)	\$ (13.060,09)	\$ (16.433,92)
UTILIDAD NETA		\$ 18.319,58	\$ 28.268,98	\$ 36.327,37	\$ 46.303,95	\$ 58.265,71



11.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA	\$ (37.826,76)					
UAIT		\$ 27.631,35	\$ 42.637,98	\$ 54.792,41	\$ 69.840,05	\$ 87.881,91
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.144,70)	\$ (6.395,70)	\$ (8.218,86)	\$ (10.476,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.167,06)	\$ (7.973,30)	\$ (10.246,18)	\$ (13.060,09)
EFFECTIVO NETO		\$ 27.631,35	\$ 33.326,22	\$ 40.423,41	\$ 51.375,01	\$ 64.345,81
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
(+) Aporte Accionistas	\$ 42.288,78					
(+) Préstamo concedido	\$ 30.000,00	\$ (4.676,27)	\$ (5.260,48)	\$ (5.917,67)	\$ (6.656,96)	\$ (7.488,62)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 34.462,02	\$ 29.298,44	\$ 34.409,11	\$ 40.849,11	\$ 51.061,41	\$ 63.200,56
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 34.462,02	\$ 63.760,46	\$ 98.169,57	\$ 139.018,68	\$ 190.080,09
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 34.462,02	\$ 63.760,46	\$ 98.169,57	\$ 139.018,68	\$ 190.080,09	\$ 253.280,66



11.3 Análisis del punto de equilibrio

COSTOS FIJOS

MOD (fija)	\$ 12.004,85
Deprec. Planta	\$ 702,78
Sueldos y Salarios / año	\$ 38.998,80
Serv. Básicos / año	\$ 3.600,00
Suministros / año	\$ 360,00
Asesoría / año	\$ 1.800,00
Internet y Celular	\$ 840,00
Permisos / año	\$ 350,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 5.640,58
Mant. Vehículo / año	\$ 1.800,00
Gastos Pre-operacionales	\$ 5.650,00
Publicidad anual	\$ 12.000,00
Gastos financieros	\$ 3.300,84
COSTO FIJO TOTAL	\$ 87.047,85

COSTOS VARIABLES

MD	\$ 94.996,80
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 4.200,00
Agua para limpieza de área de trabajo	\$ 300,00
Combustibles y Lubricantes	\$ 240,00
Mantenimiento Máquina	\$ 360,00
Transp. - Com. / año	\$ 1.320,00
Comisiones anuales	\$ 2.304,00
TOTAL	\$ 103.720,80

Unidades Prod. / Año 720.000

Costo Variable Unitario \$ 0,1441

Precio de Venta Unitario \$ 0,3200

$$PE = CF / (P - CVU)$$

PE = 494.749 unidades al año, o \$ 158.319,80 69%

PE = 41.229 unidades al mes, o \$ 13.193,32

El negocio debe producir 494.749 unidades al año o US\$ 158.319,80 para cubrir los costos y gastos, esto representa el 69% de las ventas.



11.4 Análisis de sensibilidad.-

11.4.1 Escenario probable.

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (72.288,78)					
VENTAS		\$ 239.155,20	\$ 265.302,84	\$ 293.159,63	\$ 322.820,49	\$ 354.385,16
(-) Costo de Venta		\$ (117.091,00)	\$ (124.374,97)	\$ (131.687,35)	\$ (139.029,28)	\$ (146.401,93)
(=) Utilidad Bruta		\$ 122.064,20	\$ 140.927,86	\$ 161.472,28	\$ 183.791,21	\$ 207.983,23
(-) Gastos Administrativos		\$ (57.474,58)	\$ (55.577,94)	\$ (59.385,44)	\$ (63.249,23)	\$ (67.171,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (29.188,80)	\$ (34.836,10)	\$ (39.323,67)	\$ (42.653,40)	\$ (44.827,23)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 35.400,82	\$ 50.513,82	\$ 62.763,17	\$ 77.888,58	\$ 95.984,43
(-) Gastos Financieros		\$ (3.300,84)	\$ (2.716,63)	\$ (2.059,44)	\$ (1.320,15)	\$ (488,49)
(=) UAIT		\$ 32.099,98	\$ 47.797,19	\$ 60.703,73	\$ 76.568,44	\$ 95.495,94
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.815,00)	\$ (7.169,58)	\$ (9.105,56)	\$ (11.485,27)
Pago de IR		\$ -	\$ (6.002,70)	\$ (8.938,07)	\$ (11.351,60)	\$ (14.318,30)
EFFECTIVO NETO		\$ 32.099,98	\$ 36.979,50	\$ 44.596,08	\$ 56.111,28	\$ 69.692,38
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 6.109,92
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 28.812,02
(+) Préstamo concedido		\$ (4.676,27)	\$ (5.260,48)	\$ (5.917,67)	\$ (6.656,96)	\$ (7.488,62)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (72.288,78)	\$ 33.767,07	\$ 38.062,39	\$ 45.021,77	\$ 55.797,68	\$ 103.469,06
TIR	53,90%		ESCENARIO PROBABLE			
VAN	\$ 76.827,43		VARIACIÓN			
Pay Back	2,01	años	3,80%	% Crecimiento PIB		
			3,80%	% Crecimiento PIB		



11.4.2 Escenario pesimista.-

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (72.288,78)					
VENTAS		\$ 230.400,00	\$ 255.590,40	\$ 282.427,39	\$ 311.002,40	\$ 341.411,52
(-) Costo de Venta		\$ (128.371,44)	\$ (136.357,15)	\$ (144.374,00)	\$ (152.423,23)	\$ (160.506,16)
(=) Utilidad Bruta		\$ 102.028,56	\$ 119.233,25	\$ 138.053,40	\$ 158.579,17	\$ 180.905,36
(-) Gastos Administrativos		\$ (57.474,58)	\$ (55.577,94)	\$ (59.385,44)	\$ (63.249,23)	\$ (67.171,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (29.188,80)	\$ (34.836,10)	\$ (39.323,67)	\$ (42.653,40)	\$ (44.827,23)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 15.365,17	\$ 28.819,21	\$ 39.344,29	\$ 52.676,53	\$ 68.906,56
(-) Gastos Financieros		\$ (3.300,84)	\$ (2.716,63)	\$ (2.059,44)	\$ (1.320,15)	\$ (488,49)
(=) UAIT		\$ 12.064,34	\$ 26.102,58	\$ 37.284,85	\$ 51.356,39	\$ 68.418,07
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.809,65)	\$ (3.915,39)	\$ (5.592,73)	\$ (7.703,46)
Pago de IR		\$ -	\$ (2.256,03)	\$ (4.881,18)	\$ (6.972,27)	\$ (9.603,64)
EFFECTIVO NETO		\$ 12.064,34	\$ 22.036,90	\$ 28.488,28	\$ 38.791,39	\$ 51.110,97
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 6.109,92
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 28.812,02
(+) Préstamo concedido		\$ (4.676,27)	\$ (5.260,48)	\$ (5.917,67)	\$ (6.656,96)	\$ (7.488,62)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (72.288,78)	\$ 13.731,43	\$ 23.119,79	\$ 28.913,97	\$ 38.477,80	\$ 84.887,66
TIR	30,78%		ESCENARIO PESIMISTA			
VAN	\$ 24.612,60		VARIACIÓN			
Pay Back	3,53	años	0,00%	En ingresos		
			13,80%	% Crecimiento PIB + % Incremento aranceles		



11.4.3 Escenario optimista.-

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (72.288,78)					
VENTAS		\$ 250.675,20	\$ 278.082,36	\$ 307.281,00	\$ 338.370,61	\$ 371.455,74
(-) Costo de Venta		\$ (117.091,00)	\$ (124.374,97)	\$ (131.687,35)	\$ (139.029,28)	\$ (146.401,93)
(=) Utilidad Bruta		\$ 133.584,20	\$ 153.707,38	\$ 175.593,65	\$ 199.341,33	\$ 225.053,81
(-) Gastos Administrativos		\$ (57.474,58)	\$ (55.577,94)	\$ (59.385,44)	\$ (63.249,23)	\$ (67.171,58)
(-) Gastos de Ventas		\$ (29.188,80)	\$ (34.836,10)	\$ (39.323,67)	\$ (42.653,40)	\$ (44.827,23)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 46.920,82	\$ 63.293,34	\$ 76.884,54	\$ 93.438,70	\$ 113.055,01
(-) Gastos Financieros		\$ (3.300,84)	\$ (2.716,63)	\$ (2.059,44)	\$ (1.320,15)	\$ (488,49)
(=) UAIT		\$ 43.619,98	\$ 60.576,71	\$ 74.825,10	\$ 92.118,56	\$ 112.566,51
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (6.543,00)	\$ (9.086,51)	\$ (11.223,76)	\$ (13.817,78)
Pago de IR		\$ -	\$ (8.156,94)	\$ (11.327,85)	\$ (13.992,29)	\$ (17.226,17)
EFFECTIVO NETO		\$ 43.619,98	\$ 45.876,78	\$ 54.410,75	\$ 66.902,50	\$ 81.522,56
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 6.109,92
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 28.812,02
(+) Préstamo concedido		\$ (4.676,27)	\$ (5.260,48)	\$ (5.917,67)	\$ (6.656,96)	\$ (7.488,62)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (72.288,78)	\$ 45.287,07	\$ 46.959,67	\$ 54.836,45	\$ 66.588,90	\$ 115.299,25
TIR	67,85%		ESCENARIO OPTIMISTA			
VAN	\$ 108.244,27		VARIACIÓN			
Pay Back	1,57	años	8,80%	% Crecimiento PIB + % Incremento en la demanda		
			3,80%	% Crecimiento PIB		



11.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

(Unidad de Valor Agregado del Estropajo "La Doradita")

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (72.288,78)					
UAIT		\$ 27.631,35	\$ 42.637,98	\$ 54.792,41	\$ 69.840,05	\$ 87.881,91
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.144,70)	\$ (6.395,70)	\$ (8.218,86)	\$ (10.476,01)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.167,06)	\$ (7.973,30)	\$ (10.246,18)	\$ (13.060,09)
EFFECTIVO NETO		\$ 27.631,35	\$ 33.326,22	\$ 40.423,41	\$ 51.375,01	\$ 64.345,81
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78	\$ 702,78
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 6.109,92
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 28.812,02
(+) Préstamo concedido		\$ (4.676,27)	\$ (5.260,48)	\$ (5.917,67)	\$ (6.656,96)	\$ (7.488,62)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (72.288,78)	\$ 29.298,44	\$ 34.409,11	\$ 40.849,11	\$ 51.061,41	\$ 98.122,50
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (72.288,78)	\$ (42.990,34)	\$ (8.581,23)			

TIR	48,21%
VAN	\$63.719,09
Pay Back	2,25 años



11.6 Índices financieros.

TABLA 14

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	7,95%	11,06%	12,86%	14,89%	17,07%
ROA	25,34%	29,68%	29,46%	29,34%	28,77%
ROE	30,23%	31,81%	29,01%	27,00%	25,36%

Fuente: Estados Financieros proyectados

El retorno en ventas ROS, a excepción del primer y segundo años en donde influyen los gastos pre-operativos y de promoción, siempre es mayor al 12% con un incremento anual promedio del 1.8% con lo cual se garantiza que la inversión recibirá una rentabilidad superior a la tasa de interés de préstamos para crédito productivo.

El retorno sobre los activos ROA calculado para los cinco años presenta porcentajes superiores al 25,34% resultado que indica un buen rendimiento en lo invertido en activos.

El retorno sobre el capital propio ROE se presenta en los cinco años por encima del 25,36% anual porcentaje superior al costo de oportunidad del 20% estimado para los inversionistas.

12. Viabilidad del proyecto (conclusiones)

El plan de negocios propuesto por ser un nuevo emprendimiento dentro del grupo de las PYMES puede participar en el programa de financiamiento Progresar que la Corporación Financiera Nacional impulsa como apoyo al proyecto de cambio de la matriz productiva.



Se realizaron encuestas a 399 amas de casa y trabajadoras del servicio doméstico acerca de sus preferencias, frecuencia de compra, marcas y criterio al momento de elegir el producto, dando como resultado que ellas eligen el producto dependiendo del precio y la marca, esta última es asociada con la calidad del producto por lo que, al ofrecer en el mercado el estropajo de limpieza “La Doradita” con un precio competitivo y excelente calidad, podemos competir no solo por precio y calidad sino también por estar más cerca de sus hogares ya que los minoristas son el canal de distribución del proyecto.

En el plan de negocios propuesto se han establecido los diferentes componentes necesarios para elaborar y comercializar estropajos de limpieza, así como el personal administrativo, de fábrica, de bodega y logística fundamental para el buen orden, se estableció el valor de la inversión inicial, las normas jurídicas que se deben seguir para la puesta en marcha del negocio y las estrategias de marketing. De acuerdo a los estudios realizados el plan de negocios es viable, factible y rentable.

Bibliografía

Asamblea Nacional . (19 de enero de 2015). *proecuador*. Obtenido de proecuador:

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>



Asamblea Nacional. (2003). *Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la prevención y control de la contaminación y sus normas técnicas.*

Banco Central del Ecuador. (2014). *Cuentas Trimestrales 20014.*

Banco Central del Ecuador. (Enero de 2015). *www.bce.fin.ec.*

Batanero, C. &. (2011). *Estadística con proyectos.*

CFN. (2014). *CFN.FIN.* Obtenido de CFN.FIN:

http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2009:el-programa-progresar-fortalecera-el-sector-productivo&catid=344:abril-2014&Itemid=883

Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (17 de enero de 2015). *bomberos guayaquil.*

Obtenido de bomberos guayaquil:

<http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/156-servicio-de-prevencion-contraincendios#O2>

Dimabru. (15 de enero de 2015). *Dimabru.* Obtenido de Dimabru:

http://www.dimabru.com.ec/pages/02_marcas.html

GAD de Guayaquil. (17 de enero de 2015). *guayaquil.gob.ec.* Obtenido de

[guayaquil.gob.ec: http://guayaquil.gob.ec/content/requisitos-para-obtener-la-tasa-de-habilitaci%C3%B3n](http://guayaquil.gob.ec/content/requisitos-para-obtener-la-tasa-de-habilitaci%C3%B3n)

Guayaquil, G. d. (17 de enero de 2015). *guayaquil.gov.ec.* Obtenido de

[guayaquil.gov.ec: http://www.guayaquil.gov.ec/content/solicitud-de-registro-de-patentes](http://www.guayaquil.gov.ec/content/solicitud-de-registro-de-patentes)



IESS. (17 de enero de 2015). *IESS*. Obtenido de IESS:

<http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

INEC. (2010). *Guayaquil cifra a cifra*.

INEC. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Obtenido de

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90

INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012*. Obtenido de www.ecuadorencifras.com.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (s.f.). *propiedadintelectual*. Obtenido

de propiedadintelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

Lamb, W., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México, DF: Cengage Learning.

Laseter, T. (2000). *Alianzas estratégicas con proveedores*. Bogotá: Ediciones Versalles.

Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico*. México, México: Pearson Educación.

Palacios Sedamanos, C. A. (2013). *Palacios Sedamanos, C. A., Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de lustre natural para lavar ollas a base de cáscara de arroz quemado y reciclado, y su comercialización en el cantón macará provincia de Loja*. Macará.



Servicio de Rentas Internas. (10 de 01 de 2015). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>

Solex. (14 de enero de 2015). *industriasolex*. Obtenido de *industriasolex*:

<http://industriasolex.com/index.php/esponjas-y-lanas-de-acero>

Superintendencia de Compañías y Valores. (15 de enero de 2015). *supercias*.

Obtenido de *supercias*:

<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Thompson, I. (2013). *Definición de encuesta*.

Unilimpio. (14 de enero de 2015). *Unilimpio*. Obtenido de Unilimpio:

<http://unilimpio.com/nuestras-marcas/>



ANEXOS**ANEXO 1.****ENCUESTA**

1.- ¿Con qué frecuencia compra estropajos?

Cada mes

Cada dos meses

Cada tres meses

2.- ¿Qué marcas de estropajo usted compra?

3.- ¿Qué tipo de estropajos sus clientes prefieren?

Alambre

Tela

Esponja

4.- Al momento de comprar estropajos, usted los elige por:

Precio

Marca

Ambos

Sector en donde se realizó la encuesta: _____

Encuestado _____



ANEXO 2.
INVERSION INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 37.826,76
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 5.650,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.812,02
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 72.288,78



ANEXO 3.
INGRESOS PROYECTADOS

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes	60.000	64.000	68.000	72.000	76.000
Precio de Venta	\$ 0,3200	\$ 0,3328	\$ 0,3461	\$ 0,3600	\$ 0,3744
Ingresos Mensuales	\$ 19.200,00	\$ 21.299,20	\$ 23.535,62	\$ 25.916,87	\$ 28.450,96
INGRESOS ANUALES	\$ 230.400,00	\$ 255.590,40	\$ 282.427,39	\$ 311.002,40	\$ 341.411,52



ANEXO 4.
COSTOS DE PRODUCCION

MATERIAL DIRECTO del ESTROPAJO LA DORADITA	COSTO UNITARIO por gramo	COSTO UNITARIO por PRESENTACIÓN 14g
MATERIAL DE EMPAQUE		\$ 0,0065
MATERIA PRIMA(ALAMBRE)	\$ 0,00896	\$ 0,1254
TOTAL MATERIALES DIRECTOS		\$ 0,1319

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS del ESTROPAJO LA DORADITA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 0,1319	\$ 0,1319	\$ 0,1319	\$ 0,1319	\$ 0,1319
Unidades al mes	60.000,00	64.000,00	68.000,00	72.000,00	76.000,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 7.916,40	\$ 8.444,16	\$ 8.971,92	\$ 9.499,68	\$ 10.027,44
Costo Material Directo / Año	\$ 94.996,80	\$ 101.329,92	\$ 107.663,04	\$ 113.996,16	\$ 120.329,28

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Obreros	2	\$ 354,00	\$ 708,00	41,3%	1.000,40
TOTAL	2		708,00		1.000,40

COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 1.000,40	\$ 1.040,42	\$ 1.082,04	\$ 1.125,32	\$ 1.170,33



Costo MOD / Año	\$ 12.004,85	\$ 12.485,04	\$ 12.984,44	\$ 13.503,82	\$ 14.043,97
------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica para Prod.	\$ 350,00	\$ 364,00	\$ 378,56	\$ 393,70	\$ 409,45
Agua para limpieza de área de trabajo	\$ 25,00	\$ 26,00	\$ 27,04	\$ 28,12	\$ 29,25
Combustibles y Lubricantes	\$ 20,00	\$ 20,80	\$ 21,63	\$ 22,50	\$ 23,40
Mantenimiento Máquina	\$ 30,00	\$ 31,20	\$ 32,45	\$ 33,75	\$ 35,10
Depreciación PP&E	\$ 58,57	\$ 58,57	\$ 58,57	\$ 58,57	\$ 58,57
CIF Mensuales	\$ 483,57	\$ 500,57	\$ 518,25	\$ 536,63	\$ 555,76
CIF ANUALES	\$ 5.802,78	\$ 6.006,78	\$ 6.218,94	\$ 6.439,59	\$ 6.669,06

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Material Directo / Año	\$ 94.996,80	\$ 101.329,92	\$ 107.663,04	\$ 113.996,16	\$ 120.329,28
Costo MOD / Año	\$ 12.004,85	\$ 12.485,04	\$ 12.984,44	\$ 13.503,82	\$ 14.043,97
CIF ANUALES	\$ 5.802,78	\$ 6.006,78	\$ 6.218,94	\$ 6.439,59	\$ 6.669,06
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 112.804,43	\$ 119.821,75	\$ 126.866,43	\$ 133.939,57	\$ 141.042,32

COSTO UNITARIO	\$ 0,1567
-----------------------	------------------



ANEXO 5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente	1	\$ 700,00	\$ -	\$ 700,00	41,3%	989,10
Bodeguero	1	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	41,3%	565,20
Chofer	1	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	41,3%	565,20
			\$ -	\$ -	41,3%	0,00
TOTAL	3			\$ 1.500,00		\$ 2.119,50

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 2.119,50	\$ 2.204,28	\$ 2.292,45	\$ 2.384,15	\$ 2.479,52
Sueldos y Salarios / año	\$ 25.434,00	\$ 26.451,36	\$ 27.509,41	\$ 28.609,79	\$ 29.754,18

Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 300,00	\$ 312,00	\$ 324,48	\$ 337,46	\$ 350,96
Serv. Básicos / año	\$ 3.600,00	\$ 3.744,00	\$ 3.893,76	\$ 4.049,51	\$ 4.211,49

Presupuesto de Suministros de Oficina

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 30,00	\$ 31,20	\$ 32,45	\$ 33,75	\$ 35,10
Suministros / año	\$ 360,00	\$ 374,40	\$ 389,38	\$ 404,95	\$ 421,15

Presupuesto de Alquiler de local

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de local	\$ 1.000,00	\$ 1.200,00	\$ 1.400,00	\$ 1.600,00	\$ 1.800,00
Alquiler de local / año	\$ 12.000,00	\$ 14.400,00	\$ 16.800,00	\$ 19.200,00	\$ 21.600,00



Presupuesto de Asesorías Contables y Legales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$ 150,00	\$ 156,00	\$ 162,24	\$ 168,73	\$ 175,48
Asesoría / año	\$ 1.800,00	\$ 1.872,00	\$ 1.946,88	\$ 2.024,76	\$ 2.105,75

Presupuesto de Internet y Celular

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$ 70,00	\$ 72,80	\$ 75,71	\$ 78,74	\$ 81,89
Internet y Celular	\$ 840,00	\$ 873,60	\$ 908,54	\$ 944,89	\$ 982,68

Presupuesto de Permisos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos / año	\$ 350,00				

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 470,05	\$ 470,05	\$ 470,05	\$ 470,05	\$ 470,05
Deprec. Área Adm. / año	\$ 5.640,58				

Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mant. Vehículo / mes	\$ 150,00	\$ 156,00	\$ 162,24	\$ 168,73	\$ 175,48
Mant. Vehículo / año	\$ 1.800,00	\$ 1.872,00	\$ 1.946,88	\$ 2.024,76	\$ 2.105,75

Presupuesto de Gastos de Pre-Operacionales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Pre-operacionales	\$ 5.650,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



GASTOS ADMINISTRATIVOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 25.434,00	\$ 26.451,36	\$ 27.509,41	\$ 28.609,79	\$ 29.754,18
Serv. Básicos / año	\$ 3.600,00	\$ 3.744,00	\$ 3.893,76	\$ 4.049,51	\$ 4.211,49
Suministros / año	\$ 360,00	\$ 374,40	\$ 389,38	\$ 404,95	\$ 421,15
Alquiler de local / año	\$ 12.000,00	\$ 14.400,00	\$ 16.800,00	\$ 19.200,00	\$ 21.600,00
Asesoría / año	\$ 1.800,00	\$ 1.872,00	\$ 1.946,88	\$ 2.024,76	\$ 2.105,75
Internet y Celular	\$ 840,00	\$ 873,60	\$ 908,54	\$ 944,89	\$ 982,68
Permisos / año	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58	\$ 5.640,58
Mant. Vehículo / año	\$ 1.800,00	\$ 1.872,00	\$ 1.946,88	\$ 2.024,76	\$ 2.105,75
Gastos Pre-operacionales	\$ 5.650,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 57.474,58	\$ 55.577,94	\$ 59.385,44	\$ 63.249,23	\$ 67.171,58



ANEXO 6. GASTOS DE VENTAS

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Agentes vendedores	2	\$ 400,00	\$ -	\$ 800,00	41,3%	1.130,40
TOTAL	2			\$ 800,00		\$ 1.130,40

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 1.130,40	\$ 1.175,62	\$ 1.222,64	\$ 1.271,55	\$ 1.322,41
Sueldos y Salarios / año	\$ 13.564,80	\$ 14.107,39	\$ 14.671,69	\$ 15.258,56	\$ 15.868,90

Presupuesto de Transporte para Comercialización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / mes	\$ 110,00	\$ 114,40	\$ 118,98	\$ 123,74	\$ 128,68
Transp. - Com. / año	\$ 1.320,00	\$ 1.372,80	\$ 1.427,71	\$ 1.484,82	\$ 1.544,21

Presupuesto de Comisión en Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	% Comisión
Comisiones anuales	\$ 2.304,00	\$ 2.555,90	\$ 2.824,27	\$ 3.110,02	\$ 3.414,12	1,00%

Presupuesto de Publicidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 1.000,00	\$ 1.400,00	\$ 1.700,00	\$ 1.900,00	\$ 2.000,00
Publicidad anual	\$ 12.000,00	\$ 16.800,00	\$ 20.400,00	\$ 22.800,00	\$ 24.000,00

GASTOS DE VENTAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 13.564,80	\$ 14.107,39	\$ 14.671,69	\$ 15.258,56	\$ 15.868,90
Transp. - Com. / año	\$ 1.320,00	\$ 1.372,80	\$ 1.427,71	\$ 1.484,82	\$ 1.544,21
Comisiones anuales	\$ 2.304,00	\$ 2.555,90	\$ 2.824,27	\$ 3.110,02	\$ 3.414,12
Publicidad anual	\$ 12.000,00	\$ 16.800,00	\$ 20.400,00	\$ 22.800,00	\$ 24.000,00
TOTAL G. VENTAS	\$ 29.188,80	\$ 34.836,10	\$ 39.323,67	\$ 42.653,40	\$ 44.827,23



ANEXO 7.
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO

CICLO DE EFECTIVO	
Días de Adquisición y Producción	45
Días de Venta	1
Días de Cobro	7
(-) Días de Pago	1
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	52

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 112.804,43
GASTOS ADM.	\$ 57.474,58
GASTOS VENTA	\$ 29.188,80
COSTO ANUAL OPERATIVO	\$ 199.467,82
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	\$ 28.812,02



ANEXO 8. GASTOS FINANCIEROS

Inversión Total

INVERSIÓN FIJA	\$ 37.826,76	
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 5.650,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.812,02	
		\$ 72.288,78

Capital Propio

\$ 42.288,78

CAPITAL REQUERIDO \$ 30.000,00

Condiciones del Crédito

Valor del Préstamo	\$ 30.000,00	
Periodos de pago	60	
Tasa de interés	11,83%	
Forma de capitalización	mensual a 5 años	
PAGO	\$	664,76

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 4.676,27	\$ 3.300,84
2do.	\$ 5.260,48	\$ 2.716,63
3er.	\$ 5.917,67	\$ 2.059,44
4to.	\$ 6.656,96	\$ 1.320,15
5to.	\$ 7.488,62	\$ 488,49
TOTAL	\$ 30.000,00	\$ 9.885,55



TABLA DE AMORTIZACIÓN

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 664,76	\$ 30.000,00
1	\$ 369,01	\$ 295,75	\$ 664,76	\$ 29.630,99
2	\$ 372,65	\$ 292,11	\$ 664,76	\$ 29.258,34
3	\$ 376,32	\$ 288,44	\$ 664,76	\$ 28.882,02
4	\$ 380,03	\$ 284,73	\$ 664,76	\$ 28.501,99
5	\$ 383,78	\$ 280,98	\$ 664,76	\$ 28.118,22
6	\$ 387,56	\$ 277,20	\$ 664,76	\$ 27.730,66
7	\$ 391,38	\$ 273,38	\$ 664,76	\$ 27.339,27
8	\$ 395,24	\$ 269,52	\$ 664,76	\$ 26.944,04
9	\$ 399,14	\$ 265,62	\$ 664,76	\$ 26.544,90
10	\$ 403,07	\$ 261,69	\$ 664,76	\$ 26.141,83
11	\$ 407,04	\$ 257,71	\$ 664,76	\$ 25.734,78
12	\$ 411,06	\$ 253,70	\$ 664,76	\$ 25.323,73
13	\$ 415,11	\$ 249,65	\$ 664,76	\$ 24.908,62
14	\$ 419,20	\$ 245,56	\$ 664,76	\$ 24.489,42
15	\$ 423,33	\$ 241,42	\$ 664,76	\$ 24.066,08
16	\$ 427,51	\$ 237,25	\$ 664,76	\$ 23.638,57
17	\$ 431,72	\$ 233,04	\$ 664,76	\$ 23.206,85
18	\$ 435,98	\$ 228,78	\$ 664,76	\$ 22.770,87
19	\$ 440,28	\$ 224,48	\$ 664,76	\$ 22.330,60
20	\$ 444,62	\$ 220,14	\$ 664,76	\$ 21.885,98
21	\$ 449,00	\$ 215,76	\$ 664,76	\$ 21.436,98
22	\$ 453,43	\$ 211,33	\$ 664,76	\$ 20.983,56
23	\$ 457,90	\$ 206,86	\$ 664,76	\$ 20.525,66
24	\$ 462,41	\$ 202,35	\$ 664,76	\$ 20.063,25
25	\$ 466,97	\$ 197,79	\$ 664,76	\$ 19.596,28
26	\$ 471,57	\$ 193,19	\$ 664,76	\$ 19.124,71
27	\$ 476,22	\$ 188,54	\$ 664,76	\$ 18.648,49
28	\$ 480,92	\$ 183,84	\$ 664,76	\$ 18.167,57
29	\$ 485,66	\$ 179,10	\$ 664,76	\$ 17.681,91
30	\$ 490,44	\$ 174,31	\$ 664,76	\$ 17.191,47
31	\$ 495,28	\$ 169,48	\$ 664,76	\$ 16.696,19
32	\$ 500,16	\$ 164,60	\$ 664,76	\$ 16.196,03
33	\$ 505,09	\$ 159,67	\$ 664,76	\$ 15.690,93
34	\$ 510,07	\$ 154,69	\$ 664,76	\$ 15.180,86
35	\$ 515,10	\$ 149,66	\$ 664,76	\$ 14.665,76
36	\$ 520,18	\$ 144,58	\$ 664,76	\$ 14.145,58
37	\$ 525,31	\$ 139,45	\$ 664,76	\$ 13.620,27
38	\$ 530,49	\$ 134,27	\$ 664,76	\$ 13.089,79
39	\$ 535,72	\$ 129,04	\$ 664,76	\$ 12.554,07
40	\$ 541,00	\$ 123,76	\$ 664,76	\$ 12.013,07
41	\$ 546,33	\$ 118,43	\$ 664,76	\$ 11.466,74



42	\$	551,72	\$	113,04	\$	664,76	\$	10.915,03
43	\$	557,16	\$	107,60	\$	664,76	\$	10.357,87
44	\$	562,65	\$	102,11	\$	664,76	\$	9.795,22
45	\$	568,19	\$	96,56	\$	664,76	\$	9.227,03
46	\$	573,80	\$	90,96	\$	664,76	\$	8.653,23
47	\$	579,45	\$	85,31	\$	664,76	\$	8.073,78
48	\$	585,17	\$	79,59	\$	664,76	\$	7.488,62
49	\$	590,93	\$	73,83	\$	664,76	\$	6.897,68
50	\$	596,76	\$	68,00	\$	664,76	\$	6.300,92
51	\$	602,64	\$	62,12	\$	664,76	\$	5.698,28
52	\$	608,58	\$	56,18	\$	664,76	\$	5.089,70
53	\$	614,58	\$	50,18	\$	664,76	\$	4.475,11
54	\$	620,64	\$	44,12	\$	664,76	\$	3.854,47
55	\$	626,76	\$	38,00	\$	664,76	\$	3.227,71
56	\$	632,94	\$	31,82	\$	664,76	\$	2.594,77
57	\$	639,18	\$	25,58	\$	664,76	\$	1.955,59
58	\$	645,48	\$	19,28	\$	664,76	\$	1.310,11
59	\$	651,84	\$	12,92	\$	664,76	\$	658,27
60	\$	658,27	\$	6,49	\$	664,76	\$	0,00

