



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**“Propuesta para la creación de una empresa recolectora y  
recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de  
Guayaquil”.**

**AUTOR:**

**Pérez Mizhquero, Diego Alexander**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

**INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS  
BILINGÜE**

**TUTOR:**

**Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, MBA**

**Guayaquil, Ecuador**

**2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Pérez Mizhquero, Diego Alexander**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio. MBA**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**CPA. Veléz Barros, Cecilia Isabel. PhD.**

**Guayaquil, 5 de septiembre del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Pérez Mizhquero, Diego Alexander**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **“Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil”**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 5 de septiembre del 2019**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Pérez Mizhquero, Diego Alexander**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Pérez Mizhquero, Diego Alexander**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 5 de septiembre del 2019**

**EL AUTOR:**

f. \_\_\_\_\_

**Pérez Mizhquero, Diego Alexander**

# REPORTE URKUND



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Trabajo titulación Final Diego Pérez Rev ACP 23-ago-2019.docx (D54989277)  
**Submitted:** 8/23/2019 7:11:00 PM  
**Submitted By:** castro.angel@gmail.com  
**Significance:** 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo representa la culminación exitosa de una carrera universitaria, que durante cinco años ha demandado esfuerzo y dedicación constante en cada etapa de la misma. Dicho proceso hubiese sido imposible cumplir sin la bendición y guía de Dios Todopoderoso, la Virgen María Santísima y el apoyo incondicional y afectuoso de mis padres José Edilberto Pérez Cumbicos, María Julia Mizhquero Cumbicos con quienes estoy eternamente agradecido por haberme formado apropiadamente con valores, principios y profunda consciencia sobre la importancia del trabajo arduo y la responsabilidad como pilares fundamentales para alcanzar todo en la vida. Y a mi hermano Ricardo Manuel Pérez Mizhquero a quien profundamente aprecio por ser mi compañero de experiencia y aprendizaje en nuestro hogar.

Soy feliz por haber vivido mi etapa universitaria en la UCSG, ya que no solo ha sido el lugar donde me he formado profesionalmente, sino que durante estos años pude conocer a grandes personajes de quienes he aprendido enormemente en general, tengo la dicha de poder considerar a muchos de ellos como amigos y futuros colegas. Agradezco su aporte ya que sin duda esta experiencia universitaria no hubiese sido la misma sin el aliento, consejos, cariño y confianza que día a día recibía y pese a toda adversidad o problema que surgía, eran mi motor para poder seguir siempre de la mejor manera.

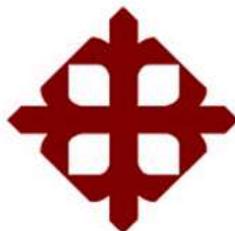
Agradezco finalmente a todos los docentes que conforman la carrera de Emprendimiento por sus enseñanzas y profundo compromiso en cada clase impartida, al personal administrativo y a los directivos de la Facultad de Especialidades Empresariales por su cordialidad y gran apoyo recibido a lo largo de mi etapa primero como representante estudiantil en el Consejo Directivo y finalmente como Presidente de la Asociación de Estudiantes de la Facultad.

**Diego Alexander Pérez Mizhquero**

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo en conjunto a lo que su entrega representa como culmino de esta carrera universitaria, a Dios Todopoderoso, la Virgen María Santísima, mi padre José Edilberto Pérez Cumbicos, mi madre María Julia Mizhquero Cumbicos y a mi hermano Ricardo Manuel Pérez Mizhquero, ya que es debido a su apoyo y protección diaria que he podido llegar a esta etapa de mi vida, que representa apenas el inicio de nuevas experiencias y crecimientos personales guiados con el objetivo de enorgullecerlos en cada etapa de mi vida.

**Diego Alexander Pérez Mizhquero**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio. MBA.**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

**Cpa. Vélez Barros, Cecilia Isabel. PhD.**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita. MSc.**

COORDINADORA DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA**

**DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio. MBA.**

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTO .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VIII
CALIFICACIÓN.....	IX
RESUMEN .....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1 .....	4
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.1. Tema – Título .....	4
1.2. Justificación.....	4
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio .....	5
1.4. Contextualización del Tema u Objeto del Estudio .....	5
1.5. Objetivos de la Investigación .....	7
1.5.1. Objetivo General.....	7
1.5.2. Objetivos Específicos.....	7
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	7
1.7. Planteamiento del Problema .....	9
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto .....	9
1.8.1. Marco Referencial.....	9
1.8.2. Marco Teórico .....	11
1.8.3. Marco Conceptual.....	13
1.9. Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	14
1.10. Cronograma .....	15
CAPÍTULO 2 .....	17
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	17
2.1. Análisis de la Oportunidad .....	17
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio.....	18
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa .....	19
2.3. Objetivos de la Empresa .....	20
2.3.1. Objetivo General.....	20
2.3.2. Objetivos Específicos.....	20
CAPÍTULO 3 .....	22

3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA .....	22
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	22
3.1.1.	Generalidades (Tipo de Empresa).....	22
3.1.2.	Fundación de la Empresa .....	23
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	23
3.2.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	24
3.2.1.	Código de Ética.....	24
3.3.	Propiedad Intelectual.....	24
3.3.1.	Registro de Marca.....	24
3.3.2.	Derecho de Autor del Proyecto .....	24
3.4.	Presupuesto Constitución de la empresa .....	25
	CAPÍTULO 4 .....	27
4.	AUDITORÍA DE MERCADO .....	27
4.1.	PEST.....	27
4.2.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria .....	32
4.3.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	33
4.4.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones.....	34
4.5.	Análisis de la Oferta .....	37
4.5.1.	Tipo de Competencia .....	37
4.5.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial .....	37
4.5.3.	Características de los Competidores.....	38
4.5.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa 38	
4.6.	Análisis de la Demanda .....	40
4.6.1.	Segmentación de Mercado .....	40
4.6.2.	Criterio de Segmentación .....	41
4.6.3.	Selección de Segmentos.....	41
4.6.4.	Perfiles de los Segmentos .....	41
4.7.	Matriz FODA.....	42
4.8.	Investigación de Mercado.....	43
4.8.1.	Método .....	43
4.8.2.	Diseño de la Investigación.....	43
4.8.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	46
4.8.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	46

CAPÍTULO 5 .....	48
5. PLAN DE MARKETING.....	48
5.1. Objetivos: General y Específicos .....	48
5.1.1. Mercado Meta .....	48
5.2. Posicionamiento.....	50
5.3. Marketing Mix.....	50
5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios.....	50
5.3.2. Estrategia de Precios.....	52
5.3.3. Estrategia de Plaza .....	53
5.3.4. Estrategias de Promoción .....	56
5.4. Presupuesto de Marketing.....	61
CAPÍTULO 6 .....	63
6. PLAN OPERATIVO .....	63
6.1. Producción .....	63
6.1.1. Proceso Productivo .....	63
6.1.2. Flujograma de procesos .....	64
6.1.3. Infraestructura .....	64
6.1.4. Mano de Obra .....	64
6.1.5. Capacidad Instalada .....	65
6.1.6. Presupuesto .....	65
6.2. Gestión de Calidad .....	65
6.2.1. Políticas de calidad.....	65
6.2.2. Procesos de control de calidad .....	66
6.2.3. Presupuesto .....	66
6.3. Gestión Ambiental .....	66
6.3.1. Políticas de protección ambiental.....	66
6.3.2. Procesos de control ambiental .....	67
6.3.3. Presupuesto .....	67
6.4. Gestión de Responsabilidad Social .....	67
6.4.1. Políticas de protección social .....	67
6.4.2. Presupuesto .....	68
6.5. Estructura Organizacional.....	68
6.5.1. Organigrama .....	68
6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias .....	69

6.5.3.    Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos	
71	
CAPÍTULO 7 .....	74
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	74
7.1.    Inversión Inicial .....	74
7.1.1.    Tipo de Inversión.....	74
7.1.2.    Financiamiento de la Inversión .....	75
7.2.    Análisis de Costos.....	77
7.2.1.    Costos Fijos .....	77
7.2.2.    Costos Variables.....	77
7.3.    Capital de Trabajo .....	77
7.3.1.    Gastos de Operación.....	77
7.3.2.    Gastos Administrativos .....	78
7.3.3.    Gastos de Ventas.....	78
7.3.4.    Gastos Financieros .....	78
7.4.    Análisis de Variables Críticas.....	79
7.4.1.    Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	79
7.4.2.    Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas .....	79
7.4.3.    Análisis de Punto de Equilibrio.....	79
7.5.    Entorno Fiscal de la Empresa .....	80
7.6.    Estados Financieros proyectados.....	80
7.6.1.    Balance General .....	80
7.6.2.    Estado de Pérdidas y Ganancias .....	81
7.7.    Razones Financieras.....	83
7.7.1.    Liquidez .....	83
7.7.2.    Gestión.....	84
7.7.3.    Endeudamiento.....	84
7.7.4.    Rentabilidad .....	84
7.8.    Conclusión del Estudio Financiero .....	85
8. PLAN DE CONTINGENCIA .....	87
8.1.    Principales riesgos.....	87
8.2.    Monitoreo y control del riesgo .....	87
8.3.    Acciones Correctivas .....	88
CAPÍTULO 9 .....	90

9. CONCLUSIONES.....	90
CAPÍTULO 10.....	92
10. RECOMENDACIONES.....	92
CAPÍTULO 11.....	94
11. FUENTES.....	94
<b>CAPÍTULO 12.....</b>	<b>100</b>
12. ANEXOS.....	100

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto de constitución de la compañía.....	25
Tabla 2 Características de los competidores .....	38
Tabla 3 Matriz FODA .....	42
Tabla 4 Cronograma de actividades de promoción.....	61
Tabla 5 Presupuesto de marketing .....	61
Tabla 6 Presupuesto de la capacidad instalada .....	65
Tabla 7 Presupuesto de control ambiental .....	67
Tabla 8 Presupuesto de protección social .....	68
Tabla 9 Manual de funciones .....	72
Tabla 10 Inversión fija del proyecto .....	74
Tabla 11 Inversión corriente .....	75
Tabla 12 Fuentes de financiamiento .....	75
Tabla 13 Tabla de amortización.....	76
Tabla 14 Costos fijos.....	77
Tabla 15 Costos variables .....	77
Tabla 16 Gastos administrativos .....	78
Tabla 17 Gastos de ventas.....	78
Tabla 18 Gastos financieros .....	78
Tabla 19 Mark up y márgenes.....	79
Tabla 20 Proyección de ventas.....	79
Tabla 21 Punto de equilibrio .....	79
Tabla 22 Balance general .....	80
Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias.....	81
Tabla 24 Flujo de caja proyectado .....	81
Tabla 25 TMAR .....	82
Tabla 26 VAN.....	82
Tabla 27 TIR .....	82
Tabla 28 Payback .....	83
Tabla 29 Ratio de liquidez .....	84
Tabla 30 Gestión .....	84
Tabla 31 Ratios de endeudamiento .....	84
Tabla 32 Ratios de rentabilidad .....	84
Tabla 33 Principales riesgos.....	87
Tabla 34 Acciones correctivas .....	88

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Enfoques de la Investigación .....	8
Ilustración 2 Cronograma.....	15
Ilustración 3 Modelo de negocio.....	19
Ilustración 4 Ética empresarial en el proyecto .....	24
Ilustración 5 Producto Interno Bruto del Ecuador .....	28
Ilustración 6 Nivel de empleo, desempleo y subempleo en Ecuador.....	29
Ilustración 7 Ciclo de vida de un producto .....	33
Ilustración 8 Cinco fuerzas competitivas de Porter.....	34
Ilustración 9 Criterios de Segmentación .....	41
Ilustración 10 Distribución del espacio.....	53
Ilustración 11 Flujograma de procesos .....	64
Ilustración 12 Organigrama operativo de la empresa .....	68

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación será desarrollado con la intención de determinar la factibilidad de aplicación de la propuesta de creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil. Iniciativa que se encuentra sustentada en la gran cantidad de materiales reutilizables que son desaprovechados con los modelos actuales de recolección de desechos sólidos en la ciudad de Guayaquil y en la creciente necesidad que como sociedad se tiene de implementar prácticas en respeto y cuidado del medio ambiente, tanto por las instituciones públicas, privadas y por los ciudadanos en general. Como se mostrará en el desarrollo del documento se trata de una necesidad global en la que otros países ya han destinado esfuerzos y recursos hace ya varios años. En Ecuador aún hay mucho por realizar y más aún específicamente en Guayaquil, que al representar la ciudad de mayor flujo comercial a nivel nacional, debe ser un referente de eficiencia y aprovechamiento de recursos. A su vez se conscientiza sobre la realidad de cientos de recicladores informales quienes exponen diariamente su salud e integridad por ganarse unos pocos dólares diarios con los cuales subsistir, se exclama la necesidad de dignificar su labor y se propone incluirlos en este proyecto siendo parte del proceso productivo y recibiendo capacitaciones con las cuales puedan realizar su actividad de manera segura, eficiente y recibiendo posteriormente una paga justa por su trabajo. El potencial del proyecto es tangible y más allá de demostrar la rentabilidad financiera del mismo, se busca visibilizar el gran aporte en benefico del medio ambiente y las personas de esta ciudad y país.

**Palabras claves:** Reciclaje, materias primas, recicladores informales, clasificación de desechos, medio ambiente, responsabilidad social.

## INTRODUCCIÓN

Atrás quedaron los días en que se creía que el planeta era una fuente de recursos infinitos y que su explotación jamás afectaría nuestro estilo de vida, salud y entorno. El medio ambiente se ha visto enormemente afectado por la explotación humana, que cada vez demanda más cantidades de productos que requieren de recursos naturales para su elaboración.

Seguir con este ritmo será insostenible, mientras que irónicamente en las ciudades se desaprovechan diariamente decenas de toneladas de estos materiales que con un adecuado procesamiento pueden ser reutilizados por las industrias y así evitar que se requiera extraer nuevos recursos.

En Guayaquil no se ha implementado un proceso de recolección de desechos sólidos que contemple la clasificación y procesamiento de materiales reciclables con el objetivo de convertirlos en materiales aptos para ser utilizados por las empresas locales y que cuenten con la misma calidad y propiedades de sus equivalentes recién extraídos.

La sociedad debe adaptarse a esta tendencia global de reciclaje y conciencia en cuidado del medio ambiente, debido a que desde generaciones anteriores existe desconocimiento sobre el reciclaje e implementación casi nula de actividades de clasificación de desechos.

Conocer el potencial que la propuesta posee y la incidencia social, financiera y ambiental que su aplicación representará es el factor que ha motivado el desarrollo de la presente investigación. El criterio de cada lector en conjunto al aporte que individualmente se pueda realizar con el objetivo de optimizar su futura implementación será de sustancial beneficio para el avance de la sociedad guayaquileña como referente de eficiencia y cuidado ambiental.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

## **CAPÍTULO 1**

### **1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Tema – Título**

Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil.

#### **1.2. Justificación**

La investigación correspondiente a la propuesta mencionada busca identificar la realidad de una de las más grandes problemáticas que ha afrontado la ciudad de Guayaquil durante varias décadas, la cual ha sido el manejo y tratamiento de los desechos sólidos. Esta incidencia engloba a los más de dos millones y medio de habitantes con que cuenta la ciudad.

Es evidente la necesidad que como sociedad se tiene que innovar en este aspecto. Conocer cómo hacerlo de manera efectiva garantizará el pronto beneficio de los guayaquileños, quienes no solo gozarán de una mejor calidad de vida sino que también en muchos casos dignificará sus condiciones de vida.

El presente trabajo busca marcar un precedente de inicio hacia otras instituciones y ciudadanos para sumarse y aportar con sus iniciativas, ya que la información y estudios realizados sobre esta temática aún son escasos. Puesto que la aplicación de la propuesta permitirá dinamizar al sector industrial de Guayaquil mediante la oportunidad de adquirir materias primas para sus procesos a precios más bajos y con la misma calidad, además se generan nuevas plazas de empleo y se dignifican las condiciones de vida de cientos de ciudadanos de sectores excluidos. Finalmente se da atención al gran caos medio ambiental que experimenta Guayaquil debido al ineficiente trato y recolección de los desechos sólidos.

Consecuentemente la aplicación de esta propuesta mejorará la calidad del aire de la ciudad en general, permitiéndole con ello alinearse a estándares de calidad internacionales, tal como indica el Municipio de Guayaquil a través de la visión de su Dirección de ambiente: Promover el cumplimiento de los estándares de calidad del aire, mediante el monitoreo y regularización a los sectores involucrados; sensibilizando e informando a la ciudadanía para la reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI), buscando la mitigación y adaptación al Cambio Climático (Dirección de Ambiente M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2018)

### **1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

Se analizará en el presente trabajo de investigación la situación actual del manejo de desechos sólidos y la evolución de la industria de reciclaje en la ciudad de Guayaquil.

Este análisis permitirá determinar la factibilidad de la propuesta de la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil.

Debido a aquello el estudio de los temas se desarrollará empleando técnicas adecuadas de investigación (entrevistas, encuestas, focus group, etc) y se encontrará debidamente organizada por capítulos, siguiendo un estricto proceso de recopilación y análisis. La investigación será realizada entre el mes de Mayo y Agosto del año 2019.

### **1.4. Contextualización del Tema u Objeto del Estudio**

El tema de estudio mantiene relación con los lineamientos del Plan Nacional de desarrollo que se denomina “Toda una Vida” lo cual se encuentra demostrado al tomar en consideración los objetivos cinco y nueve del Plan Nacional los cuales mencionan:

Quinto Objetivo: Enfocar el impulso, productividad y la competitividad hacia el crecimiento económico sostenible realizado de manera redistributiva y solidaria. (SENPLADES, 2018)

Noveno Objetivo: Garantizar la soberanía, paz y posicionar estratégicamente al país en la región y mundo. (SENPLADES, 2018)

De igual manera el tema tendrá relación con el Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil ya que la contextualización del tema esta vinculado con los objetivos del SINDE que manifiestan:

Propiciar la transferencia de los resultados de la investigación desarrollada, a los sectores productivos, gobiernos, sociedad civil y comunidad científica.

Generar actividades relacionadas a la innovación y el emprendimiento que den respuestas a las necesidades del Subsistema de Investigación del Conocimiento, el Vicerrectorado de Investigación y Posgrado, a la comunidad universitaria, y la sociedad en general, aprovechando su estructura constitutiva. (SINDE, 2016)

La mayoría de las ciudades latinoamericanas no recolecta la totalidad de los desechos sólidos generados y solo una fracción de los desechos recibe una disposición final adecuada, provocando contaminación ambiental y riesgos para la salud humana. El reciclaje representa una opción más eficiente que la disposición masiva de desechos en basureros o rellenos sanitarios. Sin embargo, pocos programas oficiales de reciclaje existen en la región (Medina, 1999) .

La ciudad de Guayaquil ha experimentado a lo largo de varios años diversas problemáticas en lo que respecta a la recolección de desechos sólidos, el actual servicio de recolección es realizado aún de manera ineficiente. Pues además de la carencia de la clasificación de los desechos, estos son apilados en rellenos como el botadero de “Las Iguanas” donde se concentran formando un foco de contaminación para el medio ambiente de la ciudad. “Guayaquil genera casi el doble de basura que Quito y ocho veces más desechos que Cuenca, desperdicios que de no ser por los recicladores o “chamberos” llegarían en su totalidad al relleno sanitario Las Iguanas, norte de la urbe” (Ecuavisa, 2019).

De manera simultánea se debe considerar que el servicio de recolección se realiza de manera perimetral, lo cual significa que en lugar de pasar diariamente en todos los sectores de la ciudad, el servicio cubre lugares específicos de la ciudad de los cuales no todos son atendidos diariamente. Para los habitantes de estos sectores vivir en estas condiciones es degradante y una falta de respeto hacia su condición de ciudadanos. (Puerto Limpio, 2017)

En la ciudad de Guayaquil se generan cada día cerca de 4200 toneladas de desechos sólidos, de las cuales 90-100 toneladas corresponden a materiales reciclables según manifiesta la empresa Puerto Limpio, empresa responsable de la recolección de basura en Guayaquil. (Puerto Limpio, 2017)

Aquellos materiales cuentan con potencial para ser reutilizados y aprovechados por los sectores industriales. Esta masiva cantidad de desechos disponible origina que personas de sectores vulnerables se dediquen a recolectarlos de manera informal y arriesgada. Pues al no tener una capacitación previa se exponen a riesgos de salud.

Para la recolección de basura en Guayaquil, la ciudad está dividida en 24 subzonas y 200 microrutas, trabajo que se lo hace los 365 días del año, con 167 unidades y con 1.840 trabajadores de los 2.300 empleados que tiene la empresa. (Puerto Limpio, 2017)

Es momento de actuar ante todos estos factores que sorpresivamente han conformado parte de la idiosincrasia de nuestro entorno, hasta casi llegar al punto de considerar como normales a estas realidades sociales.

## **1.5. Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar la factibilidad y viabilidad de la implantación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos en la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

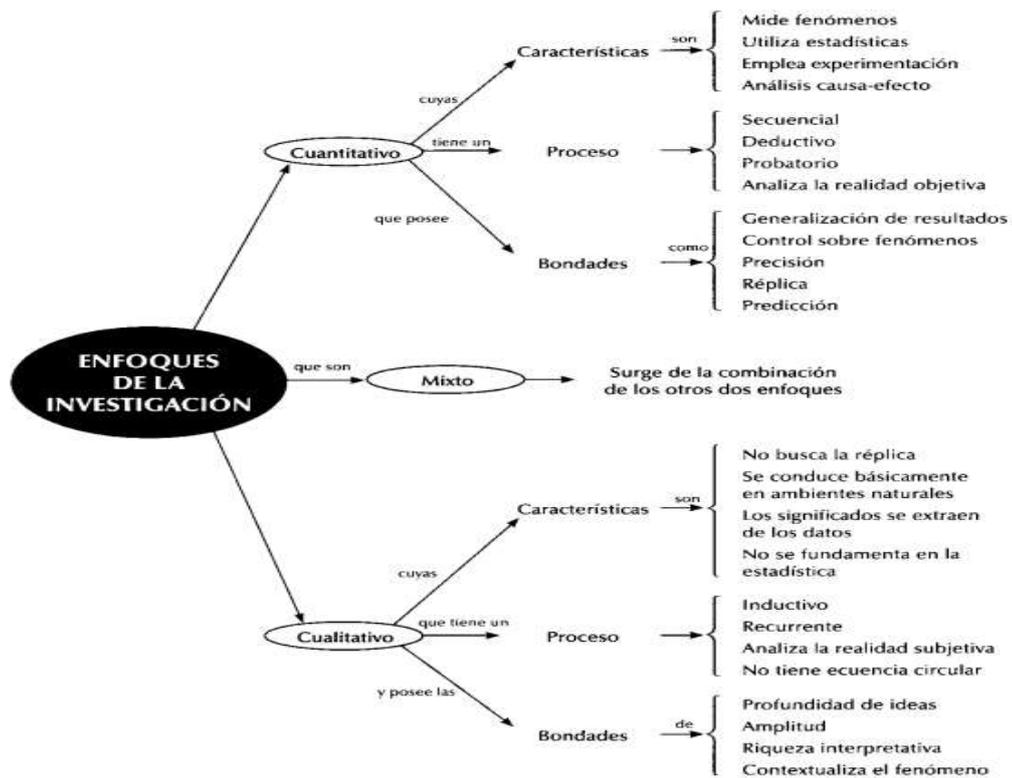
- Conocer en detalle acerca del tratamiento dado a los desechos sólidos y las operaciones de las empresas recicladoras en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar las barreras de entrada y demás aspectos requeridos para la constitución formal de la empresa.
- Estructurar un plan de negocio acorde a las realidades del mercado y su potencial de crecimiento.

## **1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.**

Debido a que el presente trabajo es una investigación previa a la implementación de la propuesta se requiere obtener, clasificar, procesar y tabular información en diversas áreas de implicación del proyecto para poder delimitar aspectos como su factibilidad y funcionalidad.

Por tal razón antes de iniciar cualquier proceso de investigación se deberá tener presente los enfoques y demás componentes presentes en el proceso, como se encuentra incluido en el siguiente diagrama:

## Ilustración 1 Enfoques de la Investigación



(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Existe un constante debate en relación a las ventajas e inconvenientes de la investigación cuantitativa y cualitativa cuando se trata de abordar temas de la realidad. Hasta hace bien poco, la investigación estaba definida por un marco epistemológico que la delimitaba en términos exclusivamente cuantitativos. Pero en los últimos tiempos, los paradigmas dominantes en el ámbito de las Ciencias Sociales han entrado en crisis y, una de las consecuencias, ha sido la apertura hacia otras formas de ver y entender la realidad social y, consecuencia de esto, otras estrategias para estudiarla. Con esto no queremos afirmar que el uso de los métodos cuantitativos haya dejado de ser el predominante, pero sí que cada día son más los trabajos, las investigaciones desde un enfoque cualitativo. (Campoy & Gomes, 2009)

A su vez la investigación comprenderá de análisis cualitativos, puesto que se efectuarán entrevistas a diversos actores del campo de acción de la propuesta. Los datos obtenidos del proceso serán tabulados empleando como herramienta el programa Microsoft Excel.

## **1.7. Planteamiento del Problema**

La sociedad humana siempre ha generado desechos, resultantes de los procesos de producción y consumo para satisfacer sus necesidades. Tarde o temprano, los recursos naturales extraídos de bosques, minas, pozos, mantos acuíferos y de la tierra misma se convierten en basura, desperdicios o residuos. (Medina, 1999)

El actual ritmo al que la ciudad de Guayaquil genera desechos sólidos convierte en imprescindible la necesidad de tratar apropiadamente todas aquellas toneladas de materiales desperdiciados. La recolección inadecuada de los mismos genera contaminación visual y ambiental en los sectores cercanos, puesto que en sectores periféricos incluso no es diaria la recolección.

Lo que a su vez representa una desconsideración social ante los habitantes de dichos sectores periféricos, que pese a vivir en una de las más desarrolladas ciudades del país, deben sufrir exclusiones en servicios prioritarios como lo es la recolección diaria de la basura.

No hay que pasar por alto el hecho de que gran parte de los desechos sólidos generados en la ciudad son recursos reutilizables (cartón, plástico, vidrio, papel, etc.) Desafortunadamente estos recursos al no ser recolectados se desaprovechan y terminan en los rellenos sanitarios de la ciudad contribuyendo así a generar mayor contaminación ambiental, en lugar de aportar al dinamismo de las industrias y disminuir la explotación de recursos naturales.

Los procesos de recolección son ineficientes en Guayaquil, la separación de materiales reusables es casi que inexistente y no existen planes anunciados de cubrir las falencias de recolección a sectores periféricos de la ciudad, realmente el problema es latente y más aún si se considera que cada día se desaprovechan toneladas de materiales que pudiesen ser reutilizados y evitar aumentar la explotación de nuevos recursos.

## **1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto**

### **1.8.1. Marco Referencial**

Debido a la importancia del análisis de empresas con similitudes a la propuesta planteada en esta publicación se han seleccionado a manera de referencias dos empresas internacionales y una nacional, quienes son referentes en el aprovechamiento de recursos reutilizables provenientes de los desechos sólidos generados por sus ciudades.

## **Sure We Can**

Es un centro de reciclaje ubicado en la ciudad de New York fundada en el año de 2007 con la consigna de garantizar condiciones dignas, un lugar de apoyo y una comunidad en la que se sientan integrados como los verdaderos contribuyentes al medio ambiente en las urbes.

SureWeCan (2018) teniendo únicamente a las latas y botellas plásticas como los productos que manejan consiguieron evitar que cincuenta toneladas de recursos reutilizables vayan a los vertederos de New York y sean debidamente aprovechados. Dichas acciones y filosofía de trabajo ha hecho que esta organización consiga reconocimientos a su labor, tales como:

- Premio al Servicio Comunitario, Federación Hispana, 2016
- Premio a la Calidad Ambiental, Agencia de Protección Ambiental (EPA), 2013

## **UTRAMIC**

La Unión de Trabajadores Minusválidos Coruña se fundó en el año de 1992 en Galicia se dedica al reciclaje de materiales reutilizables provenientes del sector urbano así como del industrial.

El personal de la organización se encuentra conformado por cerca de cuarenta personas, cifra de quienes el 96% poseen algún tipo de discapacidad. Entre los materiales administrados por la empresa están el cartón, papel, plástico, metal, textil y vidrio. Registrando una media de 20000 toneladas de cartón al año.

UTRAMIC cuenta con certificación ISO 14001 e ISO 9001 mediante las cuales reitera el compromiso hacia el medio ambiente, bajo impacto ambiental y compromiso de eficiencia a sus clientes. (Utramic, 2018)

## **ECUAPLASTIC SC**

Empresa ecuatoriana constituida en el año 2008 en la provincia de Pichincha recicla plástico y tetra pak para fabricar y comercializar tableros ecológicos y mangueras de polietileno. Productos que en su mayoría son empleados por el sector de construcción y agrícola nacional.

La empresa posee una estricta política de calidad en sus productos al igual que en los procesos de reciclaje de sus materias primas, como parte de su profundo

compromiso y respeto a los clientes. Y que se encuentra respaldado además con la certificación ISO 9001. (ECUAPLASTIC SC, 2018)

### **1.8.2. Marco Teórico**

El marco teórico de la investigación consiste principalmente en el núcleo del proyecto, en el cual se incluye conceptos de diversas clases de abstracción unidos con el objetivo de reflejar la realidad. Pues es en esencia el conjunto de definiciones teórico-metodológicas que desde la investigación se asume como un conjunto de creencias básicas que establecen el proceder de investigar la realidad. (Sautu, Boniolo, Dalle, & Elbert, 2005)

Para el adecuado desarrollo de la propuesta se expondrán teorías que complementarán la idea central del proyecto, tales como:

#### **Reutilización**

Reutilizar es dar un nuevo uso a un material u objeto. Este nuevo uso puede ser el mismo para el cual fue fabricado o puede ser diferente. Por ejemplo, en los hogares u oficinas se puede reutilizar papel escribiendo o imprimiendo ambas caras de la hoja. Usar las cajas de zapatos como organizadores. Volver a usar las bolsas de plástico para hacer las compras o como bolsas de residuos. Las latas de conservas pueden ser convertidas en lapiceros, maceteros. Las botellas de bebida de vidrio como floreros, o frascos de mermelada como vasos. En tanto con los residuos orgánicos, que conforman aproximadamente el 40% de los residuos domiciliarios, se puede realizar un compost, una tierra de excelente calidad y rica en nutrientes. (Gómez, 2017)

Está íntimamente relacionada con la prevención en la producción de residuos, la adopción de medidas se centra principalmente en la reutilización de los envases. Tradicionalmente el sector de las bebidas y los alimentos líquidos ha sido el que mayor proporción de reutilización de los envases ha desarrollado. Sin embargo, el sistema que se ha aplicado durante muchos años ha empezado a desaparecer debido a los nuevos hábitos de consumo y a la implantación de nuevos sistemas de distribución.

## **Responsabilidad Social**

El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es que el impacto positivo que causan estas prácticas en la sociedad se traduzca en una mayor competitividad y sostenibilidad para las empresas. Así, ser responsable socialmente generará automáticamente más productividad, puesto que una mejora en las condiciones para los trabajadores optimizará también su eficacia. (Alta Gracia, 2014)

En los últimos años se ha experimentado un marcado aumento en el interés por parte del sector empresarial hacia adoptar practicas de responsabilidad social en sus actividades, a través de diferentes códigos, iniciativas y normas adoptadas para fomentar un desarrollo empresarial ético, respetable con el entorno y sostenible. Es importante que las empresas no dejen aquel interés en solo buenas intenciones sino que se conviertan en buenas prácticas de gestión empresarial. (González, 2004)

Cada vez es mayor la cantidad y frecuencia de consumidores que condicionan la elección de un determinado producto a consideraciones de tipo medioambiental, ético o social. Dicha tendencia es conocida como “consumo responsable” la cual se ha extendido notablemente y muestra de aquello es el aumento de la demanda en productos naturales, orgánicos o ecológicos. (Nieto & Fernández, 2004)

## **Propuesta de Valor**

Para crear, mantener o hacer crecer una empresa, hay que enfrentarse todos los días a preguntas complejas. Lo que pensabas que valía hasta ayer, ahora ya no vale y hay que cambiar, anticiparse, tirar muchas cosas a la basura, reconstruir y volverse a hacer preguntas clave. Y eso solo se consigue con una proactividad y un espíritu de sacrificio y de trabajo que, a veces, raya lo sano. Pero, además, se necesita de un método: ¿Cómo lo hago? ¿Hacia dónde canalizamos nuestra energía? ¿Qué aspectos realizamos primero y cuáles después? (Osterwalder & Pigneur, 2014)

Una lección de psicología básica que algunas marcas al parecer no conocen es que el cerebro humano tiende a obviar aquellas cosas que no entiende fácilmente. Es lo que se conoce coloquialmente como “ley del mínimo esfuerzo”. Empleamos poco tiempo en aquello que no podemos decodificar fácil o rápidamente. Es por eso que las marcas que no entendemos, sencillamente dejan de existir. (Luis, 2017)

## **Plan de Negocio**

La guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa (ProInversión, 2007) determina que un plan de negocio contiene la siguiente estructura:

1. Resumen ejecutivo: Resumen y conclusiones.
2. Descripción y visión del negocio: Información que permita entender el negocio y la descripción de los productos y los servicios que ofrece.
3. Análisis del mercado: Descripción del sector en el que el negocio compite o competirá.
4. Planeamiento estratégico: Una estrategia de planeamiento que nos permita saber dónde estamos y hacia dónde vamos, así como cuáles son nuestras fortalezas y debilidades.
5. Estrategia de comercialización y ventas: Estrategia que se va a seguir para distribuir y vender los productos.
6. Análisis del proceso productivo: Cómo se tiene que organizar para producir, qué insumos, maquinaria, etc., son necesarios.
7. Análisis económico financiero: Cuántos ingresos y egresos se va a tener.

El plan de negocios es el resultado de un arduo proceso de planificación, plasmado de manera precisa y clara en un documento, el cual se utiliza para guiar adecuadamente un negocio desde los momentos previos a su puesta en marcha, mostrando a su vez los objetivos que buscará alcanzar y las actividades cotidianas que se planificarán para alcanzarlo. (Weinberger, 2009)

### **1.8.3. Marco Conceptual**

Es necesario conocer los términos presentados a continuación para poder comprender en totalidad el planteamiento del proyecto:

- **Desecho Sólido:** Los desechos sólidos incluyen principalmente los desechos domésticos (basura doméstica), a veces con la adición de los desechos comerciales recogidos en una zona determinada, ya sea en estado sólido o semisólido. (Bustos, 2009)
- **Material Orgánico:** Es todo material proveniente de orígenes naturales y que como tal están sujetos a procesos de descomposición, componen principalmente fuentes para la elaboración de fertilizantes. (EcuRed, 2017)

- **Contaminación Ambiental:** Es la alteración de un entorno a través de la presencia de agentes externos que ocasionen modificaciones en la estabilidad del medio y los seres que allí habitan ocasionando principalmente problemas de salud y supervivencia. (Field, 1997)
- **Materia Prima:** Se denomina así a todo material extraído directamente de la naturaleza con el objetivo de ser transformados en bienes de consumo. Están sujetos a riesgos de sobreexplotación y son de cantidad limitada. (Gerencie, 2018)
- **Recicladores Informales:** Personas de escasos recursos dedicadas a recolectar materiales reciclables de los basureros del sector urbano, por lo general realizan dicha actividad de manera empírica y exponiéndose a numerosos riesgos para su salud e integridad. (Terraza & Sturzenegger, 2010)
- **Sistema de Recolección:** Procedimiento estandarizados mediante el cual se procede a la recolección de determinados bienes, cuya recolección forma parte de un proceso mayor. (Assaad & Buj, 1995)
- **Beneficios Tributarios:** Excepciones, consideraciones y demás incentivos que son proveídos por el Gobierno para dinamizar la economía y/o dados como retribución por la aplicación de normas propuestas por el Estado para beneficio de sectores sociales. (Hamann, Lozano, & Mejía, 2011)
- **Proceso Productivo:** Son las etapas requeridas por una empresa para conseguir la elaboración de sus bienes destinados para la comercialización, dicho proceso inicia con las adquisiciones de la materia prima y dependiendo de la naturaleza de los productos variará la complejidad del mismo. (Decrecimiento, 2014)

### **1.9. Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.**

El proceso de investigación para determinar la factibilidad de la aplicación de la propuesta planteada requiere partir desde el estado de auto identificación de la situación inicial en la que poder iniciar, por tal razón se formulan las siguientes preguntas:

- ¿Cómo ha sido el tratamiento dado a los desechos sólidos en los últimos 10 años?
- ¿Las empresas estarían dispuestas a adquirir materias primas provenientes de recursos reciclados?

- ¿Es viable emplear y capacitar a recolectores informales para que aporten al crecimiento del proyecto?
- ¿Permite el estado actual del mercado que sea sostenible la aplicación de la propuesta por un período mayor a cinco años?

### 1.10. Cronograma

Con el objetivo de llevar una adecuada organización y garantizar el adecuado desarrollo de las actividades del trabajo investigativo, se asignarán las actividades correspondientes durante el tiempo asignado para la investigación, con lo cual además se podrán evaluar resultados y determinar la efectividad del trabajo realizado.

#### Ilustración 2 Cronograma

Tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras
Descripción de la investigación	14 días	vie 17/01/19	vie 31/01/19	
Descripción del negocio	7 días	vie 17/01/19	vie 24/01/19	1
Entorno jurídico de la empresa	4 días	lun 24/02/19	vie 28/02/19	2
Auditoría de mercado	21 días	lun 24/02/19	lun 16/03/19	3
Plan de Marketing	12 días	lun 28/02/19	mie 11/03/19	4
Plan operativo	10 días	lun 28/02/19	lun 9/03/19	5
Estudio económico-financiero-tributario	21 días	vie 27/03/19	vie 17/04/19	6
Plan de contingencia	4 días	vie 24/04/19	mar 28/04/19	7
Conclusiones	2 días	vie 8/05/19	dom 10/05/19	8
Recomendaciones	2 días	vie 15/05/19	dom 17/05/19	9
Anexos	1 día	lun 18/05/19	mar 19/05/19	10
Contenido complementario	2 días	mier 20/05/19	vie 22/05/19	11

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 2

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

## **CAPÍTULO 2**

### **2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

#### **2.1. Análisis de la Oportunidad**

El entorno de desarrollo de la propuesta contempla al sector industrial, social y medio ambiental de la ciudad de Guayaquil, es en estas tres áreas que se identifican las oportunidades de materializar una planta recicladora a través de la cual se conseguirá aprovechar parte de los recursos que son desperdiciados en la ciudad por los actuales sistemas de recolección de desechos sólidos en la urbe.

Estos recursos debidamente tratados a través de procesos productivos de vanguardia permitirán obtener materias primas con la misma calidad a sus similares, provenientes de recursos materiales recién explotados. La principal ventaja de la materia prima proveniente de materiales reciclados será su precio inferior, que para las fábricas representará cuantiosos ahorros con los que podrán destinar dichos rubros a proyectos de expansión e inclusive contratación de más empleados.

En el sector social se tendrá la oportunidad de dignificar las condiciones de vida de miles de personas que habitan en sectores periféricos de Guayaquil, quienes en su mayoría deben convivir días con los desechos sólidos que generan debido a que el proceso de recolección no es diario para ellos.

Otra gran oportunidad será el capacitar a recolectores informales para que puedan realizar su labor de manera adecuada y con las seguridades necesarias, a la vez que aportan al dinamismo de la planta recicladora comercializando el resultado de sus labores a un precio justo y que dignifique sus condiciones de vida.

A su vez la propuesta de negocio representará una acertada elección para los inversionistas, pues el inicio de operaciones del negocio en conjunto a la adecuada aplicación de las estrategias comerciales y de posicionamiento en el mercado otorgará la seguridad a los inversionistas de que el proyecto cumplirá responsablemente los réditos acordados al momento inicial del aporte al proyecto, garantizando además la continuidad de una sociedad de beneficio y desarrollo mutuo.

El conjunto de todas aquellas acciones repercutirá también en el medio ambiente, debido a que al obtener y comercializar materias primas recicladas se conseguirá que se exploten menos recursos naturales, que la ciudad se encuentre con menos desechos esparcidos y la industria local podrá asignar rubros a otras actividades debido al ahorro en las materias primas.

Como se puede concluir con la aplicación de la propuesta serán numerosas las oportunidades que se tendrán, adicional representa un incentivo el hecho de que actualmente no existe una empresa de similar propuesta con actividades en el país.

### **2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio**

A lo largo del tiempo en nuestra sociedad los desechos solidos generados de las actividades humanas han sido muy poco considerados, pues en nuestra idiosincrasia muy poco se había avanzado en generar una conciencia ecológica en la que se recuerde que la gran mayoría de ellos son materiales completamente aptos para reutilizarse y volver a ser útiles para la sociedad y sus industrias.

El paso del tiempo ha hecho que el cambio generacional y las tendencias mundiales por ser amigables con el medio ambiente generen ciudadanos comprometidos con el trato responsable de residuos y disminuir la explotación de recursos naturales, cada vez son más las acciones y empresas comprometidas con el reciclaje y la optimización de recursos en sus actividades. (Bustos, 2009)

Debido a aquella tendencia global y la oportunidad que representa, se origina la propuesta de creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil, la cual aportará al bienestar de la ciudad y las industrias locales gracias al aprovechamiento óptimo de los recursos renovables desechados por la ciudad.

Las actividades de la empresa estarán complementadas por un fuerte compromiso social orientado hacia el desarrollo de las personas dedicadas informalmente a la recolección de recursos reutilizables ubicados en los depósitos de basura, quienes realizan dicha actividad como medio de sustento y que por lo general viven en situaciones de extrema pobreza y vulnerabilidad. El trabajo en conjunto con ellos consistirá en la recepción de los recursos recolectados y brindarles capacitaciones orientadas a su desarrollo económico y personal.

Los clientes a quienes se comercializará las materias primas recicladas serán empresas de carácter industrial en cuyos procesos productivos empleen materiales como plástico, cartón o papel. Quienes adquirirán de esta manera productos de la misma calidad, a un menor costo y reafirmando su compromiso con el ambiente, los productos y demás información relevante de la empresa podrá ser consultada a través de la página web de la empresa y adquirida de manera directa.

El posterior incremento de las actividades de la empresa y su producción contempla un plan de modernización y repotenciamiento de la empresa en sus instalaciones e insumos necesarios para sus operaciones cotidianas.

El modelo descrito que será empleado en la constitución de la idea de negocio se encontrará contenida y especificada de manera apropiada en el modelo de negocio presentado a continuación:

### Ilustración 3 Modelo de negocio

Problema	Solución	Proposición de Valor Único	Ventaja Especial	Segmento de Clientes
<p>Falta de política de reciclaje en la recolección de basura.</p> <p>4200 toneladas de basura son recogidas diariamente, de ellas 90-100 son de materiales reciclables.</p> <p>No existe una conciencia de reciclaje en nuestra sociedad.</p>	<p>Creación de una planta recicladora.</p> <p>Implantación de un sistema de recolección de desechos reciclables.</p> <p>Trabajo en conjunto con recicladores.</p>	<p>Poder aportar al bienestar de la sociedad y sectores industriales a través del aprovechamiento de recursos renovables desechados y con ello disminuir la contaminación ambiental.</p>	<p>Aporte al desarrollo de una cultura de reciclaje en nuestra sociedad con conciencia en el desarrollo de grupos sociales vulnerables.</p>	<p>Empresas del sector industrial cuyas actividades impliquen la utilización de plástico, cartón, papel.</p>
	<p><b>Métricas Clave</b></p> <p>Aumento de recursos recolectados.</p> <p>Incremento de clientes.</p> <p>Apoyo a sectores sociales vulnerables</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>Página Web y Cuentas oficiales.</p> <p>Distribución a domicilio.</p> <p>Almacenaje de Stock en depósitos.</p>	
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <p>Adquisición de la planta y maquinarias necesarias.</p> <p>Adquisición de camiones</p> <p>Sueldos y Gastos Operativos.</p> <p>Programas de Capacitación.</p>		<p><b>Flujo de Ingresos</b></p> <p>Venta directa</p> <p>Venta a crédito</p>		

**Elaborado por:** El autor

## 2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

### Misión

Generar materias primas de calidad provenientes de materiales reciclados, priorizando la responsabilidad social y respecto al medio ambiente, anticipandonos a las necesidades cambiantes de nuestros clientes e implementando una filosofía de eficacia, respeto y calidad con la cual garantizar su beneficio.

### Visión

Ser la empresa líder en la recolección y comercialización de materias primas provenientes de desechos sólidos a nivel nacional y exportar nuestros productos a industrias latinoamericanas.

## **Valores**

- **Respeto.-** Respeto hacía nuestro entorno, velando por un trato cordial e igualitario entre quienes conformamos la empresa, cumpliendo con nuestros clientes en los plazos o términos acordados y garantizando prácticas respetuosas con el medio ambiente.
- **Compromiso.-** Orientar cada una de nuestras acciones a alcanzar el desarrollo de la empresa, sus colaboradores y entorno. Ser fieles a la ideología de desarrollo sostenible a través del trabajo en conjunto y sin descuidar el desarrollo de ninguna de las partes.
- **Calidad.-** Entregar siempre a nuestros clientes productos generados bajo estrictos estándares y normas que garanticen la uniformidad de la calidad y estado de los productos en conjunto a buscar innovar los procesos para permitir una eficiencia y mejora de calidad constantes a lo largo del tiempo.

## **2.3. Objetivos de la Empresa**

### **2.3.1. Objetivo General**

IncurSIONAR y posicionarse en la ciudad de Guayaquil como innovadores en la recolección y procesamiento de los desechos sólidos, aportando al dinamismo de la industria y economía local.

### **2.3.2. Objetivos Específicos**

- Recuperar la inversión inicial en un período máximo de cinco años.
- Reutilizar no menos del 35% de los materiales reciclables presentes en los desechos sólidos de la ciudad de Guayaquil durante los tres primeros años de actividad.
- Certificar el compromiso con el medio ambiente a través de la obtención de las certificaciones ISO 14001 e ISO 9001 en los primeros cinco años de funcionamiento.
- Expandir después de los primeros cinco años las actividades de la empresa a mínimo dos ciudades que presenten similares condiciones a Guayaquil con el propósito de incrementar la capacidad de acción del proyecto.
- Obtener un 20% de rentabilidad sobre la inversión antes de los primeros cinco años de operación.

# CAPÍTULO 3

## ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

## **CAPÍTULO 3**

### **3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA**

#### **3.1. Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)**

La empresa operará bajo la razón social de “Planta recicladora y procesadora de recursos reutilizables S.A.”, se encontrará localizada en la ciudad de Guayaquil, cuya principal actividad será la obtención y comercialización de materias primas recicladas.

A su vez la empresa contará con el nombre comercial de “RECIPRODUCT S.A.” perteneciente a la industria del reciclaje, en la que lo primero que hay que entender es cuál es la relación directa que una persona tiene con los desechos ya sea a nivel personal, comunitario, empresarial e industrial. A partir de esta reflexión se concluye que el reciclaje es la relación del entorno a través del manejo de los materiales que se desechan. (EKOS, 2014)

La empresa será constituida como sociedad anónima en base a lo determinado por la Superintendencia de Compañías del Ecuador en la Ley de Compañías del Ecuador, cuyo artículo 143 manifiesta:

“Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.” (Ley de Compañías del Ecuador, 1999)

El ser sociedad anónima permitirá contar con versatilidad al momento de precisar de alguna reestructuración societaria, la cual se conseguirá posterior a una junta general de accionistas quienes aprueben las reformas. Proceso que concluirá con la publicación de las reformas en la prensa nacional e inscribiéndolas en el Registro Mercantil de Guayaquil. (Ecuador, 1999)

Todo aquello garantizará la disponibilidad de adaptación de la empresa de manera organizacional ante situaciones cambiantes del entorno que repercutan en su estructuración interna, tanto en el nivel institucional como con sus accionistas y colaboradores.

### **3.1.2. Fundación de la Empresa**

Nombre de la empresa será constituida a través de escritura pública y registrada conforme los lineamientos del Registro Mercantil, para su inicio de operaciones en la ciudad de Guayaquil. Teniendo como respaldo los artículos 146-159 de la Ley de Compañías.

“Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.” (Ley de Compañías del Ecuador, 1999)

### **3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones**

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. (Superintendencia de Compañías, 2018)

Según lo determinado por la ley el capital mínimo requerido deberá ser de \$800,00 dólares americanos, cuyo valor se encontrará repartido en partes iguales entre los cuatro accionistas fundadores de la empresa, quienes se encontrarán debidamente registrados en las Superintendencia de Compañías y en el Registro Mercantil a ochenta acciones de \$10 repartidas de la siguiente forma:

- Accionista 1: \$200,00 (25%)
- Accionista 2: \$200,00 (25%)
- Accionista 3: \$200,00 (25%)
- Accionista 4: \$200,00 (25%)

En el caso de que las situaciones futuras del negocio ameriten un incremento sustancial del capital de trabajo, se contemplará la posibilidad de aceptar nuevos accionistas a la empresa, quienes en función del aporte de capital tendrán acceso a diferentes beneficios institucionales.

## 3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

### 3.2.1. Código de Ética

Para garantizar un adecuado ambiente laboral y trato cordial entre quienes conforman la empresa se desarrollará un código de ética en el cual se abarque el proceder de la empresa ante los diversos actores que componen su entorno, como se detalla en el cuadro presentado a continuación:

#### Ilustración 4 Ética empresarial en el proyecto

<b>Accionistas y autoridades</b>	Integrar un código de principios y basar las actividades en normas éticas empresariales y de respeto al mercado y entorno.
<b>Trabajadores</b>	Definir los horarios de trabajo y responsabilidades de cada trabajador cumpliendo los Reglamentos de Trabajo y normativas vigentes. Poseer programas de incentivos y capacitación para los empleados destacados.
<b>Clientes</b>	Cumplir con los plazos de entrega establecidos, dar productos de calidad y evitar todo tipo de especulación o cobros adicionales fuera del acuerdo con la empresa y mantener una eficiente atención al público en general.

**Elaborado por:** El autor

## 3.3. Propiedad Intelectual

### 3.3.1. Registro de Marca

Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) el proceso requerido para poder registrar la marca deberá incluir el logotipo, nombre y lema comercial de la empresa, tras lo cual el proceso inicia con una búsqueda fonética y después del culminado de las etapas se otorga el amparo de la marca, el cual durará diez años a partir de su emisión y será de carácter renovable. (SENADI, 2018)

### 3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

El autor del presente proyecto “Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil” se realiza como trabajo de titulación para la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe, el proyecto está protegido por todos los derechos reservados por el autor y publicado por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

### 3.4. Presupuesto Constitución de la empresa

El presupuesto de constitución de la empresa constará de los rubros correspondientes a la constitución ante la Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil con lo cual la empresa ya constará como una compañía en el registro nacional, a su vez se incluirá el valor de registro de marca ante el SENADI para contar con la protección intelectual de la marca en conjunto a los demás valores correspondientes a trámites y permisos requeridos para el funcionamiento, los cuales se encuentran registrados en el cuadro presentado a continuación:

**Tabla 1 Presupuesto de constitución de la compañía**

<b>CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA</b>	
Registro ante la Superintendencia de Compañías	\$ 800,00
Registro de la marca y propiedad intelectual SENADI	\$ 1.000,00
Trámites y asesorías	\$ 400,00
Permisos de funcionamiento	\$ 700,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.900,00</b>

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 4

## AUDITORÍA DE MERCADO

## CAPÍTULO 4

### 4. AUDITORÍA DE MERCADO

#### 4.1. PEST

El estudio PEST es un análisis que se realiza con la finalidad de determinar la posición de la empresa en función de los aspectos externos que interfieren en los niveles de la oferta y demanda, aquello realizado mediante el exhaustivo análisis de los aspectos del macroentorno: político, económico, social y tecnológico, entendiendo que deben ser tomados todos en consideración para de tal manera reducir riesgos en la constitución de la propuesta. (Martinez M. , 2012)

##### **Político**

El presente proyecto busca priorizar el desarrollo sostenible del país en base a los conceptos de respeto e igualdad mencionados en el Plan Nacional del Buen Vivir o mejor conocido como “Sumak Kawsay” en el que se insta a una gestión empresarial con profunda responsabilidad social y ambiental, mediante la cual se obtenga desarrollar las economías populares y solidarias.

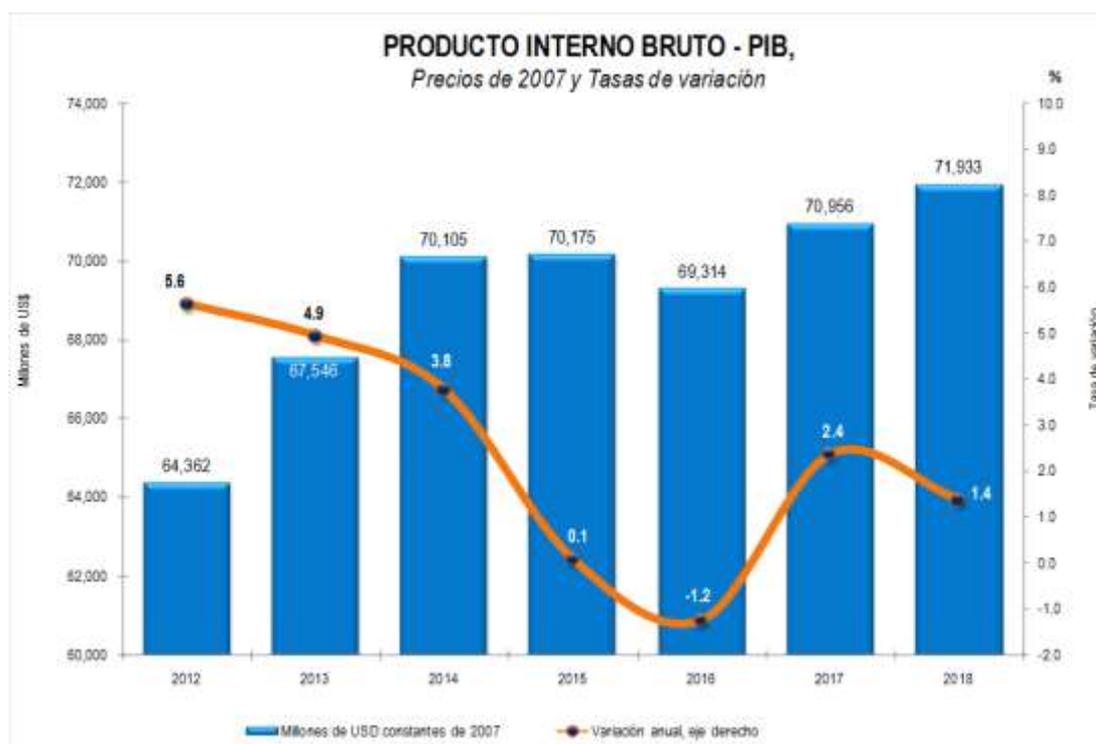
El actual gobierno inició funciones el pasado 24 de mayo de 2017 llegando al cargo de presidente el Lic. Lenin Moreno Garcés, de manera democrática y constitucional, marcando así un período de más de tres décadas en el que el país del Ecuador ha experimentado una estabilidad democrática y ausente de dictaduras o atropellos a las libertades. En el que a las empresas se ha garantizado condiciones aptas para la inversión, aunque a nivel regional no sean las más óptimas. (Nuques, 2017)

El Estado cuenta con numerosas leyes ambientales y de protección ambiental con las que principalmente protegen sus recursos naturales de la explotación descontrolada que suele ser en mayor parte para el uso de industrias. El Ecuador experimenta actualmente una estabilidad política en el país gracias a cuarenta años de democracia sin dictaduras ni regímenes autoritarios, las actuales decisiones económicas que ha tomado principalmente con el FMI lo orientarán a implementar medidas que fomenten el desarrollo económico y de flexibilidad laboral. (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2019)

## Económico

La economía ecuatoriana atraviesa por un periodo de lento crecimiento y adversidades que restan competitividad a la gran mayoría de los sectores industriales en relación a sus similares de los demás países de la región. El pasado año 2018 el Ecuador registró un crecimiento del 1.4% en su PIB equivaliendo a una suma de USD 108.398 millones. (Banco Central del Ecuador, 2019)

### Ilustración 5 Producto Interno Bruto del Ecuador



**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

Este crecimiento se ve claramente opacado por el riesgo país registrado en el mismo período que fue de 826 puntos, mientras que la inflación anual fue de 0,27%. Siendo estas cifras un fiel reflejo de la actual situación económica del país marcada por problemas financieros y adquisición considerable de deuda externa.

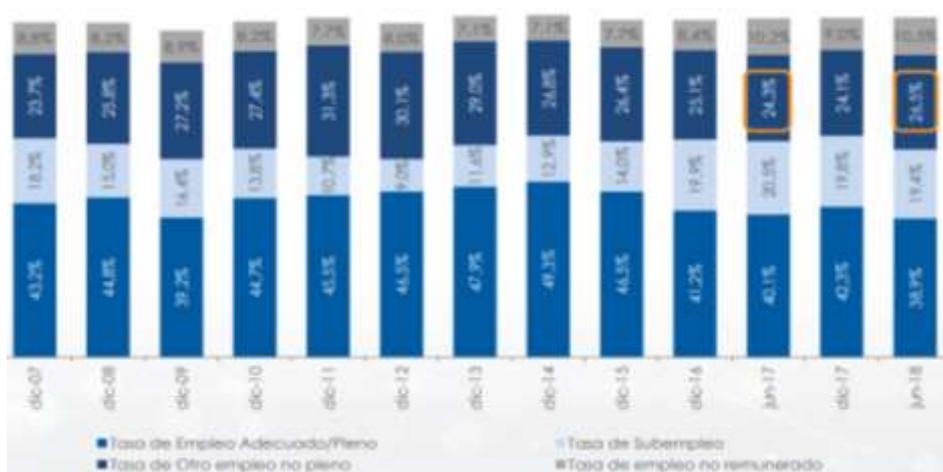
Las tasas e impuestos relacionados al importe de materias primas han experimentado crecimientos que obedecen a políticas del Estado para intentar solventar sus grandes déficits, por lo que el aprovisionamiento de materias primas extranjeras conlleva extenuantes procesos que además encarecen considerablemente los productos terminados e incrementan los costos de las empresas, quienes deben destinar considerables partes de sus recursos a estos rubros en lugar de incrementar

su capacidad productiva y contratar más empleados. (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2017)

La obtención de materias primas recicladas conllevará para las industrias considerables ahorros en sus costos, con lo que no solo incrementarán sus ganancias y competitividad, sino que generarán más empleo y fortalecerán su responsabilidad social con el medio ambiente. Adicionalmente, se han tomado decisiones de apertura con la Unión Europea y países asiáticos con lo cual las industrias podrán incrementar sus demandas de producción e intensificar sus actividades. (INEC, 2019)

Según cifras mostradas por el INEC el año pasado la cantidad de personas en situación de desempleo se incrementó en un 1,86% con respecto al año anterior, el empleo en condiciones informales por su parte disminuyó un 13% y el empleo adecuado se incrementó en un 2,6%. Lo cual refleja la marcada polarización de las realidades que afrontan la población ecuatoriana en lo que a trabajo respecta. (INEC, 2019) Nivel de empleo, desempleo y subempleo en Ecuador

**Ilustración 6 Nivel de empleo, desempleo y subempleo en Ecuador**



**Elaborado por: INEC**

### Social

Durante décadas el trato que las personas han dado a los desechos sólidos ha consistido en apilarlos directamente en contenedores para que posteriormente sean recolectados de forma general por la empresa de turno encargada, la cual apilaba los desechos y sin tratamiento previo es enterrado en rellenos sanitarios donde culmina su proceso sin embargo lejos de representar una solución ambiental o un proceso eficiente solo ha sido una solución provisional insostenible a largo plazo.

La sociedad ecuatoriana no se encuentra completamente familiarizada con los conceptos de reciclaje y clasificación de residuos, lo cual origina una resistencia a la adopción de prácticas de reutilización y reciclaje de desechos, costumbre que se encuentra mayormente establecida en las anteriores generaciones, por la idiosincrasia de sus años de formación, pero en las generaciones más jóvenes se presencia una conciencia social ambiental más profunda y con priorización al entorno.

Globalmente la humanidad está experimentando una tendencia de concientización hacia el cuidado, responsabilidad con el medio ambiente y el incremento de la realización de prácticas en su beneficio, como: reutilización de recursos, disminución en el consumo de plásticos, acuerdos internacionales por la reducción de emisiones contaminantes, boicots a empresas que realicen actividades no éticas hacia el medio ambiente. Por lo cual se puede manifestar que las nuevas generaciones están más relacionadas y comprometidas con el cuidado ambiental.

El promedio de recolección de residuos sólidos generados en el país fue en promedio de trece mil toneladas, a su vez el servicio de barrido alcanzó cubrir un 88,7% de la superficie en el 2016, mientras que en el 2015 la cobertura registrada fue 92.8% y en el 2014 el 84,9%. Estos datos demuestran una significativa variación en la manera de administrar los servicios de recolección y limpieza en el país. Inclusive tan solo un 37,1% de gobiernos municipales cuentan con sistemas adecuados de separación en la fuente, lo que es diferenciar los materiales orgánicos e inorgánicos (cartón, papel, plástico, vidrio, madera, metal, chatarra, caucho, textil, focos, pilas y desechos sanitarios no peligrosos, entre otros). En Galápagos, todos sus gobiernos municipales implementan estos sistemas. (INEC, 2018)

### **Tecnológico**

En el 2015 la economía nacional atravesó por una situación adversa marcada por el bajo precio del petróleo, apreciación del dólar y demás factores externos. Por lo cual el gobierno implementó una serie de medidas con las cuales poder salvaguardar la integridad de la economía. A finales del año 2014 se aumentaron los aranceles de cerca de seiscientos productos de importación (entre ellos maquinarias y equipos de uso industrial). Para inicios del año 2015 se implementaron salguardadas del 7% a Perú y 21% a Colombia, después el gobierno implemento la medida a nivel

mundial aplicando salvaguardas desde el 5% hasta el 45% a un tercio de los productos importados. (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2018)

A mediados del año 2017 el Comité de Comercio Exterior emitió la resolución No. 011-2015 a través de la cual se eliminaron aquellas medidas tomadas ante la situación adversa que atravesaba la economía nacional en aquel entonces. Cabe mencionar que la implantación de las salvaguardas afectó negativamente al nivel de vida de los consumidores ya que el sector empresarial experimentó un encarecimiento en los productos finales, a la vez que se dificultó sustancialmente la renovación de las maquinarias y más aún el aumento de líneas productivas, se debe recordar que la industria nacional necesita importar para poder producir mejor. (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2018)

Las actividades incluidas en el proceso operacional de la empresa requieren de la utilización de maquinarias desarrolladas específicamente para el almacenamiento, clasificación, transporte, procesamiento y apilamiento de los recursos durante su proceso de manufactura, dicha maquinaria no es de un nivel tecnológico alto, pues en su mayoría consisten en insumos industriales primarios y de funcionamiento estándar.

La empresa puede aprovechar los beneficios de la automatización y llegar a mantener ritmos operarios de mayor magnitud, requiriendo la intervención humana exclusivamente para el aprovisionamiento de los recursos y supervisión de las operaciones, logrando así obtener un eficiente sistema productivo y conseguir eficiencia en la optimización de recursos y tiempos de operación.

Los productos a comercializar del negocio contarán con mejores estándares y niveles de calidad en función del mayor o menor vanguardismo tecnológico de las máquinas empleadas en las operaciones.

La investigación y desarrollo será un pilar fundamental de las operaciones puesto que la innovación permitirá obtener sustanciales ventajas competitivas y crecimiento de la empresa.

#### **4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria**

La industria del reciclaje en el Ecuador ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años, debido principalmente por un lado a la cada vez mayor cantidad de residuos sólidos generados por las personas en las diversas ciudades del país, mientras que por otro lado al incremento en los precios de las materias primas de origen importado que son empleadas por los sectores industriales como parte de sus productos productivos. Este crecimiento se ha acompañado de adecuada inversión y desarrollo en infraestructura. (Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, 2015)

En función de información registrada por el Ministerio de Ambiente del Ecuador en el año 2010 como parte del Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos – PNGIDS participan en los procesos de generación, separación en la fuente, recolección, acopio, aprovechamiento, tratamiento, transporte y disposición final alrededor de tres mil trescientas empresas de manera legal, de las cuales el 71% corresponden al sector del transporte, 17% al sector de acopio mientras que apenas el 6% son empresas de aprovechamiento y transformación.

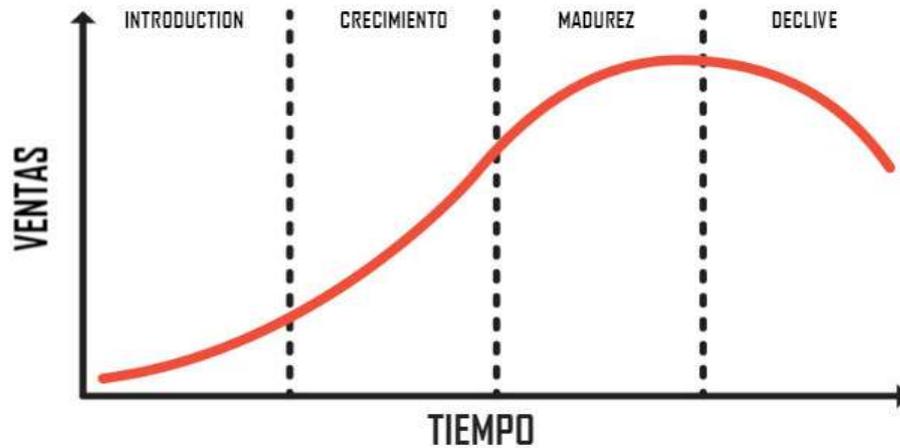
La operación de estas empresas representa para la economía ecuatoriana cerca de 50000 empleos y genera una producción bruta equivalente a USD 222 millones y valor agregado por USD 148 millones. Los residuos sólidos procesados están comprendidos principalmente por plástico, papel, cartón y chatarra, materiales que entre el 2009 y 2013 su exportación represento el 89% y 9% de sus segmentos respectivos. (MAE, 2014)

Las ciudades de Quito y Guayaquil son los mercados más importantes para la comercialización de residuos reciclables a nivel nacional; en ambas se observa una gran generación de residuos, así como un dinámico y creciente mercado liderado por la industria nacional. La situación es real, mundial, local y progresiva. Un aspecto positivo es que las soluciones y propuestas también lo son, y hablando específicamente de Ecuador, aunque queda mucho por hacer, empresarios privados, instituciones públicas y entidades sin fines de lucro han encontrado en los desechos sólidos una oportunidad de negocio y de dinamizar las industrias locales.

### 4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Los productos son bienes que buscan satisfacer una necesidad, aquella naturaleza implica que al igual que una necesidad puedan ser perecederos los productos también. Sin embargo antes de llegar a culminar su ciclo, deberán atravesar por etapas previas en las que experimenten la interacción con el entorno en el que se encuentran tanto sus consumidores y competidores (Ruíz, 2006) como se encuentra detallado en la siguiente imagen:

**Ilustración 7 Ciclo de vida de un producto**



**Elaborado por:** El autor

Es fundamental conocer que la etapa de inicio de la industria comenzó hace poco tiempo a expandirse en el país de la mano de municipios y empresarios visionarios que comenzaron a tecnificar e industrializar una actividad realizada hasta ese entonces de manera tenue y con el paso del tiempo permitieron conseguir que actualmente la industria tenga bases sólidas sobre las que se puedan cimentar nuevos proyectos. (Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, 2015)

Los productos de la empresa se encontrarán en la etapa de introducción en el mercado del reciclaje que se encuentra en la etapa de crecimiento debido a que ya existen competidores establecidos tanto en las áreas de recolección de residuos, reciclaje de recursos y comercialización de materias primas reutilizables.

Dichas empresas aún no llegan al punto de madurez debido a que la industria permite alcanzar un potencial mucho mayor tanto de operación, como de innovación. Otro factor que incide para que el mercado en el que se encontrará la empresa este en la etapa de crecimiento es el amplio potencial de innovación local, con la

introducción de procesos industriales de vanguardia y junto a la abundante materia prima permiten evitar conflictos con las empresas consolidadas puesto que los recursos actuales abastecen para la gran mayoría.

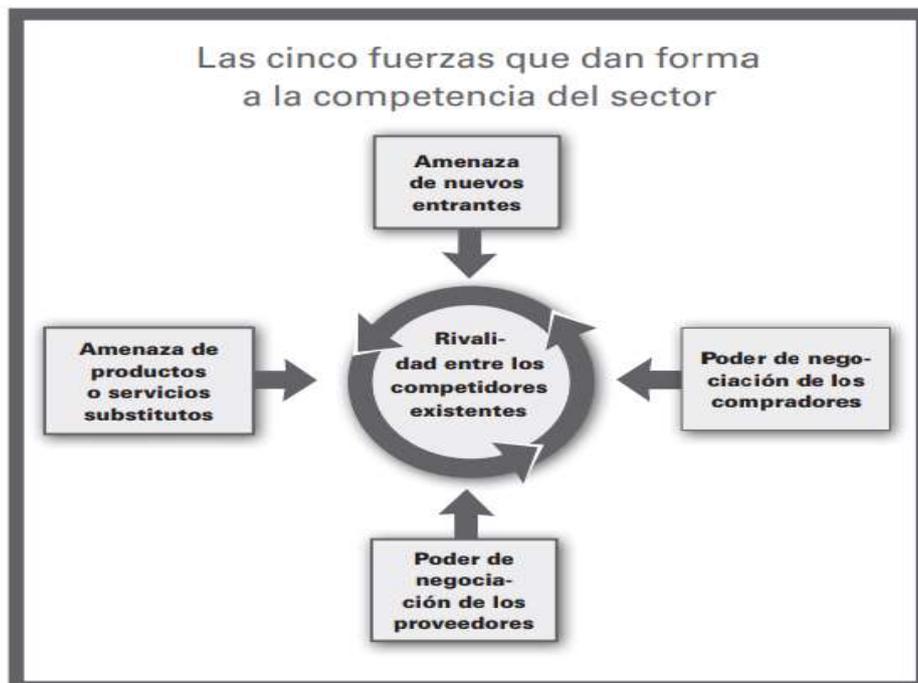
Luego de la etapa de introducción se podrá conocer hasta que punto se crecerá localmente y tras lo cual se deberán tomar las decisiones necesarias para orientar adecuadamente a la empresa en el entorno y así poder aprovechar todo el potencial que ofrece la industria.

#### 4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Es necesario comprender el entorno externo del mercado en el que la empresa estará en funciones, puesto que conociendo la realidad del mercado y la rentabilidad promedio de las empresas ya consolidadas permitirá estar atentos a posibles cambios a futuro y se podrán tomar decisiones acertadas con las que a su vez se desarrollarán estrategias más eficientes de operación en el mercado. Pues es crucial defender a la compañía de las fuerzas competitivas y usarlas para su propio beneficio como parte de la estrategia. (Porter, 2008)

Dichas fuerzas son cinco y se encuentran ilustradas en el gráfico presentado a continuación:

**Ilustración 8 Cinco fuerzas competitivas de Porter**



(Porter, Las cinco fuerzas competitivas, 2008)

### **Amenaza de nuevos entrantes**

La amenaza de nuevos entrantes es baja debido a la alta inversión requerida y gestión logística para el adecuado desarrollo de las operaciones, lo cual significa barreras de entrada altas, que si bien son accequibles en comparación a otros sectores industriales, por su complejidad e incidencia si permiten garantizar una reducida introducción de nuevos competidores en el mercado a futuro.

Las barreras de entrada mencionadas comprenden detalladamente los siguientes aspectos:

- Alta inversión inicial y costos de operación.
- Requerir de amplias instalaciones en un sector con características industriales.
- El número de personal requerido para desarrollar adecuadamente las operaciones de la empresa.
- Los permisos de funcionamiento y demás concesiones requeridas.
- La necesidad de innovar en los procesos y estar en la vanguardia de la industria.

Tras la determinación de esta fuerza se puede concluir que la industria en la cual se operará el proyecto representará una oportunidad que en caso de ser debidamente aprovechado consolidará a la empresa estratégicamente en el mercado.

### **Amenaza de posibles productos sustitutos**

Los productos sustitutos que satisfacen la misma necesidad que los producidos por la empresa son varios, sin embargo se encuentran resumidos en función de su origen, pues están:

- Materias primas convencionales (recién extraídas)
- Materias primas recicladas importadas del exterior

La amenaza de productos sustitutos por ende es alta, se debe mencionar que la materia prima representa para las empresas la pieza fundamental sobre la cual se sustentan todos sus modelos operativos, pues de la materia prima surgen los productos cuyas ventas sostienen financieramente a la empresa y cuya puesta en venta permiten operar a los departamentos de marketing, investigación, desarrollo, entre otros.

Se concluye que los productos sustitutos mencionados representen a percepción de los clientes una alternativa más segura por la sensación de confianza

que genera en ellos. Sin embargo aquello deberá ser tratado adecuadamente por la empresa y los departamentos respectivos, para generar seguridad en los clientes y consolidar los productos en el mercado como referentes de eficiencia y calidad.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores de la empresa serán principalmente aquellos de quienes se receipten los materiales reciclables provenientes de los residuos generados por la ciudad, aquella recepción se encuentra determinada de dos fuentes para las operaciones de la empresa, aquellas son;

- Obtención directa: Desarrollada a cabo por personal de la empresa con el empleo de los insumos propicios para la actividad.
- Obtención indirecta: A través de la recepción de los materiales por parte de recicladores debidamente capacitados y que adquieran un compromiso de exclusividad con la empresa.

La realidad descrita permite concluir en que el poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que la materia prima provendría de la recolección propia o de colaboradores externos pero que han adquirido un compromiso previo con la compañía, por lo cual se determina que esta fuerza competitiva estará debidamente controlada en función de lo determinado por la empresa.

### **Poder de negociación de los clientes**

Los clientes considerados en el modelo de negocio esta conformado por empresas consolidadas de naturaleza industrial y que en su mayoría se caracterizan por tener procesos productivos eficientes y de vanguardia en sus respectivos segmentos de mercado.

Estas características indican que se está ante clientes expertos en sus áreas y que priorizan por sobre todo la calidad y seguridad que el producto les ofrezca para poder formar parte de sus procesos productivos. Por tal motivo y ante el alto nivel de organización de este sector podemos concluir que el poder de negociación de los clientes es alto y que deberá siempre contar como factor decisivo ante cualquier estrategia tomada por la empresa a futuro.

## **Rivalidad entre competidores existentes**

La creciente cantidad de materiales reciclables presentes en los cada vez mayor residuos generados por las ciudades del Ecuador hace que aún no sea suficiente la cantidad de empresas en el mercado para aprovechar apropiadamente esta abundancia de recursos, puesto que incluso la gran mayoría de estos siguen sin ser utilizados y terminan desperdiándose.

A su vez la cantidad de materias primas recicladas que es comercializada a las industrias no es representativa para las demandas que estas tienen, lo cual hace que estos clientes deban aún seguir adquiriendo materias primas tradicionales para completar sus requerimientos.

En función de aquellos antecedentes se puede concluir en que la rivalidad entre competidores es baja ya que inclusive la incursión de nuevos competidores, además de permitir que el aprovechamiento de recursos sea mayor, permitirá también que los estándares de calidad se eleven y con ello lograr que se incremente la cantidad de clientes.

## **4.5. Análisis de la Oferta**

### **4.5.1. Tipo de Competencia**

La empresa se encuentra en un mercado con un tipo de competencia correspondiente a la denominación de competencia perfecta, ya que si bien el número de empresas en esta área no es masivo, tampoco es una cantidad reducida en la cual el poder de determinación de precios o negociación con los clientes recaiga en unas pocas. Por tal motivo se puede tener la seguridad de tener libertad de decisión y operación en el mercado una vez estando ya la empresa en funcionamiento.

Con el objetivo de ilustrar el escenario de competitividad que afrontará la empresa en el mercado se mencionará las principales referentes en lo que a competencia directa e indirecta respecta:

- Competencia directa: Reciclar; Fibras Nacionales S.A; Reciplast.
- Competencia indirecta: Recynter; Graham Reciclaje; EcoCaucho; Grupo Tractomaq.

### **4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial**

#### **Mercado Real**

El mercado real de la empresa se encuentra comprendido por empresas consolidadas de operaciones industriales que tengan como prioridad vincular sus

actividades y procesos productivos con prácticas sustentables con el medio ambiente y de beneficio social.

### **Mercado Potencial**

Empresas de producción menor al mercado real cuyo objetivo es emplear materias primas de calidad a un precio más asequible para incrementar sus beneficios y poder dinamizar sus operaciones.

Empresas de acopio que exporten materias primas recicladas a empresas industriales extranjeras con similares características al mercado real local.

#### **4.5.3. Características de los Competidores**

Mediante el desarrollo de un proceso de investigación y análisis del mercado local de comercialización de materias primas recicladas se consiguió determinar a los principales competidores en conjunto a sus características principales comprendidas por liderazgo, antigüedad, ubicación, productos y precio. Los cuales se encuentran detallados en el siguiente gráfico:

**Tabla 2 Características de los competidores**

<b>EMPRESA</b>	<b>LIDERAZGO</b>	<b>ANTIGÜEDAD</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>PRECIO</b>
FIBRAS NACIONALES	Alto	20 años	Guayaquil	Cartón Papel	Medio
RECIPLAST	Alto	23 años	Quito	Plástico Cartón Papel Chatarra Madera	Medio
RECICLAR	Medio	15 años	Quito	Plástico Cartón Papel Chatarra	Medio

**Elaborado por:** El autor

#### **4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa**

Se conoce por benchmarking al estudio comparativo de los aspectos de las empresas competidoras con el objetivo de mejorar el desarrollo de la propia empresa. Dicha metodología se comenzó a utilizar en los Estados Unidos a inicios de la década de los noventa, debido a que representa una herramienta de optimización y análisis que sin embargo debe cumplir determinados requisitos y claves para su adecuada eficacia. (Boxwell, 1994)

Los competidores directos principales del proyecto presentan estrategias similares en sus funciones debido principalmente a la similitud presente entre sus propuestas de valor y al mercado en crecimiento en el que se encuentran sus operaciones, entre las que se mencionan:

#### **Fibras Nacionales S.A.**

La empresa Fibras Nacionales S.A. posee su planta principal de 5500 metros cuadrados localizada en el Km 7.5 vía a Daule con veinte años de operaciones en el mercado de reciclaje. Sus operaciones comprenden principalmente la compra de productos reciclados: cartón, papel, plástico y chatarra. La cual procesan con sus maquinarias propias convirtiéndolas en materias primas que la empresa FIBRANAC comercializa a empresas de actividades industriales a un precio atractivo y conveniente.

FIBRANAC a su vez oferta los servicios de:

- Recolección de materiales reciclables.
- Destrucción de documentación o archivos confidenciales.
- desmontajes de Fábricas, galpones o estructuras.
- Capacitaciones para empresas (Gestión Ambiental)

#### **Reciplast**

Reciplast cuenta con más de veinte años de operaciones en el mercado del reciclaje y sus operaciones se desarrollan en el parque industrial Carcelén alto en Quito. Donde la empresa procesa plástico, papel, cartón, chatarra y madera. La cual comercializa a través de submarcas:

- **Provepolimeros.-** Materia Prima e Insumos para la Industria Plástica
- **Recifim.-** Venta de Madera, Triplex e insumos para la Industria Maderera
- **Kubiertesa.-** Fabricación de Cubiertas Metálicas para Galpones
- **Cartopaking.-** Venta de Cajas, Láminas, Ejes y otros productos de Cartón

Adicional la empresa es Gestor Ambiental certificada por la Secretaría de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito. Y ofrece los servicios de recolección de desechos y destrucción de materiales a empresas.

## **Reciclar**

Reciclar Cia. Ltda. Es una empresa presente en el mercado del reciclaje desde hace quince años con operaciones en Carcelén alto en Quito donde cuenta con una planta de 25000 metros cuadrados y una flota de 15 vehículos.

Son gestores tecnificados de residuos certificados por la Secretaría de Ambiente del Distrito Metropolitano de Quito. Ya que entre sus operaciones destaca el manipuleo, pesaje, transporte destrucción, clasificación, embalaje y disposición final técnica de productos reciclables, cuenta con sucursales en:

- Ibarra
- Cayambe
- Latacunga
- Ambato
- Riobamba
- Azoguez

Los productos comercializados por Reciclar son papel, cartón, plásticos y chatarra. Tras lo cual comercializan materias primas recicladas para uso de empresas industriales.

## **4.6. Análisis de la Demanda**

### **4.6.1. Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado es la combinación de enfoques teóricos de finales de la década de los sesenta en los que se da explicación a aspectos sociales como las desigualdades, pobreza, desempleo, entre otros. Con el principal objetivo de determinar los enfoques y situaciones actuales de la sociedad. (Fernández, 2010)

Es en función de aquello que la segmentación de mercado correspondiente al proyecto esta conformada por empresas ecuatorianas del sector industrial en cuyas actividades empleen materias primas como cartón papel y plástico.

#### 4.6.2. Criterio de Segmentación

##### Ilustración 9 Criterios de Segmentación

<u>GEOGRÁFICA</u>	<u>DEMOGRÁFICA</u>
<b>Provincia:</b> Guayas <b>Cantón:</b> Guayaquil Vía a Daule y sectores <b>Ubicación:</b> industriales	Empresas consolidadas en sus respectivas áreas. Emplean materiales como cartón, papel en sus procesos productivos. Poseen experiencia y están a la vanguardia de sus mercados.
<u>PSICOGRÁFICA</u>	<u>CONDUCTUAL</u>
Empresas que implementen practicas ecoamigables con su entorno. Aprecian el uso de materias primas recicladas como parte de sus productos. Basan sus actividades en valores empresariales de respeto y cuidado hacia su entorno y sociedad.	Apoyan iniciativas y actividades sociales en beneficio del ambiente. Priorizan las opiniones de sus clientes y adoptan sus iniciativas. Conocen como generar interacción con sus comunidades.

**Elaborado por:** El autor

#### 4.6.3. Selección de Segmentos

El segmento hacia el cual estarán orientadas las actividades de la compañía se encuentra compuesto por empresas del sector industrial quienes fabriquen sus empaques y pertenezcan mayormente al sector alimenticio y de bebidas en la ciudad de Guayaquil, que además destaquen por su profundo compromiso por el medio ambiente y que constantemente busquen innovar y desarrollar sus actividades en orden de ser ecoamigables.

#### 4.6.4. Perfiles de los Segmentos

- Empresas del sector industrial quienes elaboren sus empaques.
- Ubicadas en Guayaquil.
- Consolidadas en su mercado y referentes de prácticas ecoamigables.
- Consumidores establecidos de materias primas recicladas y con amplios conocimientos en la materia.

#### 4.7. Matriz FODA

En la ejecución de todo proyecto existen factores externos e internos que influirán en la situación de la compañía, diagnosticarlos es de importancia para conocer la situación interna de la compañía y tener una perspectiva general de la situación para determinar estrategias que aporten equilibrio y ajustes a la empresa ante las diversas situaciones que deba afrontar. (Ponce, 2007)

A continuación se presenta la matriz FODA del proyecto cuyo análisis permitirá conocer la situación donde se encuentra y permitirá desarrollar las estrategias necesarias.

**Tabla 3 Matriz FODA**

<b>Matriz FODA</b>	<b><u>FORTALEZAS</u></b> -Alta calidad de la materia prima. -Propuesta de valor única. -Procesos administrativos y operativos eficientes y de calidad. -Vinculación con sectores sociales para su desarrollo.	<b><u>DEBILIDADES</u></b> -Ser inicialmente poco conocidos por los compradores de este mercado. -No poder producir la misma cantidad de materias primas que ya manejan los competidores. -Falta de experiencia en la industria.	
	<b><u>OPORTUNIDADES</u></b> -Demanda insatisfecha de materias primas recicladas. -Apoyo gubernamental hacia el desarrollo de nuevas tecnologías e innovación. -Tendencia de nuevas empresas por incluir materias primas recicladas. -Limitada presencia de empresas que satisfagan la demanda en el mercado.	<b><u>F+O</u></b> -Contactar a nuevos consumidores potenciales con el objetivo de que consuman materias primas recicladas. -Posicionarse en el corto plazo como referentes de calidad en la industria. -Difundir el modelo administrativo de la compañía y su visión social para conocimiento de los consumidores.	<b><u>D+O</u></b> -Desarrollar una política de compra en que se garantiza la satisfacción total del cliente con el producto. -Buscar importar maquinarias y activos necesarios para incrementar la capacidad productiva. -Trabajar mancomunadamente con empresas ya establecidas del sector, en búsqueda de alianzas estratégicas.
	<b><u>AMENAZAS</u></b> -Mala recepción del producto y servicio por parte de los consumidores. -Incremento de aranceles o barreras de entrada por parte del Gobierno. -Importación directa de productos sustitutos. -Nuevos competidores.	<b><u>F+A</u></b> -Fidelizar a los clientes de la compañía en función de sus compras y tiempo de relación con la compañía. -Estar a la vanguardia del mercado en función de la calidad y presentación, tanto a nivel local como internacional.	<b><u>D+A</u></b> -Desarrollo de campañas de posicionamiento para ser conocidos y apreciados por los consumidores. -Aprovechar los incentivos gubernamentales y buscar estar al tanto de toda modificación o reforma que pueda llegar a interferir en el mercado.

Elaborado por: El autor

## **4.8. Investigación de Mercado**

### **4.8.1. Método**

La investigación de mercado empleará el método cualitativo, puesto que se efectuarán entrevistas a profundidad que se realizarán a diversos actores del campo de acción de la propuesta. La información obtenida del proceso será procesada y presentada mediante el empleo de herramientas especializadas.

### **4.8.2. Diseño de la Investigación**

#### **4.8.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos**

##### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad y viabilidad de la implantación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos en la ciudad de Guayaquil dentro de los próximos cinco años.

##### **Objetivos Específicos**

- Conocer en detalle acerca de los requerimientos de los clientes de materias primas recicladas en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar las barreras de entrada y principales consideraciones que tienen los consumidores hacia este tipo de productos en la industria local.
- Conocer la disposición de los consumidores hacia emplear materias primas recicladas de una empresa diferente.

#### **4.8.2.2. Tamaño de la Muestra.**

Al tratarse de una empresa Business to Business los clientes de los productos no serán personas pertenecientes a un segmento poblacional de la ciudad, sino que serán empresas, razón por la cual se efectuarán entrevistas a profundidad a los representantes de dichas organizaciones.

La muestra para este estudio estará conformada por seis representantes de empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil que empleen materias primas recicladas como parte de sus procesos productivos y que tengan un marcado compromiso con el medio ambiente.

### **4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos**

#### **4.8.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)**

##### ENTREVISTA

Nombre: \_\_\_\_\_ Empresa: \_\_\_\_\_

- ¿Cuál es el cargo que desempeña usted en la empresa?
- ¿Cuánto tiempo tiene usted colaborando en la empresa?
- ¿Cuáles son las actividades a las que se dedica la empresa?
- ¿Qué percepción tiene la empresa sobre el uso de materias primas recicladas en sus procesos productivos?
- ¿Cuáles han sido para usted los pro y contra del uso de materias primas recicladas?
- ¿De dónde provienen actualmente las materias primas empleadas por la empresa en la elaboración de sus productos?
- ¿En qué volumen y proporción se emplean actualmente materias primas recicladas en los procesos de producción de la empresa?
- ¿Quiénes proveen actualmente a la empresa de materias primas recicladas?
- ¿Cuál ha sido el nivel de satisfacción de la empresa con el servicio y los productos ofrecidos por dichas empresas?
- ¿Posee la empresa la intención de incrementar la cantidad de materias primas recicladas empleadas en sus procesos productivos?
- ¿Qué se realiza en la empresa con los materiales de desecho resultantes de los procesos productivos?
- ¿Cuenta la empresa con procesos de tratamiento para los desechos resultantes de sus procesos productivos?

#### **4.8.2.4. Análisis de Datos**

Es notorio el profundo conocimiento que posee el personal encargado de las empresas consumidoras de materias primas recicladas, acerca de las propiedades y principales innovaciones que se desarrollan en dicha área. Aquello ocasiona que exista una priorización en la calidad final de los productos por parte de quienes ya están establecidos actualmente en el mercado.

El análisis es mayor cuando se consideran los pro versus los contra que han representado para estas empresas el emplear productos reciclados en sus procesos productivos. Pues más allá de aislados episodios de disconformidad con aspectos como métodos/tiempos de entrega o los sistemas de pagos. Por lo general el optar por emplear materias primas recicladas permite a las empresas, disminuir sus costos de fabricación, comunicar que efectúa prácticas ecoamigables a sus clientes, etc.

Actualmente la oferta es inferior a la demanda y aquello ocasiona que las empresas muchas veces no puedan adquirir materias primas recicladas en las cantidades deseadas, ya que los actuales productores no poseen la capacidad de solventar y dar solución a dicho punto de dolor en el mercado.

Se destaca a su vez la profunda responsabilidad social de la mayoría de este segmento de empresas consumidoras de materiales reciclados, ya que la gran parte tiene implementados programas de clasificación de residuos y tratamiento adecuado, dichos procesos son originados en su mayor parte por iniciativas propias, más allá que por alguna obligación u ordenanza que les obligue a realizarlo.

#### **4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados**

- Las materias primas recicladas poseen buena aceptación por parte de un sector cada vez más creciente de empresas comprometidas con el cuidado del ambiente y aplicación de prácticas menos contaminantes. Actualmente la oferta es inferior a la demanda de estos productos, representando una oportunidad de consolidar en el mercado y establecerse adecuadamente.
- Es un mercado en el que constantemente se aplican innovaciones y a su vez los clientes exigen productos de mejor calidad.
- Por lo general la satisfacción de los consumidores con los productos reciclados es alta y se destaca la profunda fidelización de los clientes con sus proveedores de confianza.

- Poseen planes de acción en beneficio social que enfocan en gran medida hacia sectores sociales numerosos y de aquella manera transmitir su ideología como empresas ecoamigables. Dichas prácticas son altamente compatibles con las iniciativas sociales de dignificación y capacitación destinadas a recicladores informales de Guayaquil.
- No existe una organización a nivel gremial mediante la cual los compradores puedan negociar directamente, sino que es un proceso que cada quien realiza por su propia forma y muchas veces desaprovechando grandes oportunidades ya sea de negociación o impulsar a estos productores para dinamizar el mercado.

#### **4.8.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado**

- Las empresas están conscientes de la existencia de materias primas recicladas y la gran mayoría cuenta con personal que conoce de las ventajas de ese empleo en los procesos productivos.
- Los productores de materias primas recicladas no consiguen actualmente cubrir la demanda que tienen sus productos por parte de las empresas que los emplean en sus procesos productivos.
- Las materias primas recicladas varían considerablemente en aspectos como presentación y calidad dependiendo del proveedor, destacando que la fidelización es alta entre cliente y proveedor.
- Existe predisposición hacia colaborar en conjunto por el desarrollo de actividades de aporte social en las que se pueda beneficiar a grupos sociales de Guayaquil, dando preferencia a sectores excluidos.

#### **4.8.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado**

- Estandarizar las presentaciones y calidad de los productos con el objetivo de establecer referentes en el mercado.
- Fomentar una organización representativa de los principales productores para precautelar gestiones en defensa de la actividad y fomento del aumento de la producción.
- Implementar programas sociales de apoyo a sectores excluidos e informativos para que las nuevas generaciones crezcan con conciencia de reciclaje.

# CAPÍTULO 5

## PLAN DE MARKETING

## CAPÍTULO 5

### 5. PLAN DE MARKETING

#### 5.1. Objetivos: General y Específicos

- **Objetivo General**

Posicionar a la empresa en la percepción de los consumidores potenciales y reales, como referente de calidad en el mercado mediante el uso de herramientas de comunicación y estrategias de publicidad durante el primer año de operaciones en la ciudad de Guayaquil.

- **Objetivos Específicos**

- Detallar el perfil de las empresas que consumen materias primas recicladas y el método ideal para comunicar a ellos aspectos promocionales e informativos de la compañía en los próximos tres meses de ejecución del proyecto.
- Definir los productos que ofertará la empresa, para estructurar campañas de promoción con alcance a sus clientes meta, durante los primeros cuatro meses del proyecto.
- Mantener el nivel de satisfacción de los clientes en no menos del 85% durante los primeros cinco años de operación del proyecto.
- Alcanzar un crecimiento anual en las ventas de la empresa no menor al 5%.

##### 5.1.1. Mercado Meta

Al tratarse de una empresa que comercializará sus productos a otras empresas pero del sector industrial se puede determinar que se trata de un Business to Business, cuyo mercado meta se encuentra conformado por empresas consolidadas en el sector industrial de Guayaquil que empleen en sus procesos productivos materias primas como: papel, cartón, plástico y vidrio.

Inicialmente la localización del mercado meta comprenderá empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil, un factor característico de los consumidores de los productos de la empresa será que son empresas que destaquen por sus prácticas ecoamigables y aportes al desarrollo de la sociedad, esta filosofía coincide plenamente con el empleo de materias primas recicladas.

#### **5.1.1.1. Tipos y Estrategias de Penetración**

Considerando que la empresa iniciará sus operaciones en un mercado de constante crecimiento ubicado en la ciudad de Guayaquil, se debe puntualizar que las estrategias de penetración estarán desarrolladas acorde a la realidad de dicho mercado y a la etapa de introducción en que se encuentra la empresa.

La estrategia inicial de penetración de la empresa consistirá de un marcado esfuerzo promocional mediante campañas publicitarias dirigidas a los clientes reales del mercado, con el objetivo de posicionar apropiadamente a la empresa en la percepción de los consumidores.

De manera complementaria a la primera estrategia de penetración se realizará el ajuste de los precios de los productos que ofertará la empresa en función de los precios que tenga la competencia para aquel entonces, los precios serán ajustados con la intención de incrementar el volumen de las ventas, por lo cual los precios serán modificados hasta llegar al punto de que sean atractivos para los consumidores.

Como se puede apreciar la intención al implementar las estrategias mencionadas es captar la atención de los clientes reales, seguido de la planificación de acciones orientadas a captar clientes reales y potenciales hacia la oferta de la empresa. Tras la aplicación de dichas estrategias se destaca el constante estado de innovación y mejora de las estrategias en el mercado.

#### **5.1.1.2. Cobertura**

El plan de marketing de la empresa tendrá una cobertura inicial a empresas del sector industrial ubicadas en la ciudad de Guayaquil, con mayor énfasis a las localizadas en la zona empresarial de la Vía a Daule. Cabe mencionar que el sitio de operaciones de la empresa se encontrará en la ciudad de Guayaquil y contará con los activos necesarios para el adecuado desarrollo de los servicios y productos ofertados a los consumidores del mercado.

## **5.2. Posicionamiento**

Tras superar la etapa de introducción en el mercado la empresa determinará estrategias necesarias para conseguir atributos de diferenciación por sobre los demás competidores presentes en el mercado, en base a aspectos como calidad, seguridad, confiabilidad y eficiencia.

La principal de las estrategias que se implementará para posicionar a la empresa ventajosamente en relación a los demás competidores, consistirá en destacar la relación precio-calidad de los productos que adquirirán los consumidores a la empresa. Esta relación en conjunto al seguimiento y estrategias publicitarias permitirá a la empresa posicionarse en los consumidores como la opción más viable y eficiente al momento de realizar una inversión para adquirir este tipo de materias primas.

Es mediante al establecimiento de dichas estrategias que la empresa junto al logro de su posicionamiento, conseguirá desarrollar su propuesta de valor diferenciadora en el mercado entre la que además destacará la infraestructura propia, ubicación estratégica y políticas de cumplimiento y normas a seguir en el trato a los clientes.

## **5.3. Marketing Mix**

### **5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios**

Como productos el proyecto tendrá las materias primas obtenidas a partir de materiales reciclados y procesados. Los cuales serán referentes de calidad y eficiencia para los consumidores, cuyas observaciones y críticas serán constantemente aplicadas y acogidas en la evolución de las actividades de la empresa. Los productos consistirán en bloques compactos de la materia prima (cartón, papel, plástico) los cuales serán entregados a gusto y en función de la decisión del cliente.

Las estrategias mencionadas en conjunto a un constante estudio y análisis a las decisiones y estrategias adoptadas por los principales competidores permitirán a la empresa garantizar el adecuado éxito y aceptación de sus productos y servicios en el mercado.

#### **5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado**

El empaquetado y etiquetado de los productos ofertados por la empresa se encontrarán determinados en función de la normativa actual INEN No 2867 de empaquetado y etiquetado en el que se indica que se mencionará:

- Nombre del producto
- Composición del producto
- Volumen, peso y contenido
- Advertencias.
- Número de serie, lote o partida
- Nombre y dirección del fabricante
- Condiciones de almacenamiento(temperatura y humedad)

Se destaca que en relación a lo mencionado en el Art 22 de las normas del ARCSA los empaques de materias primas deben estar elaborados de materiales seguros para la manipulación humana y que no generen sustancias que puedan alterar las condiciones del producto.

#### **5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea**

La empresa contará con tres productos disponibles para su comercialización al mercado:

- Cartón compactado.
- Papel compactado y prensado.
- Plástico PET

#### **5.3.1.3. Marcas y Submarcas**

La marca que se empleará en la constitución de la compañía debidamente registrada será “RECIPRODUCT S.A.” siendo la única marca que se manejará en el proyecto, para la inclusión de nuevos productos o servicios a la línea existente se emplearán submarcas debidamente desarrolladas.

Ya que la inclusión de nuevas submarcas permitirá dar diferenciación de los productos y servicios por sobre los ofertados por la competencia en el mercado.

RECICARTON – Submarca correspondiente a los productos elaborados a base de cartón reciclado.

RECIPAPEL – Submarca correspondiente a los productos elaborados a base de papel reciclado.

RECIPLASTIC – Submarca correspondiente a los productos elaborados a base de plástico reciclado.

### **5.3.2. Estrategia de Precios**

Los productos comercializados por la empresa poseen precios determinados en función de los competidores en el mercado y acorde a una estrategia de diferenciación en la que se busca incrementar el volumen de productos comercializados en conjunto a destacar mediante estrategias publicitarias que la relación precio-calidad de los productos es superior al de los productos y precios de la competencia.

#### **5.3.2.1. Precios de la Competencia**

Los principales competidores del mercado de comercialización de materias primas recicladas poseen precios que van en función de los kilogramos de las presentaciones de los productos que ofertan al mercado.

Por tal razón es necesario mencionar que los precios en función de kilogramo que estas empresas manejan en promedio son de entre 0,30 a 0,55 ctvs para el cartón, 0,50 a 1,00 ctvs para el papel y de 1,50 a 2,75 para el plástico.

Dichos valores se encuentran sujetos a cambios en función de la cantidad ofertada y a las condiciones de compra, los cuales son factores diferentes en cada compañía según sus modelos operativos.

#### **5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta**

Las empresas que comprenden el mercado meta de la compañía poseen un poder adquisitivo alto, que va en función de su destacada posición en sus mercados respectivos y a la trayectoria que poseen, estas empresas además destinan gran parte de sus recursos para el aprovisionamiento de materias primas y constantemente invierten en planes de mejora y desarrollo en sus procesos internos.

#### **5.3.2.3. Políticas de Precio**

Los precios que la empresa ha determinado para sus productos buscan atraer a los consumidores para incrementar el volumen de ventas y producción, a la vez que tiene como objetivo posicionar a la empresa como la opción más eficiente y ventajosa en el mercado de materias primas recicladas. A su vez se han determinado políticas con respecto a aspectos como pagos a crédito y demás modalidades, como:

- La salida del producto se efectuará mediante pago previo de la misma.
- El envío del producto a las instalaciones del cliente se realiza sin cargo adicional al valor cancelado por el producto.

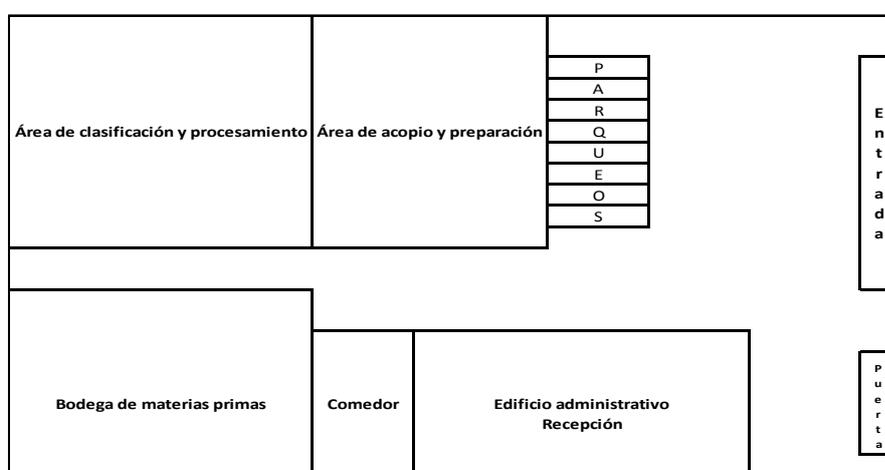
### 5.3.3. Estrategia de Plaza

#### 5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta

##### 5.3.3.1.1. Distribución del Espacio

Priorizando la asignación eficiente del espacio para el desarrollo de las actividades administrativas y productivas se destinarán construcciones independientes para cada área permitiendo la comunicación entre departamentos y manteniendo las condiciones adecuadas para evitar interferencias con ruido o demás aspectos distractores, es así que se conatará con la siguiente distribución:

#### Ilustración 10 Distribución del espacio



Elaborado por: El autor

##### 5.3.3.1.2. Merchandising

Con el objetivo de potenciar el impacto de la empresa y su mensaje publicitario en las determinadas actividades a realizar para dar a conocer su propuesta de valor al mercado meta se contará con recursos claves apelativos a la imagen de la empresa tales como:

- Roll ups
- Stands armables
- Folletería y tarjetas de presentación
- Inflables

Dichos productos serán desarrollados de manera alineada a la línea gráfica que manejará la empresa para garantizar uniformidad y eficacia al momento de transmitir la imagen corporativa de la empresa al mercado en las actividades donde se empleen los mismos.

### **5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial**

#### **5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.**

Los productos de la empresa serán distribuidos a los clientes de manera directa empleando canales libres de intermediarios o agentes externos, con el objetivo de procurar la satisfacción y trato directo con los clientes, a la vez que se evita el incremento de los precios de los productos por incluir más agentes a la cadena de distribución.

#### **5.3.3.2.2. Logística**

El manejo de los materiales reciclados hasta las instalaciones de la empresa, donde posteriormente son procesados hasta convertirse en materias primas óptimas para el uso industrial. En conjunto al empaquetado y proceso de almacenaje de los productos terminados en sus respectivas presentaciones, representan las principales actividades logísticas que conllevará el inicio de operaciones del proyecto.

El cual tiene como parte final la entrega de las unidades solicitadas por cada cliente, ya sea que las retire en las instalaciones de la empresa, o que se deba ir a entregarla a sus instalaciones. Obteniendo así el rédito económico y social que sustenta esta actividad.

#### **5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

La satisfacción del cliente es un pilar fundamental en la filosofía interna de la empresa, considerando ante todo que un cliente satisfecho es el mejor vocero y medio de comunicación para llegar a nuevos clientes.

Es por ello que se ha desarrollado un detalle de las políticas que tendrá la empresa en los siguientes escenarios:

##### **Pre-venta**

Los representantes de las empresas interesadas en adquirir productos de la empresa podrán:

- Ingresar a las instalaciones de la compañía y constatar el proceso productivo y de empaquetado de los productos.

- Acceder a muestras gratuitas de cada producto para comprobar la calidad de los mismos y compatibilidad con los requerimientos de sus procesos productivos.
- El cliente podrá escoger el modo de pago de los productos a comprar (cumpliendo previamente con los requisitos correspondientes a cada modalidad) al igual que podrá elegir si desea retirarlos o que sean llevados a sus propias instalaciones.
- Al recibir los productos el representante de la empresa clienta deberá constatar el buen estado de los productos y que la cantidad sea la misma que solicitó. Dicha constatación quedará respaldada por la firma del responsable de la empresa que realiza la compra.

### **Post-venta**

Los clientes que ya han adquirido sus productos serán contactados de manera mensual para consultarles acerca de su satisfacción con los productos y conocer si han tenido alguna observación con respecto a la calidad del mismo.

### **Quejas/Reclamos**

En lo que respecta a quejas o reclamos que tengan los clientes, la empresa tendrá habilitadas líneas telefónicas y direcciones de correo electrónico destinadas a receptor y dar pronta solución a los inconvenientes que los clientes puedan llegar a tener con los productos, ya sean estos originados por la calidad, servicio de entrega o trato recibido por algún trabajador de la empresa.

Se tendrá como política responder a todo reclamo en menos de ocho horas laborales.

### **Devoluciones**

Con el objetivo de evitar disconformidades por parte del cliente hacia los productos adquiridos se solicita antes de culminar la venta, la constatación de la calidad y cantidad conforme a las solicitadas por parte del representante a cargo de dicha actividad en la empresa clienta. Sin embargo las devoluciones se encuentran permitidas solo en el caso de que exista algún deterioro general en el producto entregado y siempre que sea antes de los primeros 15 días después de realizada la entrega.

### **5.3.4. Estrategias de Promoción**

#### **5.3.4.1. Promoción de Ventas**

Se debe estar consciente de la situación inicial en que partirán las operaciones de la empresa, por tal razón es necesario priorizar el dinamismo de las ventas al igual que el incremento de su volumen, ya que aquello permitirá el adecuado crecimiento y mejora de la compañía.

Se aplicarán diversas estrategias de promoción de ventas, las cuales estarán orientadas principalmente a los clientes reales del mercado y en segundo plano a los clientes potenciales. Dichas estrategias comprenderán:

- Entrega de muestras gratuitas de los productos de la empresa entregadas a domicilio a las instalaciones de los clientes de materias primas recicladas en la ciudad de Guayaquil.
- Descuentos de entre el 5% al 15% en compras al por mayor o en convenios planificados de compras anuales.
- Notificación a los clientes de liquidaciones en lotes seleccionados.

#### **5.3.4.2. Venta Personal**

Las ventas de la empresa requieren de la necesidad de contar con un equipo de colaboradores capaces de contactar y visitar a los representantes de las empresas que emplean materias primas recicladas en sus procesos, con el objetivo de presentar ante ellos la gama de productos con que cuenta la empresa, así como su calidad y persuadirlos de considerar a la misma como la mejor opción en el mercado.

Este modelo de organización en ventas permitirá abarcar eficientemente al mercado y con ello consolidar el posicionamiento de la empresa, los colaboradores así como sus funciones específicas serán determinadas posterior al inicio de operaciones de la empresa ya que se deberá conocer la situación en que se encuentre el mercado para aquel entonces.

### **5.3.4.3. Publicidad**

#### **5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje**

La publicidad que empleará la empresa estará enfocada a destacar los atributos ecológicos y diferenciadores de la compañía hacia su mercado y la sociedad.

Dicha publicidad se encontrará diseñada en función de abarcar apropiadamente a los clientes reales y potenciales del mercado de materias primas recicladas en la ciudad de Guayaquil.

Para lo cual se emplearán medios tradicionales y digitales. Destacando en los tradicionales: revistas y stands en eventos ambientales/empresariales. Los medios digitales por otra parte adicional al objetivo ya descrito, tendrán como finalidad transmitir el mensaje y filosofía de la empresa a la sociedad en general, para de esa manera fomentar el posicionamiento de la empresa en la mente de los consumidores y clientes del mercado.

El mensaje que se buscará transmitir mediante esta propuesta publicitaria es el de que RECIPRODUCT es una empresa que aporta al desarrollo económico de nuestra sociedad, a la vez que ayuda a la conservación y respeto del medio ambiente de nuestra ciudad y país.

#### **5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL**

Con el objetivo de transmitir adecuadamente la publicidad y mensaje a los clientes potenciales y reales del mercado, se requiere emplear estrategias ATL y BTL. Las cuales consistirán:

##### **Estrategias ATL**

Aparecer en revistas empresariales (Vistazo, América Economía, Ekos Negocios, etc)

##### **Estrategias BTL**

Tener presencia en eventos empresariales a través de stands y realizar activación de marca con los asistentes.

Manejar cuentas oficiales de la compañía en redes sociales (Facebook, Instagram, Youtube) a través de las cuales transmitir noticias de la empresa, tener contacto y atención a consultas u observaciones.

#### **5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento**

El lanzamiento de la campaña publicitaria y aplicación de las estrategias mencionadas anteriormente comenzará el trimestre previo al inicio de operaciones de la empresa. Ya que el objetivo inicial de dicha campaña publicitaria es crear la expectativa inicial a los principales actores del mercado.

Dicho lapso de tiempo es el propicio para generar aquel objetivo a la vez de permitir iniciar apropiadamente en conjunto a la recepción de pedidos iniciales y a la constatación de los clientes potenciales sobre la calidad de los productos de la empresa.

#### **5.3.4.3.4. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.**

Tanto los medios empleados en la campaña publicitaria (ATL-BTL) serán pautados y negociados directamente por la empresa, evitando el empleo de agencias que estén como intermediarios. Dicha decisión es tomada con el objetivo de optimizar los recursos y aprovechar cada rubro disponible.

Los costos de los medios a emplear varían constantemente en función de la fecha y sección deseada a aparecer, por lo cual se estipularán acuerdos semestrales con cada medio para dejar asignados los espacios y demás requerimientos según la planificación publicitaria de la empresa. Ya que la audiencia meta representa una reducida parte de la población, lo cual hace que sea de gran importancia la segmentación de las condiciones en que se transmitirá mensajes, promociones, etc.

#### **5.3.4.4. Relaciones Públicas**

El personal encargado a la administración de las cuentas de la empresa en medios digitales contará entre sus funciones con la responsabilidad de atender toda consulta ciudadana, de medios de comunicación, entidades públicas, etc. Y referirlas al personal correspondiente de la empresa para su pronta atención.

Dicha medida es necesaria para atender principalmente solicitud de entrevistas de medios de comunicación, visitas a la planta por parte de estudiantes y recepción de notificaciones de entidades públicas y privadas.

#### **5.3.4.5. Marketing Relacional**

La relación con sus clientes es un eje fundamental de la empresa, tanto para conseguir su fidelización, como para garantizar la satisfacción con el producto y conseguir que regrese a comprar nuevamente. Por tal razón el marketing relacional de la compañía estará orientado a atender a cada cliente de la empresa en función del tiempo y tipo de relación mantenida con la compañía, es así que:

- Clientes que realicen su segunda compra contarán con un 10% de descuento en pagos directos, o un mes de gracia en pagos a crédito.
- Nuevos clientes que lleguen referidos por clientes que ya trabajen con la empresa tienen un 10% de descuento en su primera compra.

Aquellas medidas se emplean con el objetivo de generar una relación con mayor contacto e interacción. Lo cual se complementará con visitas periódicas por personal de la empresa a las instalaciones de los clientes y la entrega de recomendaciones para aprovechar al máximo el producto en sus procesos productivos, y en el caso de ser clientes que hayan presentado algún reclamo anteriormente, pues buscar arreglar el error y mejorar la relación con aquel cliente para que vuelva a confiar en la empresa.

#### **5.3.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto**

##### **5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce**

Siendo la empresa un Business to Business se debe puntualizar que los clientes de la empresa son también empresas, por tal razón los medios digitales (E-Commerce) que se empleen serán mails enviados a las direcciones de correo electrónico de las empresas, mediante las cuales se mantendrá contacto a través de envío de promociones, descuentos exclusivos y también encuestas para conocer periódicamente la satisfacción de los clientes con los productos. También se contará con una página web en la que se incluirá información en detalle de la empresa y demás aspectos que pueda llegar a ser del interés de clientes potenciales.

Otra estrategia que se empleará, pero esta vez a través de las redes sociales será el de manejar cuentas oficiales en facebook, instagram, youtube mediante las cuales dar a conocer la empresa y sus actividades en la sociedad a la población en general.

#### **5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales**

Las empresas que actualmente se encuentran en el mercado de la comercialización de materias primas recicladas cuentan en su totalidad con páginas web y en su mayoría con cuentas en redes sociales como facebook, instagram y youtube.

Destaca el empleo que le dan a sus páginas web como portales en los cuales colocan toda la información referente a la empresa (historia, productos, ubicación, etc.) Teniendo también información de contacto y reservando siempre los precios que poseen los productos.

Las redes sociales de dichas compañías por lo general se utilizan como medios de comunicación para campañas externas que realizan y publicaciones de interacción con su comunidad.

#### **5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales**

La empresa contará con su propia página web, en la cual se encontrará la información más relevante de la compañía como su historia, gama de productos, información de contacto y enlaces a las cuentas de redes sociales con que contará la empresa (facebook, instagram, youtube) en las cuales se mantendrá una constante interacción con comunidades crecientes de seguidores a quienes se informará de las principales actividades, iniciativas sociales y noticias de la empresa.

Consiguiendo de esta manera descrita llegar a los consumidores reales y potenciales del mercado y a la comunidad en general quienes representan los consumidores de los productos que se originan mediante el empleo de las materias primas recicladas que comercializa la empresa

#### **5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción**

Con el objetivo de mantener una organización y cumplimiento de las metas de la campaña de publicidad y promoción, se procede a estructurar un cronograma en el cual se encuentra en detalle las actividades que se planean desarrollar en beneficio de la empresa y su posicionamiento en el mercado:

**Tabla 4 Cronograma de actividades de promoción**

Actividad	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras
<b>Desarrollo de imagen corporativa</b>	14 días	mar 1/10/19	mar 15/10/19	
Creación de Página Web	7 días	mar 1/10/19	mar 8/10/19	1
Creación de cuentas en Fb Ig Yt	4 días	mier 9/10/19	sab 12/10/19	2
Habilitación de las direcciones de correo electrónico	3 días	dom 13/10/19	mar 15/10/19	3
<b>Campaña de Expectativa</b>	45 días	mar 15/10/19	vie 29/11/19	4
Adquisición de espacio en Revista Vistazo y América Economía	30 días	mar 15/10/19	vie 15/11/19	
Activaciones de marca en eventos empresariales.	4 días	lun 21/10/19	jue 24/10/19	6
Entrega de muestras de producto a las instalaciones de clientes potenciales	14 días	lun 28/10/19	lun 11/11/19	7
Difusión de información en redes sociales e interacción con la comunidad.	45 días	lun 15/10/19	lun 29/11/19	8
Recomendaciones	2 días	vie 15/05/19	dom 17/05/19	9
Anexos	1 día	lun 18/05/19	mar 19/05/19	10
Contenido complementario	2 días	mier 20/05/19	vie 22/05/19	11

**Elaborado por:** El autor

#### 5.4. Presupuesto de Marketing

El presupuesto de marketing que solventará las actividades descritas anteriormente se muestra a continuación:

**Tabla 5 Presupuesto de marketing**

Descripción	Valor anual
Página Web	\$ 700,00
Administración email y redes sociales	\$ 1.200,00
Publicación en revistas (Vistazo, AE)	\$ 9.000,00
Folletería publicitaria	\$ 400,00
Insumos de branding	\$ 100,00
Participación en eventos empresariales	\$ 1.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 13.000,00</b>

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

## CAPÍTULO 6

### 6. PLAN OPERATIVO

#### 6.1. Producción

##### 6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de la empresa involucra diversas etapas en las que cada una representa un aporte social, ambiental y económico para la sociedad en general.

El proceso inicia con la recolección de los materiales reciclados, los cuales provienen de dos fuentes:

- Contenedores clasificadores de desechos.- Se recolecta periódicamente los materiales depositados en dichos contenedores, donde más personas colocan los desechos según su origen (papel, cartón, vidrio, orgánicos)
- Recicladores por necesidad.- La empresa capacita a recicladores por necesidad de la ciudad de Guayaquil y compra los materiales reciclados que obtienen de su labor. Aquello como aporte a la sociedad y como dignificación a su labor.

Posterior al aprovisionamiento de los materiales reciclados se procede a la limpieza, clasificación y preparación de los materiales para su transformación en materiales nuevamente utilizables en la industria. Empleando las maquinarias específicas para cada producto y respetando estrictos procesos de calidad y eficiencia productiva.

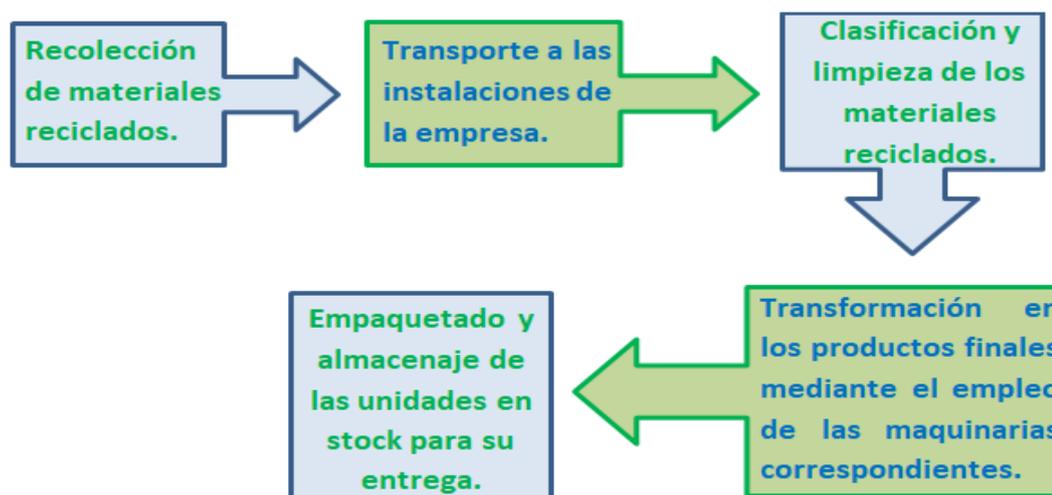
El proceso culmina con el empaqueo de las materias primas resultantes de las actividades previas. El empaqueo se hace en función de las presentaciones ofertadas por la empresa al mercado y a los requerimientos específicos que lleguen a tener los clientes.

Es así que respetando estrictos estándares de calidad y cumpliendo las normativas pertinentes a la actividad se cuenta con un proceso productivo eficiente el cual resulta en productos de gran utilidad para la industria y sociedad.

### 6.1.2. Flujograma de procesos

Para fines ilustrativos se presenta a continuación el flujograma del proceso productivo de la empresa, en el que se incluyen las principales fases que conforman las actividades productivas de la compañía:

**Ilustración 11 Flujograma de procesos**



**Elaborado por:** El autor

### 6.1.3. Infraestructura

La infraestructura ideal para el desarrollo de las actividades de la compañía comprende de:

- Superficie de 200 mt<sup>2</sup>
- 2 galpones para el almacenaje de la producción
- 2 camiones recolectores de material reciclado
- Oficinas para el personal administrativo
- Lugar de clasificación y preparación de los materiales
- Centro de procesamiento y producción de las materias primas
- Centro de empaquetado

### 6.1.4. Mano de Obra

La empresa requerirá para su inicio de operaciones contar con un personal de 15 colaboradores, repartidos de la siguiente manera:

- 1 supervisor de planta
- 9 trabajadores de planta
- 3 choferes
- 2 bodegueros

### 6.1.5. Capacidad Instalada

La capacidad instalada con que contará la empresa inicialmente será de ochocientas cuarenta toneladas anuales de materias primas recicladas. Manteniendo picos de producción y procurando mantener un ambiente laboral adecuado y propicio para mantener el ritmo productivo deseado.

### 6.1.6. Presupuesto

Los insumos necesarios para permitir producir la capacidad instalada determinada por la empresa en conjunto a sus precios y detalle de cantidad se presentan en el siguiente cuadro:

**Tabla 6 Presupuesto de la capacidad instalada**

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total
2	Trituradora	\$ 10.000,00	\$ 20.000,00
1	Pulper	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
1	Compactadora	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00
1	Bobinadora	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
3	Banda Transportadora	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00
1	Extrusora	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
1	Moledora	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
1	Enfriadora de plástico	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1	Báscula Industrial (2 toneladas)	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
1	Cortadora	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
3	Contenedores de acero	\$ 850,00	\$ 2.550,00
<b>Total</b>		<b>\$</b>	<b>91.550,00</b>

**Elaborado por:** El autor

## 6.2. Gestión de Calidad

### 6.2.1. Políticas de calidad

Se priorizará ante todo la calidad de los productos comercializados por la empresa, más aún cuando la principal propuesta de valor diferenciadora de la competencia es representar la opción más conveniente para los clientes del mercado debido a la relación precio-calidad.

Es así que la empresa como políticas de calidad tiene conseguir en el corto plazo la certificación ISO 17025 referente a procesos de manufactura con el cual certificar el alto grado de esfuerzo y cuidado que se tiene a la calidad de los productos a comercializar. A su vez se garantiza que los materiales empleados en el proceso productivo son preparados adecuadamente y cumplen con estándares para su inclusión.

### **6.2.2. Procesos de control de calidad**

La calidad dentro de las instalaciones de la empresa estará supervisado permanentemente por el personal responsable de la compañía, quienes principalmente realizarán:

- Revisión del estado de los contenedores, cintas transportadoras, y maquinarias empleadas para la transformación de los materiales en productos terminados.
- Constatar la adecuada manufactura y empaquetado de los productos terminados.
- Supervisar el almacenaje de las materias primas recicladas y que se encuentren en condiciones óptimas para preservar sus propiedades.

### **6.2.3. Presupuesto**

El detalle de las actividades de control de calidad mencionadas formará parte de las responsabilidades del Supervisor de planta que laborará en la empresa, razón por la cual no es necesario detallar un presupuesto para dicho proceso en específico.

## **6.3. Gestión Ambiental**

### **6.3.1. Políticas de protección ambiental**

La protección del ambiente es para la empresa el eje determinante para la creación de la empresa, por tal razón no hay mayor aspecto en que la empresa enfoque sus esfuerzos que en el cuidado del medio ambiente.

Es por ello que se emplean materiales reciclados provenientes de desechos que de no ser clasificados terminarían desperdiciados en rellenos sanitarios donde fomentan una practica nociva con el medio ambiente y creando necesidad de explotar nuevos recursos naturales.

Internamente la empresa cuenta con un proceso de tratamiento de los desechos industriales contratando a empresas especializadas en su manejo para así evitar que lleguen a contaminar ecosistemas naturales. Los materiales reciclables generados por las actividades administrativas de la empresa son adicionados al proceso productivo, consiguiendo así que el desperdicio de recursos en la emñresa sea mínimo.

### 6.3.2. Procesos de control ambiental

Dichas políticas de cuidado ambiental, estarán respaldadas por los siguientes procesos:

- Fijar metas de incremento mensual en la cantidad de materiales reciclados empleados en los procesos productivos de la empresa.
- Solicitar reportes al departamento administrativo para constatar que los desechos reciclables generados por su actividad son debidamente incorporados al proceso productivo.
- Indicar a la empresa encargada de los desechos industriales que entregue informes periódicos del tratamiento que reciben y constatar que de ninguna manera lleguen a afectar al medio ambiente

### 6.3.3. Presupuesto

A continuación se presenta el presupuesto destinado para la adecuada realización de los procesos de control ambiental en la empresa:

**Tabla 7 Presupuesto de control ambiental**

Descripción	Valor
Capacitación al personal sobre cuidado ambiental	\$ 1.200,00
Elaboración de manual con normas de acción ecoamigables	\$ 400,00
Total	\$ 1.600,00

**Elaborado por:** El autor

## 6.4. Gestión de Responsabilidad Social

### 6.4.1. Políticas de protección social

La empresa como actor de impulso y dinamismo social busca constante con sus actividades aportar al desarrollo y cuidado de la sociedad tanto a través de sus productos como de iniciativas sociales enfocadas al desarrollo de sectores sociales excluidos y en general, es por ello que la empresa realizará:

- Capacitaciones a recicladores por necesidad de la ciudad de Guayaquil.
- Entrega de insumos y herramientas para dignificar su labor.

Adicional la empresa constantemente realizará acciones en beneficio de los colaboradores de la empresa en beneficio de su desarrollo personal y profesional:

- Capacitaciones al personal de planta de la empresa.
- Bonos e incentivos por productividad y desempeño.

El compromiso social de la empresa va orientado adicional a la sociedad en general, razón por la cual se apoyarán iniciativas sociales en beneficio del ecosistema, tanto de instituciones públicas y privadas.

#### 6.4.2. Presupuesto

La gestión de responsabilidad social de la empresa estará enfocada en el ámbito interno con los trabajadores y externo con el apoyo a los recicladores informales con el objetivo de dignificar su actividad y dotarles de conocimiento para que lo realicen eficientemente y de manera segura:

**Tabla 8 Presupuesto de protección social**

Descripción	Valor
Capacitación al personal sobre responsabilidad social	\$ 1.200,00
Capacitaciones a recicladores informales sobre realización segura de su actividad	\$ 1.000,00
Total	\$ 2.200,00

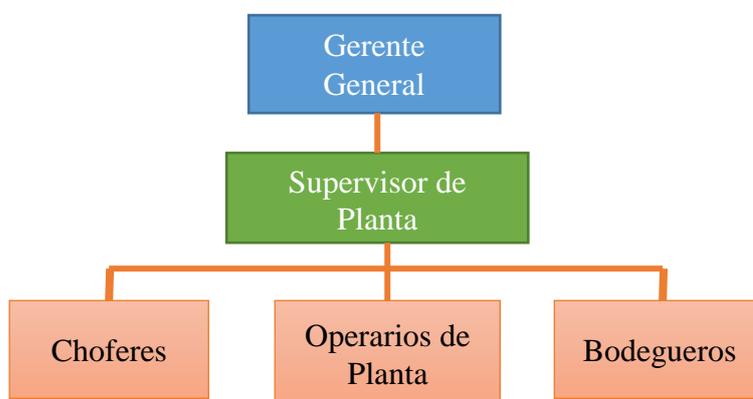
**Elaborado por:** El autor

### 6.5. Estructura Organizacional

#### 6.5.1. Organigrama

El organigrama de la empresa se encontrará estructurado de la siguiente manera:

**Ilustración 12 Organigrama operativo de la empresa**



**Elaborado por:** El autor

## **6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias**

### **Juntas de Accionistas**

**Sexo:** Indistinto

**Descripción:**

Son los inversionistas que hacen posible las operaciones de la empresa, mediante su aporte se consigue sustentar los requerimientos financieros de las instalaciones y trabajadores.

**Conocimientos:**

Experiencia en inversiones y administración de negocios en crecimiento.

Toma de decisiones y conocimiento de las situaciones del mercado.

### **Cargo: Gerente General**

**Sexo:** Indistinto

**Descripción:**

Administrar los recursos de la empresa y priorizar el adecuado desarrollo de las actividades administrativas y productivas. Elaborar reportes sobre la situación de la empresa y solucionar problemas internos que llegasen a ocurrir.

El gerente general tendrá además entre sus responsabilidades el atender solicitudes de entrevistas de medios de comunicación y estar presente en todo acto en que participe la empresa.

**Conocimiento:**

Administración de empresas y solución de conflictos.

Gestión ambiental, manejo de imagen corporativa.

Selección de personal y manejo de conflictos.

### **Cargo: Supervisor de planta**

**Sexo:** Masculino

**Descripción:**

Organizar de manera adecuada al personal que operará en la planta productiva, garantizando un adecuado clima laboral para los trabajadores a través del cuidado en las condiciones de trabajo y manteniendo constantemente alta su moral

El supervisor además deberá precautelar la seguridad de los trabajadores y hacer cumplir los protocolos de seguridad y calidad por todo quien acceda a la planta de producción.

**Conocimiento:**

Normativas de seguridad industrial.

Liderazgo y manejo de grupos de trabajo.

Empleo de maquinarias y supervisión de cumplimiento de metas productivas.

**Cargo: Recepcionista**

**Sexo:** Femenino

**Descripción:**

Atender todo requerimiento que llegue a las instalaciones de la empresa, receptar toda documentación que llegue y referirla al personal correspondiente de la compañía. El recepcionista deberá mantener una excelente presentación en todo momento y priorizar un trato cordial y respetuoso a todo quien acuda a la empresa.

**Conocimiento:**

Dominio de herramientas informáticas.

Elaboración de reportes e informes.

Dominio de inglés y terminología corporativa.

**Cargo: Trabajadores de Planta**

**Sexo:** Masculino

**Descripción:**

Procesar y guiar el proceso productivo de conversión de los materiales reciclados en productos terminados, dando el adecuado uso a la maquinaria correspondiente para cada proceso y cumpliendo en estricto detalle a las condiciones indicadas para cada proceso productivo.

**Conocimiento:**

Capacidad para operar maquinaria básica y mantener su adecuado funcionamiento.

Experiencia en la manipulación de materiales reciclados y clasificación de los mismos.

Organización y trabajo en equipo en actividades rutinarias y bajo presión.

**Cargo: Choferes**

**Sexo:** Masculino

**Descripción:**

Serán los responsables del transporte de los materiales reciclados a la empresa para su procesamiento, a su vez se encargarán de la entrega de los pedidos a las instalaciones de las empresas clientas, cuando estas las soliciten.

**Conocimiento:**

Poseer licencia de conducir profesional, y tener experiencia en el manejo de vehículos pesados, contar con un excelente historial en los registros de la A.T.M. y demostrar un uso responsable de los activos de la empresa.

**Cargo: Bodegueros**

**Sexo:** Masculino

**Descripción:**

Responsables de la manipulación y traslado de los productos de la empresa a los galpones especializados para su almacenaje y preservación hasta el momento de la entrega a los clientes. Son los encargados del cuidado de la mercadería y de supervisar periódicamente el buen estado de los productos para preservación de sus propiedades.

**Conocimiento:**

Manipulación de productos y aplicar los procedimientos desarrollados por la compañía para el traslado y manejo de la mercadería hasta su salida en el momento de la compra por parte de los clientes.

### **6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos**

A través del siguiente manual se ha detallado las responsabilidades exclusivas para cada integrante de la empresa, esta estrategia permitirá aprovechar el máximo del potencial de los colaboradores ya que podrán enfocarse en actividades concretas que a su vez permitirán crecer a la compañía en sus respectivas áreas.

**Tabla 9 Manual de funciones**

<b>Cargo</b>	<b>Interacciones</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Derechos</b>
<b>Gerente General</b>	Accionistas	Garantizar el adecuado funcionamiento de la empresa y cumplimiento de las metas trazadas para la empresa.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Bonos
<b>Gerente Financiero</b>	Accionistas Gerente general	Elaborar reportes financieros de las operaciones de la empresa y proponer planes de crecimiento económico.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Bonos
<b>Gerente de Ventas</b>	Accionistas Gerente general	Garantizar la satisfacción de los clientes con la empresa, incrementar el número de clientes y dar seguimiento a los pedidos mensuales.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Bonos
<b>Asistente contable y de cobranza</b>	Gerente general Gerente financiero	Elaborar reportes requeridos periódicos sobre la evolución financiera de la empresa. Dar seguimiento a las cobranzas de los pedidos.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Encargado de Marketing y Relacionista público</b>	Gerente general Gerente financiero y de ventas	Administración de página web, correos y redes sociales de la empresa. Coordinar la presencia de la marca en actividades estratégicas. Ser el relacionista público de la empresa ante otras instituciones.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Supervisor de Planta</b>	Gerente general Gerente de ventas	Garantizar el cumplimiento de las medidas de seguridad en la planta procesadora. Velar por generar un ambiente laboral productivo y cómodo para los trabajadores. Cumplir las metas de producción establecidas para la empresa.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Trabajadores de planta</b>	Gerente general Supervisor de Planta	Encargados del apropiado desarrollo del proceso productivo de la empresa hasta la elaboración final de los productos. Manejar apropiadamente las maquinarias e insumos de la empresa.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Recepcionista</b>	Gerente general Gerente financiero y de ventas	Atender todo requerimiento que llegue a las instalaciones de la empresa, receptar toda documentación que llegue y referirla al personal correspondiente de la compañía.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Choferes</b>	Gerente general Supervisor de Planta	Responsables del transporte de los materiales reciclados a la empresa para su procesamiento. Encargados de la entrega de los pedidos a las instalaciones de las empresas clientas, cuando estas las soliciten.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos
<b>Bodegueros</b>	Gerente general Supervisor de Planta	Responsables del traslado de los productos de la empresa a los galpones para su almacenaje y preservación. Encargados del cuidado de la mercadería y supervisar el buen estado de los productos.	Sueldo fijo Beneficios de Ley Incentivos

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO

## CAPÍTULO 7

### 7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

#### 7.1. Inversión Inicial

El proyecto comenzará con una inversión inicial de \$200.000,00 que permitirá el adecuado funcionamiento de la empresa y poder contar con los insumos necesarios.

##### 7.1.1. Tipo de Inversión

###### 7.1.1.1. Fija

La empresa contará con diversas maquinarias, vehículos, materiales de oficina y equipos de computación que comprenderán la inversión fija del proyecto:

**Tabla 10 Inversión fija del proyecto**

<b>INVERSIÓN FIJA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Maquinarias</b>			<b>\$ 80.550,00</b>
2	Trituradora	\$ 8.500,00	\$ 17.000,00
1	Pulper	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
1	Compactadora	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
1	Bobinadora	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
3	Banda Transportadora	\$ 2.500,00	\$ 7.500,00
1	Extrusora	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
1	Moledora	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1	Enfriadora de plástico	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
1	Báscula Industrial (2 toneladas)	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
1	Cortadora	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
3	Contenedores de acero	\$ 850,00	\$ 2.550,00
<b>Vehículos</b>			<b>\$ 50.000,00</b>
2	Camiones de carga NLR	\$ 25.000,00	\$ 50.000,00
<b>Muebles de oficina</b>			<b>\$ 4.085,00</b>
8	Escritorios	\$ 130,00	\$ 1.040,00
3	Muebles	\$ 200,00	\$ 600,00
7	Archivadores	\$ 85,00	\$ 595,00
10	Sillas reclinables de oficina	\$ 50,00	\$ 500,00
3	Aire Acondicionado	\$ 400,00	\$ 1.200,00
5	Telefono	\$ 30,00	\$ 150,00
<b>Equipos de cómputo</b>			<b>\$ 2.300,00</b>
7	Computadoras de Escritorio	\$ 150,00	\$ 1.050,00
5	Impresora	\$ 250,00	\$ 1.250,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 136.935,00</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.1.2. Diferida

En el proyecto la inversión diferida se encuentra comprendida fundamentalmente por los valores incurridos para la constitución de la empresa y demás requerimientos para autorización de su funcionamiento. Dicho valor es de \$2.900,00

### 7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente destinada para el proyecto corresponde a cuatro meses de capital de trabajo necesarios para cubrir los gastos de funcionamiento de la empresa durante dicho lapso de tiempo.

**Tabla 11 Inversión corriente**

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Sueldos y Salarios	\$ 11.920,00	\$ 11.920,00	\$ 11.920,00	\$ 11.920,00
Servicios básicos	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Otros gastos	\$ 1.083,33	\$ 1.083,33	\$ 1.083,33	\$ 1.083,33
<b>TOTAL</b>	\$ 54.813,33			

**Elaborado por:** El autor

## 7.1.2. Financiamiento de la Inversión

### 7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

El valor de la Inversión requerida provendrá del aporte igualitario de cuatro accionistas, quienes contribuirán con el 20% del monto mientras que el porcentaje restante que es del 60% será obtenido a través de un préstamo solicitado a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

**Tabla 12 Fuentes de financiamiento**

Fuente	Porcentaje	Valor
Péstamo CFN	60%	\$ 120.000,00
Accionista 1	10%	\$ 20.000,00
Accionista 2	10%	\$ 20.000,00
Accionista 3	10%	\$ 20.000,00
Accionista 4	10%	\$ 20.000,00
<b>Inversión requerida</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 200.000,00</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.2.2. Tabla de Amortización

Con fines ilustrativos se presenta la tabla de amortización correspondiente al préstamo solicitado para financiar el 60% de la Inversión inicial.

**Tabla 13 Tabla de amortización**

<b>Valor a cancelar</b>	\$120.000,00
<b>Años de plazo</b>	5
<b>Pagos por año</b>	12
<b>Total de pagos</b>	60
<b>Tasa de interés</b>	7,50%
<b>Tasa por período de pago</b>	0,63%

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	\$120.000,00			
1	\$118.345,45	\$1.654,55	\$ 750,00	\$2.404,55
2	\$116.680,55	\$1.664,89	\$ 739,66	\$2.404,55
3	\$115.005,25	\$1.675,30	\$ 729,25	\$2.404,55
4	\$113.319,48	\$1.685,77	\$ 718,78	\$2.404,55
5	\$111.623,17	\$1.696,31	\$ 708,25	\$2.404,55
6	\$109.916,26	\$1.706,91	\$ 697,64	\$2.404,55
7	\$108.198,69	\$1.717,58	\$ 686,98	\$2.404,55
8	\$106.470,37	\$1.728,31	\$ 676,24	\$2.404,55
9	\$104.731,26	\$1.739,11	\$ 665,44	\$2.404,55
10	\$102.981,28	\$1.749,98	\$ 654,57	\$2.404,55
11	\$101.220,36	\$1.760,92	\$ 643,63	\$2.404,55
12	\$99.448,43	\$1.771,93	\$ 632,63	\$2.404,55
13	\$97.665,43	\$1.783,00	\$ 621,55	\$2.404,55
14	\$95.871,28	\$1.794,14	\$ 610,41	\$2.404,55
15	\$94.065,93	\$1.805,36	\$ 599,20	\$2.404,55
16	\$92.249,28	\$1.816,64	\$ 587,91	\$2.404,55
17	\$90.421,29	\$1.828,00	\$ 576,56	\$2.404,55
18	\$88.581,87	\$1.839,42	\$ 565,13	\$2.404,55
19	\$86.730,95	\$1.850,92	\$ 553,64	\$2.404,55
20	\$84.868,46	\$1.862,49	\$ 542,07	\$2.404,55
21	\$82.994,34	\$1.874,13	\$ 530,43	\$2.404,55
22	\$81.108,50	\$1.885,84	\$ 518,71	\$2.404,55
23	\$79.210,87	\$1.897,63	\$ 506,93	\$2.404,55
24	\$77.301,39	\$1.909,49	\$ 495,07	\$2.404,55
25	\$75.379,97	\$1.921,42	\$ 483,13	\$2.404,55
26	\$73.446,54	\$1.933,43	\$ 471,12	\$2.404,55
27	\$71.501,03	\$1.945,51	\$ 459,04	\$2.404,55
28	\$69.543,35	\$1.957,67	\$ 446,88	\$2.404,55
29	\$67.573,45	\$1.969,91	\$ 434,65	\$2.404,55
30	\$65.591,23	\$1.982,22	\$ 422,33	\$2.404,55
31	\$63.596,62	\$1.994,61	\$ 409,95	\$2.404,55
32	\$61.589,54	\$2.007,07	\$ 397,48	\$2.404,55
33	\$59.569,92	\$2.019,62	\$ 384,93	\$2.404,55
34	\$57.537,68	\$2.032,24	\$ 372,31	\$2.404,55
35	\$55.492,74	\$2.044,94	\$ 359,61	\$2.404,55
36	\$53.435,01	\$2.057,72	\$ 346,83	\$2.404,55
37	\$51.364,43	\$2.070,58	\$ 333,97	\$2.404,55
38	\$49.280,90	\$2.083,53	\$ 321,03	\$2.404,55
39	\$47.184,35	\$2.096,55	\$ 308,01	\$2.404,55
40	\$45.074,70	\$2.109,65	\$ 294,90	\$2.404,55
41	\$42.951,87	\$2.122,84	\$ 281,72	\$2.404,55
42	\$40.815,76	\$2.136,10	\$ 268,45	\$2.404,55
43	\$38.666,31	\$2.149,46	\$ 255,10	\$2.404,55
44	\$36.503,42	\$2.162,89	\$ 241,66	\$2.404,55
45	\$34.327,01	\$2.176,41	\$ 228,15	\$2.404,55
46	\$32.137,00	\$2.190,01	\$ 214,54	\$2.404,55
47	\$29.933,30	\$2.203,70	\$ 200,86	\$2.404,55
48	\$27.715,83	\$2.217,47	\$ 187,08	\$2.404,55
49	\$25.484,50	\$2.231,33	\$ 173,22	\$2.404,55
50	\$23.239,22	\$2.245,28	\$ 159,28	\$2.404,55
51	\$20.979,92	\$2.259,31	\$ 145,25	\$2.404,55
52	\$18.706,49	\$2.273,43	\$ 131,12	\$2.404,55
53	\$16.418,85	\$2.287,64	\$ 116,92	\$2.404,55
54	\$14.116,91	\$2.301,94	\$ 102,62	\$2.404,55
55	\$11.800,59	\$2.316,32	\$ 88,23	\$2.404,55
56	\$9.469,79	\$2.330,80	\$ 73,75	\$2.404,55
57	\$7.124,42	\$2.345,37	\$ 59,19	\$2.404,55
58	\$4.764,40	\$2.360,03	\$ 44,53	\$2.404,55
59	\$2.389,62	\$2.374,78	\$ 29,78	\$2.404,55
60	\$0,00	\$2.389,62	\$ 14,94	\$2.404,55

**Elaborado por:** El autor

## 7.2. Análisis de Costos

### 7.2.1. Costos Fijos

Se procede a detallar los rubros conformantes de los costos fijos de la empresa, destacan principalmente los salarios de los trabajadores de la compañía en conjunto a los servicios básicos ocupados y el registro de la depreciación de los activos con que se cuenta:

**Tabla 14 Costos fijos**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>
Sueldos y Salarios	\$ 194.154,59
Servicios básicos	\$ 10.000,00
Depr. Maquinarias	\$ 8.055,00
Depr. Muebles de oficina	\$ 408,50
Depr. Vehículos	\$ 10.000,00
Depr. Equipos de cómputo	\$ 766,67
Otros gastos	\$ 13.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 236.384,76</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.2.2. Costos Variables

Se considera en el desarrollo de las operaciones de la empresa como costos variables a aquellos que se encontrarán en función de las cantidades producidas y ofertadas al mercado, por tal motivo se cuenta con:

**Tabla 15 Costos variables**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>
Materias primas	\$ 214.200,00
Combustible	\$ 10.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 224.200,00</b>

**Elaborado por:** El autor

## 7.3. Capital de Trabajo

### 7.3.1. Gastos de Operación

El conjunto de los gastos administrativos, de venta y financieros en que la empresa incurra para sustentar sus actividades comprenderá el total de los gastos de operación, los cuales se detallan en los puntos posteriores correspondientes.

### 7.3.2. Gastos Administrativos

En el gráfico presentado a continuación se detalla la composición de los gastos administrativos de la empresa:

**Tabla 16 Gastos administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>Año 1</b>
Sueldos y salarios	\$ 143.040,00
Aportes a la Seguridad social	\$ 15.948,96
Beneficios sociales	\$ 35.165,63
Uniformes	\$ 1.680,00
Servicios básicos	\$ 10.000,00
Depr. Maquinaria	\$ 8.055,00
Depr. Muebles de oficina	\$ 408,50
Depr. Vehículos	\$ 10.000,00
Depr. Equipos de cómputo	\$ 766,67
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 225.064,76</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.3.3. Gastos de Ventas

Los gastos de venta son necesarios para garantizar alcanzar las metas trazadas por la dirección de la empresa y consolidarse apropiadamente en el mercado, dichos valores son mencionados a continuación:

**Tabla 17 Gastos de ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>Año 1</b>
Página Web	\$ 700,00
Administración email y redes sociales	\$ 1.200,00
Publicación en revistas (Vistazo, AE)	\$ 9.000,00
Folletería publicitaria	\$ 400,00
Insumos de branding	\$ 100,00
Participación en eventos empresariales	\$ 1.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.000,00</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.3.4. Gastos Financieros

Representan principalmente los gastos incurridos por la solicitud del préstamo bancario para financiamiento de las operaciones de la empresa en su fase de inicio:

**Tabla 18 Gastos financieros**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos Financierps	\$20.551,57	\$22.147,04	\$23.866,37	\$25.719,18	\$27.715,83

**Elaborado por:** El autor

## 7.4. Análisis de Variables Críticas

### 7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Los precios de venta de los productos a comercializar por la empresa fueron arduamente estudiados en función de variables como las estrategias de los competidores, situación actual del mercado e intención de compra de los clientes. Se puede apreciar que los márgenes de contribución de los productos son altos, sin embargo se debe recalcar que se trata de productos que se deben comercializar en grandes cantidades para representar sumas significativas para la empresa.

**Tabla 19 Mark up y márgenes**

Producto	Venta	Costo	Mark Up	Márgen
RECICARTON	\$ 191.100,00	\$ 29.400,00	\$ 161.700,00	85%
RECIPAPEL	\$ 126.000,00	\$ 37.800,00	\$ 88.200,00	70%
RECIPLASTIC	\$ 294.000,00	\$ 147.000,00	\$ 147.000,00	50%

**Elaborado por:** El autor

### 7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Las proyecciones de venta contemplan un escenario en el cual se producirá una cantidad de 840 toneladas al año y contemplando un crecimiento anual en las ventas no menor al 5%, teniendo de aquella manera la siguiente proyección:

**Tabla 20 Proyección de ventas**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 611.100,00	\$ 641.655,00	\$ 673.737,75	\$ 707.424,64	\$ 742.795,87
<b>Costos</b>	\$ 214.200,00	\$ 224.910,00	\$ 236.155,50	\$ 247.963,28	\$ 260.361,44
<b>Utilidad Bruta</b>	\$ 396.900,00	\$ 416.745,00	\$ 437.582,25	\$ 459.461,36	\$ 482.434,43

**Elaborado por:** El autor

### 7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio requerido por la empresa para alcanzar a cubrir sus egresos es de 500 toneladas, dicha <cantidad engloba de manera proporcional a los productos de la empresa, ya que se trata de un punto de equilibrio multiproducto:

**Tabla 21 Punto de equilibrio**

Nº	PRODUCTO	PVP	CVME	PART.DE VENTA	CONTRIBUCION MARGINAL	CONTRIBUCION PONDERADA	VENTAS POR UNIDADES	INGRESOS TOTAL	COSTOS VARIABLES
1	RECICARTON	\$ 0,65	\$ 0,10	35%	\$ 0,55	\$ 0,19	175100	\$ 175.100,47	\$ 17.509,98
2	RECIPAPEL	\$ 1,00	\$ 0,30	15%	\$ 0,70	\$ 0,11	75043	\$ 75.043,78	\$ 22.512,83
3	RECIPLASTIC	\$ 0,70	\$ 0,35	50%	\$ 0,35	\$ 0,18	250143	\$ 250.143,30	\$ 87.549,91
						\$ 0,47	500285	\$ 500.287,55	\$ 127.572,73

	KG	TN
Punto de Equilibrio	500285	500

**Elaborado por:** El autor

## 7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

La empresa respetará en completo detalle las obligaciones y responsabilidades debidamente establecidas por las entidades competentes, tales como el Ministerio del Trabajo mediante las disposiciones laborales, el S.R.I. a través de los estatutos de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Garantizando de dicha manera el cumplimiento de la empresa en sus actividades diarias tanto de manera interna como externa.

## 7.6. Estados Financieros proyectados

### 7.6.1. Balance General

Se procede a detallar el balance general de la empresa de inicio a fin del horizonte de proyecto correspondiente a cinco años de operaciones:

**Tabla 22 Balance general**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
Efectivo y equivalente de efectivo	\$ 60.165,00	\$195.641,65	\$ 267.365,58	\$ 339.886,67	\$ 413.132,96	\$ 543.698,11
<b>Total Activo corriente</b>	\$ 60.165,00	\$195.641,65	\$ 267.365,58	\$ 339.886,67	\$ 413.132,96	\$ 543.698,11
Maquinarias	\$ 80.550,00	\$ 80.550,00	\$ 80.550,00	\$ 80.550,00	\$ 80.550,00	\$ 80.550,00
Muebles de oficina	\$ 4.085,00	\$ 4.085,00	\$ 4.085,00	\$ 4.085,00	\$ 4.085,00	\$ 4.085,00
Vehículos	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
Equipos de cómputo	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Depr. Maquinarias		\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00
Depr. Muebles de oficina		\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50
Depr. Vehículos		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Depr. Equipos de cómputo		\$ 766,67	\$ 766,67	\$ 766,67	\$ -	\$ -
<b>Total Activo no corriente</b>	\$ 136.935,00	\$117.704,83	\$ 117.704,83	\$ 117.704,83	\$ 118.471,50	\$ 118.471,50
Marca, patentes, permisos de funcionamiento	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00	\$ 2.900,00
Amortización acumulada Activos intangibles		\$ 580,00	\$ 1.160,00	\$ 1.740,00	\$ 2.320,00	\$ 2.900,00
<b>Total Activo intangible</b>	\$ 2.900,00	\$ 2.320,00	\$ 1.740,00	\$ 1.160,00	\$ 580,00	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 200.000,00	\$316.410,70	\$ 386.810,42	\$ 458.751,50	\$ 532.184,46	\$ 662.169,61
<b>PASIVOS</b>						
Prestamo Bancario corriente	\$20.551,57	\$22.147,04	\$23.866,37	\$25.719,18	\$27.715,83	\$ -
Otras obligaciones corrientes		\$ 50.127,83	\$ 52.776,91	\$ 55.542,46	\$ 58.706,98	\$ 61.719,35
<b>Total Pasivo corriente</b>	\$20.551,57	\$ 72.274,87	\$ 76.643,28	\$81.261,64	\$ 86.422,81	\$61.719,35
Prestamo Bancario no corriente	\$99.448,43	\$77.301,39	\$53.435,01	\$27.715,83	\$0,00	
<b>Total Pasivo no corriente</b>	\$99.448,43	\$77.301,39	\$53.435,01	\$27.715,83	\$0,00	
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$120.000,00	\$149.576,26	\$ 130.078,30	\$ 108.977,47	\$ 86.422,81	\$ 61.719,35
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Utilidad del ejercicio		\$ 86.834,44	\$ 89.897,69	\$ 93.041,91	\$ 95.987,62	\$ 72.175,27
Utilidades retenidas			\$ 86.834,44	\$ 176.732,12	\$ 269.774,03	\$ 365.761,65
Recuperación CT y activos						\$ 82.513,33
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 80.000,00	\$166.834,44	\$ 256.732,12	\$ 349.774,03	\$ 445.761,65	\$ 600.450,26
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	\$ 200.000,00	\$316.410,70	\$ 386.810,42	\$ 458.751,50	\$ 532.184,46	\$ 662.169,61

**Elaborado por:** El autor

## 7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Registrando apropiadamente los rubros correspondientes a las operaciones comerciales y de operación de la empresa se procede a presentar el estado de pérdidas y ganancias de la empresa con una proyección de cinco años:

**Tabla 23 Estado de pérdidas y ganancias**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 611.100,00	\$641.655,00	\$ 673.737,75	\$ 707.424,64	\$ 742.795,87
Costo de ventas	\$ 214.200,00	\$224.910,00	\$ 236.155,50	\$ 247.963,28	\$ 260.361,44
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 396.900,00</b>	<b>\$416.745,00</b>	<b>\$ 437.582,25</b>	<b>\$ 459.461,36</b>	<b>\$ 482.434,43</b>
Gastos Administrativos	\$ 205.834,59	\$216.126,32	\$ 226.932,64	\$ 238.279,27	\$ 250.193,23
Gastos de Ventas	\$ 13.000,00	\$ 13.650,00	\$ 14.332,50	\$ 15.049,13	\$ 15.801,58
Gastos financieros	\$ 20.551,57	\$ 22.147,04	\$ 23.866,37	\$ 25.719,18	\$ 27.715,83
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 157.513,84</b>	<b>\$164.821,64</b>	<b>\$ 172.450,74</b>	<b>\$ 180.413,78</b>	<b>\$ 188.723,79</b>
Depr. Maquinaria	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00	\$ 8.055,00
Depr. Muebles de oficina	\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50	\$ 408,50
Depr. Vehículos	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Depr. Equipos de cómputo	\$ 766,67	\$ 766,67	\$ 766,67	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 138.283,67</b>	<b>\$145.591,47</b>	<b>\$ 153.220,57</b>	<b>\$ 161.950,28</b>	<b>\$ 170.260,29</b>
Participación trabajadores 15%	\$ 20.742,55	\$ 21.838,72	\$ 22.983,09	\$ 24.292,54	\$ 25.539,04
Impuesto a la renta 25%	\$ 29.385,28	\$ 30.938,19	\$ 32.559,37	\$ 34.414,44	\$ 36.180,31
<b>Utilidad Disponible</b>	<b>\$ 88.155,84</b>	<b>\$ 92.814,56</b>	<b>\$ 97.678,11</b>	<b>\$ 103.243,31</b>	<b>\$ 108.540,93</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

De manera complementaria al estado de perdidas y ganancias de la empresa se procede a desarrollar el flujo de caja proyectado:

**Tabla 24 Flujo de caja proyectado**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		\$ 138.283,67	\$ 145.591,47	\$ 153.220,57	\$ 161.950,28	\$ 170.260,29
(+) Gastos de Depreciación/Amortización		\$ 19.230,17	\$ 19.230,17	\$ 19.230,17	\$ 18.463,50	\$ 18.463,50
(-) Inversiones en Activos						
(-) Amortizaciones de Deuda		\$ 20.551,57	\$ 22.147,04	\$ 23.866,37	\$ 25.719,18	\$ 27.715,83
(-) Capital del trabajo						\$ 54.813,33
(-) Pagos de Impuestos		\$ 50.127,83	\$ 52.776,91	\$ 55.542,46	\$ 58.706,98	\$ 61.719,35
(+) Valor de desecho del proyecto						\$ 27.700,00
<b>FLUJO DE CAJA ANUAL</b>	\$ -200.000,00	\$ 86.834,44	\$ 89.897,69	\$ 93.041,91	\$ 95.987,62	\$ 72.175,27
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>		\$ 86.834,44	\$ 176.732,12	\$ 269.774,03	\$ 365.761,65	\$ 437.936,92

**Elaborado por:** El autor

### 7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

#### 7.6.2.1.1.1. TMAR

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del proyecto será del 14%, dicha tasa resultado de la consideración de aspectos como el riesgo país, costo de oportunidad y demás. Los cuales permiten estructurar una tasa acorde a la realidad del proyecto.

**Tabla 25 TMAR**

Fuente	Valor	%	Tasa	Total
Préstamo	\$ 120.000,00	60%	4,78%	2,87%
Accionistas	\$ 80.000,00	40%	28,14%	11,25%
TOTAL	\$ 200.000,00	100%		14%

Tasa de accionista Modelo MVAC	
Tipo de tasas	%
Tasa libre de riesgo	1,72%
Beta	0,95
Rendimiento de mercado	22%
Riesgo País	7,15%
Tasa del accionista	28,14%

Tipo de tasas	%
Tasa de interés préstamo	7,5%
% participación utilidades	15%
% impuesto a la renta	25%
% factor compuesto	36,25%
Tasa neta de deuda	4,78%

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.1.1.2. VAN

El proyecto cuenta con un valor actual neto de \$101.581,28 el cual resulta del análisis de los flujos de caja estimados de la empresa, la inversión inicial y la TMAR

**Tabla 26 VAN**

<b>VAN</b>	\$101.581,28
------------	--------------

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.1.1.3. TIR

Se contará con una tasa interna de retorno del 34% la cual es destacable por ser ampliamente mayor a la TMAR considerada anteriormente. Dicho aspecto resalta al proyecto como una propuesta rentable y apropiadamente desarrollada.

**Tabla 27 TIR**

<b>TIR</b>	34%
------------	-----

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.1.1.4. PAYBACK

El período de recuperación de la inversión en el proyecto será de veinte y siete meses, lo cual significa que antes del segundo trimestre del segundo año de

operaciones de la empresa, ya se habrá recuperado la inversión inicial, aquello permitirá tener una mejor posición económica para poder implementar estrategias de mejora, como adquisiciones, capacitaciones, etc.

**Tabla 28 Payback**

MESES	INV. INICIAL	FLUJO MENSUAL	PAYBACK
1	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -192.591,66
2	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -185.183,32
3	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -177.774,99
4	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -170.366,65
5	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -162.958,31
6	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -155.549,97
7	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -148.141,63
8	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -140.733,30
9	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -133.324,96
10	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -125.916,62
11	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -118.508,28
12	\$ -200.000,00	\$ 7.408,34	\$ -111.099,94
13	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -103.420,81
14	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -95.741,67
15	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -88.062,53
16	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -80.383,39
17	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -72.704,25
18	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -65.025,12
19	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -57.345,98
20	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -49.666,84
21	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -41.987,70
22	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -34.308,56
23	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -26.629,43
24	\$ -200.000,00	\$ 7.679,14	\$ -18.950,29
25	\$ -200.000,00	\$ 7.957,37	\$ -10.992,92
26	\$ -200.000,00	\$ 7.957,37	\$ -3.035,55
27	\$ -200.000,00	\$ 7.957,37	\$ 4.921,82
28	\$ -200.000,00	\$ 7.957,37	\$ 12.879,18
29	\$ -200.000,00	\$ 7.957,37	\$ 20.836,55

**Elaborado por:** El autor

## 7.7. Razones Financieras

### 7.7.1. Liquidez

El análisis de los ratios proyectados de liquidez permiten determinar que la empresa contará con una correcta situación económica que le permitirá afrontar eventualidades en el corto plazo.

**Tabla 29 Ratio de liquidez**

Ratio de Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3
AC/PC	2,93	2,71	3,49

**Elaborado por:** El autor

### 7.7.2. Gestión

El capital de trabajo con que contará la empresa durante el horizonte presentado a continuación, es ideal para sustentar la gestión de la empresa en sus actividades ya que ello permitirá en situaciones específicas solventar necesidades.

**Tabla 30 Gestión**

Capital de Trabajo	Año 1	Año 2	Año 3
AC-PC	\$39.613,43	\$123.366,77	\$190.722,30

**Elaborado por:** El autor

### 7.7.3. Endeudamiento

Los ratios de endeudamiento presentados en el siguiente gráfico demuestran que la empresa contará con una adecuada situación para solventar responsabilidades con entidades externas en función de los requerimientos futuros y la necesidad que surja de recurrir a nuevas fuentes de financiamiento:

**Tabla 31 Ratios de endeudamiento**

Ratio de endeudamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Endeudamiento o Apalancamiento	0,47	0,34	0,24	0,16	0,09
Pasivo Corriente / Pasivo	0,48	0,59	0,75	1,00	1,00
Estructura del capital	0,90	0,51	0,31	0,19	0,10
Cobertura Gastos financieros	7,66	7,44	7,23	7,01	6,81

**Elaborado por:** El autor

### 7.7.4. Rentabilidad

La rentabilidad del proyecto se encuentra respaldada en el registro de los ratios presentados en el siguiente gráfico, como se puede apreciar a continuación:

**Tabla 32 Ratios de rentabilidad**

Ratio de rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROA	27%	23%	20%	18%	11%
ROI	52%	35%	27%	22%	12%
MARGEN BRUTO	65%	65%	65%	65%	65%
MARGEN OPERATIVO	26%	26%	26%	26%	25%
MARGEN NETO	14%	14%	14%	14%	10%

**Elaborado por:** El autor

## **7.8. Conclusión del Estudio Financiero**

Tras concluir con el análisis de los diversos aspectos financieros que están vinculados al desarrollo del proyecto y posterior puesta en marcha de la empresa se puede concluir que el proyecto si bien requiere una inversión inicial que asciende a los \$200,000.00 obtiene un pronto PAYBACK de apenas 27 meses, lo cual significa que antes del inicio del segundo trimestre del segundo año de operaciones de la empresa ya se habría recuperado dicha inversión inicial.

De igual manera se debe destacar que para los inversionistas que proveerán el 40% de la inversión inicial será de gran rentabilidad invertir en este proyecto, ya que como dato figurativo, la TIR que es del 34% supera a la TMAR del 14% indicando claramente que proyectadamente se espera un rendimiento mejor al pronosticado.

El financiamiento con la Corporación Financiera Nacional CFN representa una acertada decisión para conseguir el financiamiento restante que se requerirá al inicio del proyecto. Los valores y condiciones requeridas son ventajosos con respecto a entidades tradicionales, sin embargo se debe administrar cautelosamente los pagos y demás eventualidades, ya que es imprescindible cumplir apropiadamente con toda responsabilidad el compromiso adquirido.

La materialización de los valores proyectados en los presentes estudios recaerá en el adecuado manejo de las diversas áreas que conforman la empresa, siendo la parte financiera el reflejo de la verdadera situación en que llegue a encontrarse la empresa durante las épocas en que se encuentre funcionando.

# CAPÍTULO 8

## PLAN DE CONTINGENCIA

## CAPÍTULO 8

### 8. PLAN DE CONTINGENCIA

#### 8.1. Principales riesgos

A través del inicio de las operaciones de la empresa existirán constantemente riesgos que la empresa deberá prever y estar preparada para afrontarlos conforme vayan surgiendo, se debe puntualizar que dichos riesgos pueden ser de índole tanto externa como interna:

**Tabla 33 Principales riesgos**

Externos	Internos
-Mala recepción del producto y servicio por parte de los consumidores. -Incremento de aranceles o barreras de entrada por parte del Gobierno. -Ingreso de nuevos competidores.	-Problemas personales entre los trabajadores. -Inconvenientes para alcanzar el volumen productivo necesario para cubrir la demanda de los pedidos receptados. -Accidentes laborales

**Elaborado por:** El autor

#### 8.2. Monitoreo y control del riesgo

De manera periódica y siguiendo estrictos estándares de calidad y cumplimiento se realizarán controles en las diversas áreas de la empresa que sean susceptibles a sufrir eventualidades que puedan afectar o poner en peligro la integridad de los trabajadores o la eficiencia de los procesos productivos.

Dichos controles permitirán conocer de manera previa cualquier desperfecto o avería que llegase a presentar alguna parte de las instalaciones o activos de la compañía. Lo cual comprende:

- Verificación del buen estado de las instalaciones, búsqueda de grietas, fugas, goteos, etc.)
- Seguimiento de constancia de los mantenimientos correspondientes a las maquinarias de la empresa y de que se den en los plazos correspondientes para su adecuado funcionamiento.
- Constatar diariamente que los operarios y demás trabajadores de la empresa cuenten con la indumentaria de seguridad acorde a sus

actividades y monitorear que lo mantengan hasta el final de su jornada.

En lo respectivo a los riesgos externos la empresa tendrá la responsabilidad de estar al tanto de los principales cambios y sucesos que se den en el mercado de comercialización de materias primas recicladas en la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de conocer de manera oportuna:

- La satisfacción de los clientes con la calidad percibida de los productos adquiridos a la empresa.
- Los movimientos y estrategias adoptados por empresas competidoras en el mercado.
- Reglamentaciones (leyes y/o incentivos) que afecten tanto de manera positiva como negativa a la situación de la empresa en el mercado.

### 8.3. Acciones Correctivas

La empresa posee el detalle de las acciones a implementar ante las situaciones de riesgo identificadas por relación a las operaciones de la compañía, se muestra a continuación:

**Tabla 34 Acciones correctivas**

TIPO	RIESGO	ACCIÓN	RESPONSABLE
Externos	Mala recepción del producto y servicio por parte de los clientes.	Dar seguimiento periódico a los clientes con el objetivo de conocer su satisfacción y principales observaciones sobre el producto.	Gerente General
	Incremento de aranceles o barreras de entrada por parte del Gobierno.	Acudir a representaciones gremiales del sector, con el objetivo de poder manifestar posiciones oficiales al Estado.	Gerente General
	Ingreso de nuevos competidores.	Conocer el estado de los competidores actuales e identificar las estrategias aplicadas por las nuevas empresas que ingresen al mercado.	Gerente General
Internos	Problemas personales entre los trabajadores.	Establecer procedimientos para detallar la forma de actuar ante problemas entre trabajadores y solucionarlos en la brevedad posible.	Supervisor de planta
	Inconvenientes para alcanzar el volumen productivo necesario para cubrir la demanda de los pedidos receptados.	Recurrir a profesionales especialistas en aspectos productivos, para desarrollar estrategias de contingencia para permitir que las maquinarias actuales de la compañía alcancen los niveles	Gerente General
	Accidentes laborales	Desarrollar planes de contingencia y acción pronta ante accidentes laborales, contar con botiquines e implementos de primeros auxilios con los cuales poder dar atención pronta y eficiente.	Supervisor de planta

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

## CAPÍTULO 9

### 9. CONCLUSIONES

- La aplicación de la propuesta representará un aporte para la sociedad guayaquileña mediante la reducción de desechos desperdiciados por el actual modelo de gestión de los residuos sólidos en el que son enterrados. Reutilizando y reinsertando estos materiales se aporta a que las industrias puedan realizar sus procesos productivos de una manera ecoamigable, eficiente y evitar la explotación de nuevos recursos.
- Se destaca el aspecto social de la empresa al considerar dentro de sus actividades el apoyo y capacitación a recicladores informales, con el fin de dignificar su actividad y buscar su desarrollo personal.
- La propuesta es compatible con su aplicación en diversas magnitudes, permitiendo dicha versatilidad que sea aplicada no solo como iniciativa privada, sino también como gestión de Municipios como aporte a sus sociedades.
- El Ecuador ofrece condiciones adecuadas para la aplicación de la propuesta, ya que a través del análisis PEST del mercado local no se determinó barreras de entrada significativas para condicionar la no aplicación del proyecto.
- El mercado actual que emplea materias primas recicladas en sus procesos productivos son clientes con profundo conocimiento de las propiedades, beneficios y desventajas del empleo de dichos productos en sus actividades, por tal motivo se requiere priorizar constantemente aspectos como la calidad y presentación.
- La propuesta representa para los inversionistas en el aspecto financiero un VAN de \$82.201,33, TIR del 37% y un período de recuperación de 27 meses, lo cual convierte a la aplicación de la propuesta en una asertada elección para invertir.

# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

## CAPÍTULO 10

### 10. RECOMENDACIONES

- Tras la realización del presente trabajo de investigación se realizan las siguientes recomendaciones correspondientes a su aplicación y eventualidades:
- Implementar la propuesta en conjunto con Municipios y GADS para que el aporte pueda repercutir por su magnitud al mercado y sociedades respectivas. Ya que el funcionamiento de esta propuesta repercutirá positivamente a la gran mayoría de sectores de la sociedad local.
- Consolidar contacto frecuente con los principales clientes del mercado de la comercialización de materias primas recicladas, para establecer líneas de comunicación mediante las cuales conseguir fidelización, dar seguimiento al nivel de satisfacción y atender oportunamente toda inquietud o reclamo de los mismos.
- Desarrollar planes de inversión en maquinarias e innovación para conseguir que los productos y propuesta de valor diferenciadora de la empresa destaquen ampliamente por sobre los de la competencia.
- Intentar desarrollar acercamientos entre los principales productores, para conseguir, siendo una entidad conformada por productores industriales, solicitar mejorar las condiciones provistas por el Estado para la adquisición de maquinarias e insumos empleados en la industria, además de establecer metas de incremento a los niveles de producción y estándares de calidad para que el mercado tenga una mejor percepción por el público.
- Desarrollar planificaciones correspondientes a cada área de acción de la empresa para garantizar el adecuado desarrollo y cumplimiento de las obligaciones y responsabilidades de la empresa.
- Estructurar programas de acción para concientizar a las nuevas generaciones sobre la importancia de la clasificación y reciclaje de los residuos sólidos, consiguiendo de aquella manera proveer las condiciones adecuadas a futuro para dinamizar las condiciones de operación en el mercado.

# CAPÍTULO 11

FUENTES

## CAPÍTULO 11

### 11. FUENTES

- A. White, M., & D. Bruton, G. (2011). *The Management of Technology & Innovation: A Strategic Approach* (Second ed.). USA: South-Western Cengage Learning.
- Alta Gracia, Y. (7 de Abril de 2014). *EOI*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse/>
- Alvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación*. Neiva ..
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (decimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- Asamblea Nacional. (2018). *Constitución Política del Ecuador*. Quito.
- Assaad, R., & Buj, L. (1995). *La transformación del sistema de recolección de basura de El Cairo*. México D.F.: UNAM.
- Banco Central del Ecuador. (29 de Marzo de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 21 de Julio de 2019, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Banco central de Ecuador. (2014). *Actividades de ciencia, tecnología e innovación*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Ciencia\\_Tecnologia-ACTI/2012-2014/presentacion\\_ACTI.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Ciencia_Tecnologia-ACTI/2012-2014/presentacion_ACTI.pdf)
- Banco central del Ecuador. (2018). *Banco central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1105-la-economia-ecuatoriana-crecio-19-en-el-primer-trimestre-de-2018>
- BCE. (diciembre de 2018). *Informe mensual de inflación*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/317-informe-de-inflaci%C3%B3n>
- Bonilla, R. (1997). *Metodología de la investigación*.
- Boxwell, R. (1994). *Benchmarking para Competir con Ventaja*. México: McGraw Hill.
- Bustos, C. (2009). *La problemática de los desechos sólidos*. Mérida: XXXIV.
- C. Laudon, K., & Guercio Traver, C. (2014). *E-commerce business. technology. society*. (Tenth ed.). New Jersey: Pearson.
- C. Laudon, K., & Guercio Traver, C. (2014). *E-commerce business. technology. society*. (Tenth ed.). New Jersey: Pearson.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (Nociembre de 2017). *lacamara.org*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de *lacamara.org*: <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/IPE-218-Ley-Reactivaci%C3%B3n-Econ-Aduanero.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (Enero de 2018). *lacamara.org*. Recuperado el 24 de Junio de 2019, de *lacamara.org*: <http://www.lacamara.org/ccg/Docs%20generales/El%20efecto%20de%20las%20salvaguardias%20-%20CCG.pdf>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (Marzo de 2019). *lacamara.org*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de *lacamara.org*: <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/IPE-308-Acuerdo-Positivo-FMI.pdf>

- Campoy, T., & Gomes, E. (2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Madrid: EOS.
- CEPAL. (2019). *Comisión económica para latinoamerica y el caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/proteccion-social>
- CERES. (2018). *Manual para elaborar código de ética empresarial*. CERES.
- Dirección de Ambiente M.I. Municipalidad de Guayaquil. (14 de Septiembre de 2018). *Guayaquilambiente.com*. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de [Guayaquilambiente.com: https://www.guayaquilambiente.com/calidad-aire-cambio-climatico/](https://www.guayaquilambiente.com/calidad-aire-cambio-climatico/)
- Ecuador, C. N. (1999). *Comisión de Legislación y Codificación*. Quito.
- ECUAPLASTIC SC. (16 de Octubre de 2018). *ecuaplasticsc.com*. Recuperado el 17 de Mayo de 2019, de [ecuaplasticsc.com: http://www.ecuaplasticsc.com/?tp=1](http://www.ecuaplasticsc.com/?tp=1)
- Ecuavisa. (28 de Abril de 2019). *Ecuavisa.com*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de [Ecuavisa.com: https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/484146-guayaquil-produce-diario-4200-toneladas-basura](https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/484146-guayaquil-produce-diario-4200-toneladas-basura)
- EcuRed. (5 de Julio de 2017). *EcuRed*. Recuperado el 3 de Junio de 2019, de [EcuRed: https://www.ecured.cu/Materia\\_org%C3%A1nica](https://www.ecured.cu/Materia_org%C3%A1nica)
- EKOS, R. (27 de Junio de 2014). *EKOS Negocios*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de [EKOS Negocios: https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=4008](https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=4008)
- El Telegrafo. (19 de Marzo de 2018). *El telegrafo.com*. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de [El telegrafo.com: https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/el-cabildo-arma-las-rutas-de-recoleccion-de-basura](https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/el-cabildo-arma-las-rutas-de-recoleccion-de-basura)
- Emprendepyme.net. (2016). *emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/emprendimiento-social>
- Emprendepyme.net. (2016). *emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/emprendimiento-social>
- Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)
- Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas y censos*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)
- Entrevista, C. d. (01 de 2019). *Equipo de Redacción de Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/que-es-entrevista/>
- Espinoza Roberto, A. J. (2013). *Marketing para Pymes*. madrid: Elena Amérigo Alonso.
- Extra. (30 de Agosto de 2016). *Extra ec*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de [Extra ec: https://www.extra.ec/actualidad/guayaquil-basura-municipio-desechos-recoleccion-EA626987](https://www.extra.ec/actualidad/guayaquil-basura-municipio-desechos-recoleccion-EA626987)
- Extra. (30 de Agosto de 2016). *Extra.ec*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de [Extra.ec: https://www.extra.ec/actualidad/guayaquil-basura-municipio-desechos-recoleccion-EA626987](https://www.extra.ec/actualidad/guayaquil-basura-municipio-desechos-recoleccion-EA626987)

- Fernández, E. (2010). *La teoría de la segmentación del mercado de trabajo: enfoques, situación actual y perspectivas de futuro*. México: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León. .
- Field, B. (1997). *Economía Ambiental: una introducción*. Bogota : Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Finanzas Corporativas. (2019). Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2013/09/TECNICAS-DE-EVALUACION.pdf>
- Gerencie. (30 de Abril de 2018). *Gerencie.com*. Recuperado el 3 de Junio de 2019, de Gerencie.com: <https://www.gerencia.com/materia-prima.html>
- Giménez, J. E. (s.f.). *Promoción de la cultura emprendedora en la Universidad Yacambú*. Obtenido de <http://www.uny.edu.ve/cms/Institucionales/Emprendimiento/Descargas/definiciones%20basicas%20de%20emprendedores.pdf>
- Gómez, A. (22 de Junio de 2017). *Télam*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de Télam: <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193121-reciclar-reutilizar-reducir-basura-medio-ambiente.html>
- González, M. d. (2004). *El porqué de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: ICE.
- Hamann, F., Lozano, I., & Mejía, L. (2011). *Borradores de Economía*. Bogotá: Banco de la República.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (pág. 43). México D.F.: McGraw-Hill.
- HERRERA, F. (13 de 08 de 2008). *IJM Actualidad*. Obtenido de <https://www.juandemariana.org/ijm-actualidad/analisis-diario/funcion-empresarial>
- INEC. (2017). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2017.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf)
- INEC. (2018). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-actividades-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion-acti/>
- Inec. (2018). *Ecuador en cifras*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018\\_Mercado%20Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf)
- INEC. (3 de Mayo de 2018). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/segun-la-ultima-estadistica-de-informacion-ambiental-cada-ecuatoriano-produce-058-kilogramos-de-residuos-solidos-al-dia/>
- INEC. (Marzo de 2019). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-marzo-2019/>
- Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo. (2015). *Reciclaje inclusivo y recicladores de base en Ecuador*. Quito: Don Bosco.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/DiaDeLasArtes.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (15 de julio de 2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 2017, de INEC: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016\\_Presentacion\\_Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf)
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Kotler, & Armstrong. (2012). *Marketing*. Mexico: pearson.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- L'Etang, J. (1995). *Ethical Corporate Social Responsibility: A Framework for Managers* (Vol. XIV). Netherland: Springer.
- ley de compañías. (2017).
- Ley de Compañías del Ecuador*. (1999).
- Ley de Compañías del Ecuador*. (1999).
- Superintendencia de Compañías*. (2018).
- Luis, P. (27 de Diciembre de 2017). *Markinglovemarks*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de Markinglovemarks: <http://www.makinglovemarks.es/blog/propuesta-de-valor/>
- MAE. (2014). *ambiente.gob.ec*. Recuperado el 24 de Junio de 2019, de [ambiente.gob.ec: http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/](http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/)
- Manuel, R. (2019). *Yirepa finanzas basicas*. Obtenido de <http://yirepa.es/La%20TIR.html>
- Martinez, & Milla. (2012). *Análisis del entorno*. madrid: Ediciones Díaz.
- martinez, G., Cruz, A. d., & Jose, P. (2007). *LIBRO VIRTUAL DE ECONOMÍA Y GESTIÓN*. Grupo UCO-6.
- Martinez, M. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid: Ediciones Díaz.
- Martins, N. (3 de Septiembre de 2018). *Oberlo*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de Oberlo: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Medina, M. (1999). *Reciclaje de desechos sólidos en América Latina*. México. ministerio del medio ambiente. (2018). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/el-ministerio/>
- Nieto, M., & Fernández, G. (2004). *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management*. La Rioja: UNIVERSIA Business Review.
- Nuques, T. (2017). *lacamara.org*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de [lacamara.org: http://www.lacamara.org/website/blog-post/inversion-extranjera/](http://www.lacamara.org/website/blog-post/inversion-extranjera/)
- Ponce, H. (2007). *La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Xalapa: Consejo Nacional para la Enseñanza en.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas*. Harvard Business Review.
- Porter, M. (2016). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing*. Deusto S.A. ediciones.
- ProInversión. (2007). *Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa*. Lima.
- Puerto Limpio. (2017). *puertolimpio.com*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de [puertolimpio.com: https://www.puertolimpio.com/qui%C3%A9nes\\_somos/nuestro-servicio-de-recolecta%C3%B3n](https://www.puertolimpio.com/qui%C3%A9nes_somos/nuestro-servicio-de-recolecta%C3%B3n)

- Puerto Limpio. (2017). *puertolimpio.com*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de puertolimpio.com:  
[https://www.puertolimpio.com/qui%C3%A9nes\\_somos/nuestra-flota](https://www.puertolimpio.com/qui%C3%A9nes_somos/nuestra-flota)
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, No 26, 94-119.
- Ruíz, E. (2006). Políticas de Marketing .
- Sampieri, D. R., Fernández, D. C., & Lucio, D. P. (2014). *Metodología de la Investigación (Sexta Edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). Manual de metodología. En R. Sautu, P. Boniolo, P. Dalle, & R. Elbert, *Manual de metodología* (pág. 34). Buenos Aires : CLACSO.
- Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia* . Stockholm: Taylor & Francis e-Library.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017 - 20121). *Plan nacional de desarrollo*. Quito: senplades.
- SENADI. (2018). *SENADI*. Recuperado el 10 de Junio de 2019, de SENADI:  
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>
- SENPLADES. (2018). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el enero de 2017, de <http://www.todaunavidainfo.gob.ec>
- SENPLADES. (2018). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 8 de Junio de 2019, de <http://www.todaunavidainfo.gob.ec>
- servicio de rentas internas. (2018). *sri*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/boletines-2018>
- Servicio de Rentas internas. (2018). *sri*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ley-organica-fomento-productivo>
- SINDE. (2016). *UCSG*. Recuperado el 9 de Junio de 2019, de UCSG:  
<https://www.ucsg.edu.ec/sinde/objetivos/>
- SINDE. (2017). *Sistema de Investigación y Desarrollo*. Recuperado el 2017, de SINDE: <http://www.ucsg.edu.ec/wp-content/uploads/investigacion/sinde/DOMINIOS-LINEAS-DE-INVESTIGACION.pdf>
- Super intendencia de compañías. (2018). *constitucion de compañías*.
- SureWeCan. (9 de Julio de 2018). *surewecan.org*. Recuperado el 15 de Mayo de 2019, de surewecan.org: <http://www.surewecan.org/contexthistory>
- Terraza, H., & Sturzenegger, G. (2010). *Dinámicas de Organización de los Recicladores Informales* . Madrid: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Utramic. (20 de Noviembre de 2018). *utramic.com*. Recuperado el 15 de Mayo de 2019, de utramic.com: <http://utramic.com/>
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios*. Lima: USAID.
- Werhahn, P. (1990). *EL EMPRESARIO*. Berlin: Paulinus-Verlag, Trier.
- World Bank Group. (2019). *Doing Business*. 1818 H Street NW, Washington DC 20433: World Bank.
- World Intellectual Property Organization . (2018). *Global Innovation Index*. Geneva: Confederation of Indian Industry.

# CAPÍTULO 12

## ANEXOS

## CAPÍTULO 12

### 12. ANEXOS

#### Anexo 1 Formulario de Entrevista

#### ENTREVISTA

Nombre: \_\_\_\_\_ Empresa: \_\_\_\_\_

- ¿Cuál es el cargo que desempeña usted en la empresa?
- ¿Cuánto tiempo tiene usted colaborando en la empresa?
- ¿Cuáles son las actividades a las que se dedica la empresa?
- ¿Qué percepción tiene la empresa sobre el uso de materias primas recicladas en sus procesos productivos?
- ¿Cuáles han sido para usted los pro y contra del uso de materias primas recicladas?
- ¿De dónde provienen actualmente las materias primas empleadas por la empresa en la elaboración de sus productos?
- ¿En qué volumen y proporción se emplean actualmente materias primas recicladas en los procesos de producción de la empresa?
- ¿Quiénes proveen actualmente a la empresa de materias primas recicladas?
- ¿Cuál ha sido el nivel de satisfacción de la empresa con el servicio y los productos ofrecidos por dichas empresas?
- ¿Posee la empresa la intención de incrementar la cantidad de materias primas recicladas empleadas en sus procesos productivos?
- ¿Qué se realiza en la empresa con los materiales de desecho resultantes de los procesos productivos?
- ¿Cuenta la empresa con procesos de tratamiento para los desechos resultantes de sus procesos productivos?

# CAPÍTULO 13

## MATERIAL COMPLEMENTARIO



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Pérez Mizhquero Diego Alexander** con C.C: # **095049002-9** autor del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **5 de septiembre del 2019**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Pérez Mizhquero Diego Alexander**

C.C: **095049002-9**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta para la creación de una empresa recolectora y recicladora de desechos sólidos con operaciones en la ciudad de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Diego Alexander Pérez Mizhuero		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio. MBA		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Emprendimiento		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	5 de septiembre del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	101
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Emprendimiento, Reciclaje, Materias primas		
<b>PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:</b>	Reciclaje, materias primas, recicladores informales, clasificación de desechos, responsabilidad social.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Iniciativa que se encuentra sustentada en la gran cantidad de materiales reutilizables que son desaprovechados con los modelos actuales de recolección de desechos sólidos en la ciudad de Guayaquil y en la creciente necesidad que como sociedad se tiene de implementar prácticas en respeto y cuidado del medio ambiente, tanto por las instituciones públicas, privadas y por los ciudadanos en general. Como se mostrará en el desarrollo del documento se trata de una necesidad global en la que otros países ya han destinado esfuerzos y recursos hace ya varios años. En Ecuador aún hay mucho por realizar y más aún específicamente en Guayaquil, que al representar la ciudad de mayor flujo comercial a nivel nacional, debe ser un referente de eficiencia y aprovechamiento de recursos. A su vez se conscientiza sobre la realidad de cientos de recicladores informales quienes exponen diariamente su salud e integridad por ganarse unos pocos dólares diarios con los cuales subsistir, se exclama la necesidad de dignificar su labor y se propone incluirlos en este proyecto siendo parte del proceso productivo y recibiendo capacitaciones con las cuales puedan realizar su actividad de manera segura, eficiente y recibiendo posteriormente una paga justa por su trabajo. El potencial del proyecto es tangible y más allá de demostrar la rentabilidad financiera del mismo, se busca visibilizar el gran aporte en beneficio del medio ambiente y las personas de esta ciudad y país.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2422977	<b>E-mail:</b> deuterio@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Zumba Córdova, Rosa Margarita		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-94131446		
	<b>E-mail:</b> mr_zumba@yahoo.com		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			