

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING**

“La Producción de Papel Reciclado y su Incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing

AUTOR: Patricia Elizabeth Benavides Sánchez

ASESOR: Msc. Maribel Rosero

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

## **CERTIFICADO**

Certifico que la estudiante Patricia Elizabeth Benavides Sánchez con el número de cédula 040125486-7 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La Producción de Papel Reciclado y su Incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----  
Ing. Maribel Rosero

Tulcán, 06 de abril de 2015

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad De Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Patricia Elizabeth Benavides Sánchez con cédula de identidad número 040125486-7 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

**f.....**

Elizabeth Benavides

Tulcán, 06 de abril de 2015

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO**

Yo Patricia Elizabeth Benavides Sánchez, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad".

Tulcán, 06 de abril de 2015

-----  
Patricia Elizabeth Benavides Sánchez

CI 040125486-7

## AGRADECIMIENTO

Es de sabios agradecer a las personas de una u otra manera contribuyeron con un granito de arena para la formación personal y profesional por lo cual agradezco de manera infinita ha:

En primera instancia agradezco a un ser supremo y de apoyo incondicional que sin él no hubiese logrado la culminación de mi carrera y de mi formación personal que es mi Papito Dios, infinita gratitud hacia él.

En segundo lugar, agradezco a mi padre Mauricio Benavides, que supo estar constantemente en la superación y formación de mi vida tanto personal como profesional, gracias padre por el apoyo incondicional, te amo Papá.

Agradezco a una persona incondicional Sra. Rosita Vaca quien con sus consejos y apoyo diario puso su granito de arena para la realización y cumplimiento de mi sueño profesional.

Quiero agradecer también a mis profesores de la escuela de Administración de Empresas y Marketing, quien con sus enseñanzas pude obtener nuevos conocimientos en el transcurso de mi carrera, en especial el agradecimiento está dirigido hacia dos ingenieras que fueron el apoyo para la realización de este proyecto como son: Ing. Maribel Rosero y la Ing. Diana Portilla.

Para concluir les agradezco a aquellas personas que estuvieron conmigo y me brindaron su granito de arena para la elaboración de este proyecto.

## DEDICATORIA

Dedico en primer lugar a Dios, quien me está acompañando desde el primer día de mi vida y estará cumpliendo mis logros y mis sueños juntamente conmigo.

Quiero dedicarle, a mi padre Mauricio Benavides que estuvo en cada momento de mi vida alentándome con sus consejos, en las buenas y en las malas, que supo dirigirme por el camino del éxito y que me supo hacer valorar las cosas que se tiene y se puede conseguir, gracias papi por estar a mi lado en mis logros personales y profesionales.

A mi hija Dominique Alexa, que con sus sonrisas, sus caricias y amor de hija me hacen salir adelante cada día, y luchar constantemente en el diario vivir, a ti mi hija adorada te dedico este logro alcanzado.

A mi madre Patricia Sánchez quien con sus consejos, supo alentarme en los momentos difíciles de mi vida y supo apoyarme en la realización de mi presente proyecto.

A mis hermanos, Pablo y Saúl, con los cuales he compartido momentos agradables, peleas, felicidades, amor entre hermanos, esos pequeños detalles son los que hacen maravillosa mi vida.

A un amigo incondicional Jonathan, que ha estado en el largo de mi carrera universitaria con palabras de optimismo, con voces de aliento me ha dado fuerza para luchar por mis metas y objetivos.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO .....	i
AUTORÍA DE TRABAJO .....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iii
RESUMEN EJECUTIVO .....	- 1 -
ABSTRACT .....	- 2 -
INTRODUCCIÓN .....	- 4 -
CAPITULO I .....	- 5 -
1. EL PROBLEMA .....	- 5 -
1.1 Planteamiento Del Problema. ....	- 5 -
1.2 Formulación Del Problema.....	- 6 -
1.3 Delimitación. ....	- 6 -
1.4 Justificación. ....	- 7 -
1.5. Objetivos.....	- 8 -
1.5.1 Objetivo General. ....	- 8 -
1.5.2 Objetivos Específicos.....	- 8 -
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 8 -
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS. ....	- 8 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL. ....	- 12 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	- 15 -
2.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA .....	- 17 -
2.6 IDEA A DEFENDER. ....	- 27 -
2.7 VARIABLES.....	- 27 -
3. METODOLOGÍA.....	- 28 -
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN. ....	- 28 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN. ....	- 28 -

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 29 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES. ....	- 31 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 36 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 37 -
3.6.1. Análisis de resultados. ....	- 37 -
Tablas de contingencia .....	- 61 -
<b>3.6.2.</b> Interpretación de datos. ....	- 63 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	- 68 -
4.1 CONCLUSIONES.....	- 68 -
4.2 RECOMENDACIONES.....	- 69 -
5. PROPUESTA .....	- 70 -
5.3.2.1. ANÁLISIS FODA .....	- 72 -
5.3.3.3 Análisis de la Oferta .....	- 78 -
Figura 29: ingeniería.....	- 88 -
5.4.5.1 Función.....	- 89 -
5.4.5.2 Características Físicas .....	- 90 -
5.4.5.2 Incidencia De Los Estándares De Calidad .....	- 91 -
5.4.5.3 Marca Y Posicionamiento .....	- 91 -
5.4.5.5 Empaque, envase y presentación.....	- 92 -
5.4.5.6 Usos del Producto .....	- 92 -
5.4.5.7 Análisis de Precios .....	- 93 -
Tarjetas con Diferentes Motivos .....	- 93 -
Fundas de Regalo .....	- 94 -
5.4.5.8 Precio de Venta de la Competencia .....	- 94 -
Valores organizacionales .....	- 105 -
Nuestro compromiso es: .....	- 105 -



Ventajas Competitivas y Factores Críticos de Éxito.....	- 106 -
5.7.1 Factores Críticos de Éxito.....	- 106 -
5.7.2 Objetivos e indicadores institucionales.....	- 108 -
Objetivo general .....	- 108 -
Objetivos específicos.....	- 108 -
5.7.3 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	- 108 -
Tabla 47.- PERFILES DEL CARGO A EFECTUAR .....	- 109 -
Formación Legal De La Empresa.....	- 111 -
Obtención Del Número De Ruc.....	- 111 -
7. ANEXOS. ....	144

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes.....	- 8 -
Tabla 2. Fundamentación Legal.....	- 11-
Tabla 3. Matriz de Operalización de las Variables.....	- 28-
Tabla 4. Primera pregunta.....	-34-
Tabla 5. Segunda pregunta (calidad).....	-35-
Tabla 6. Segunda pregunta (innovación).....	-36-
Tabla 7. Segunda pregunta (Medio Ambiente).....	-37-
Tabla 8. Tercera pregunta.....	-38-
Tabla 8. Cuarta pregunta (Tarjetas).....	-39-
Tabla 10. Cuarta pregunta (Fundas).....	-40-
Tabla 11. Quinta pregunta (Tarjetas).....	-41-
Tabla 12. Quinta pregunta (Fundas).....	-42-
Tabla 13. Sexta pregunta.....	-43-
Tabla 14. Séptima pregunta (Local comercial).....	-44-
Tabla 15. Séptima pregunta (Supermercado).....	-45-
Tabla 16. Octava pregunta (radio).....	46-
Tabla 17. Octava pregunta (internet).....	-47-
Tabla 18. Novena pregunta.....	-48-
Tabla 19. Primera Pregunta.....	-49-
Tabla 20. Segunda Pregunta.....	-50-
Tabla 21. Tercera pregunta.....	-51-
Tabla 22. Cuarta pregunta.....	-52-
Tabla 23. Quinta pregunta.....	-53-
Tabla 24. Sexta pregunta.....	-54-
Tabla 25. Séptima pregunta (remuneración).....	-55-
Tabla 26. Séptima pregunta (décimo tercero y cuarto sueldo).....	-56-
Tabla 27. Séptimo pregunta (comisiones).....	-57-
Tabla 28. Relación entre género y compra.....	-58-
Tabla 29. Relación entre género y adornar.....	-58-
Tabla 30. Relación entre género y motivos de compra.....	-59-

Tabla 31. Relación entre género y frecuencia de compra.....	-59-
Tabla 32. Género*compra*frecuencia.....	-61-
Tabla 33. Nivel de ingresos*Fuente nueva de empleo.....	-62-
Tabla 34. Matriz MEFI.....	-68-
Tabla 35. Matriz MEFE.....	-69-
Tabla 36. Estrategias.....	-70-
Tabla 37. Segmentación de mercado e innovación.....	-71-
Tabla 38. Demanda Actual.....	-71-
Tabla 38. Proyección de la demanda.....	-71-
Tabla 39. Oferta por competencia.....	-72-
Tabla 40. Oferta proyectada.....	-72-
Tabla 41. Demanda Insatisfecha.....	-73-
Tabla 42. Margen de utilidad.....	-74-
Tabla 43. Maquinaria y Equipo.....	-76-
Tabla 44. Método cualitativo por puntos.....	-78-
Tabla 45. Método cualitativo por puntos.....	-79-
Tabla 46. Precios anuales.....	-86-
Tabla 47. Perfil del cargo a efectuar.....	-97-
Tabla 48. Presupuesto de publicidad.....	-103-
Tabla 49. Inversión de maquinaria y equipo.....	-103-
Tabla 50. Inversión de activos fijos operativos.....	-104-
Tabla 51. Inversión de activos fijos no operativos.....	-104-
Tabla 52. Inversión de activos diferidos.....	-105-
Tabla 53. Ciclo de caja.....	-105-
Tabla 54. Capital de operación.....	-105-
Tabla 55. Resumen de Inversiones.....	-105-
Tabla 56. Financiamiento.....	-106-
Tabla 57. Estructura de Financiamiento.....	-106-
Tabla 58. Amortización de la deuda.....	-107-
Tabla 59. Depreciaciones, mantenimiento y seguros.....	-107-
Tabla 60. Costos Materia Prima.....	-109-
Tabla 61. Rol de pagos mano de obra directa.....	-110-
Tabla 62. Resumen de la Mano obra.....	-110-
Tabla 63. Mano de obra proyectada.....	-111-

Tabla 64. Costos Generales de Fabricación.....	-111-
Tabla 65. Gastos Operativos.....	-111-
Tabla 66. Costo y Precio Unitario de las tarjetas y fundas.....	-112-
Tabla 67. Ingresos por Ventas.....	-113-
Tabla 68. Estado de Resultados Proyectado.....	-113-
Tabla 69. Balance General Proyectado.....	-114-
Tabla 70. Flujo de Efectivo Proyectado.....	-115-
Tabla 71. Cálculo tasa de Descuento.....	-116-
Tabla 72. Costos Fijos y Costos Variables.....	-117-
Tabla 73. Cálculo del punto de equilibrio.....	-118-

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pregunta 1.....	34
Figura 2. Pregunta 2.....	35
Figura 3. Pregunta 2.....	36
Figura 4. Pregunta 2.....	37
Figura 5. Pregunta 3.....	38
Figura 6. Pregunta 4.....	39
Figura 7. Pregunta 4.....	40
Figura 8. Pregunta 5.....	41
Figura 9. Pregunta 5.....	42
Figura 10. Pregunta 6.....	43
Figura 11. Pregunta 7.....	44
Figura 12. Pregunta 7.....	45
Figura 13. Pregunta 8.....	46
Figura 14. Pregunta 8.....	47
Figura 15. Pregunta 9.....	48
Figura 16. Pregunta 1.....	49
Figura 17. Pregunta 2.....	50
Figura 18. Pregunta 3.....	51
Figura 19. Pregunta 4.....	52
Figura 20. Pregunta 5.....	53
Figura 21. Pregunta 6.....	54
Figura 22. Pregunta 7.....	55
Figura 23. Pregunta 7.....	56
Figura 24. Pregunta 7 .....	57
Figura 25. Modelo operativo.....	66
Figura 26. Mapa cantón Tulcán.....	77
Figura 27. Mapa de la industria.....	79
Figura 28. Mapa del local comercial.....	80
Figura 29. Ingeniería.....	80
Figura 30. Canal de distribución.....	87
Figura 31. Proceso de producción.....	88

Figura 32. Simbología del flujograma.....	90
Figura 33. Distribución de la planta.....	91
Figura 34 . Canal directo.....	91
Figura 35. Estructura Horizontal.....	96

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente documento, muestra la investigación realizada para conocer la producción y comercialización de papel reciclado y determinar la incidencia de los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán.

Se realiza el análisis de conceptos de la Producción, Comercialización e ingresos, de acuerdo a varios autores y se investiga desde la aplicación de dichos conceptos en la ciudad de Tulcán, específicamente con el papel reciclado, para determinar el nivel de la oferta, consumo y satisfacción en el cliente.

Mediante la investigación se determina que existe oportunidad de comercialización en productos derivados del papel reciclado puesto que: Con la aplicación de encuestas a la población de la ciudad de Tulcán, se conoce que existe demanda insatisfecha y la necesidad de consumir los productos de papel reciclado.

En la ciudad de Tulcán, no existe una empresa que produzca y comercialice los diferentes productos de papel reciclado.

Por lo que se propone la creación de una microempresa productora y comercializadora de “productos de papel reciclado” en la ciudad de Tulcán para aprovechar la oportunidad de venta existente, mediante un estudio de factibilidad el cual muestra que es viable, factible y rentable llevar a cabo este proyecto, mismo que generará aportes positivos en el ámbito socioeconómico.

Palabras claves.- producción, comercialización, papel reciclado, ingresos, recicladores, demanda, estudio técnico, estudio financiero, estudio económico.

## **ABSTRACT**

This paper shows research conducted to know the production and marketing of recycled paper and determine the incidence of income of people dedicated to the collection in the city of Tulcán.

The analysis of concepts of Production, Marketing and income, according to several authors is performed and investigated since the implementation of these concepts in the city of Tulcán, specifically recycled paper to determine the level of supply, consumption and customer satisfaction.

Through research I determined that there is opportunity for marketing products derived from recycled paper because: With the implementation of population surveys Tulcán city is known that there is unmet demand and the need to consume recycled paper products.

In the city of Tulcán, there is a company that produces and markets various products from recycled paper.

So the creation of a micro producer and marketer of "recycled paper" in the city of Tulcán intends to leverage existing sales opportunity through a feasibility study which shows that it is viable, feasible and profitable carry this project, it will generate positive contributions to the socio-economic sphere.

Words claves.- production, marketing, recycled paper, income, recyclers, demand, technical study, financial study, economic study..



## UCHILLAYACHISHKA RIKUCHIK

Ta rikurik killkashka rikuri ta investigación realizada pak riksina ta ruranakuy pash katurantina pak killka reciclado pash rimanakuy ta incidencia pak kuna ingresos pak kuna runakuna pak kuna runakuna dedicadas ta ta recolección pi llakta pak Tulcán.

Kan ruran ta shukrikuy pak conceptos pak ta ruranakuy katurantina rin ingresos, pak uyaya ta varios autores pash kan mashkan manta ta aplicación pak rimashkakuna conceptos pi llakta pak Tulcán, específicamente wan ta killka reciclado pak rimanakuy ta nivel pak ta oferta, chinkarini pash satisfacción pi cliente.

Mediante ta investigación kan rimanaku iwka tiyan allin pak katurantina pi kapukuna derivados pak killka reciclado kуска que: wan ta aplicación pak encuestas ta ta población pak ta llakta pak Tulcán kan riksini iwka tiyan demanda insatisfecha pash ta mutsuy pak chinkarina kuna kapukuna pak killka reciclado.

Pi llakta pak Tulcán mana tiyan shuk empresa iwka produzca pash comercialice kuna chikankuna kapukuna pak killka reciclado.

Rayku lo iwka kan yuyayran ta ruray pak shuk microempresa productora pash comercializadora pak productos pak killka reciclado? pi llakta pak Tulcán pak aprovechar ta allin pak venta existente mediante shuk rikurichina pak factibilidad ta maykan rikuri imara viable factible pash rentable apana ta paktani kay yuyakta kikin iwka generará aportes positivos pi ámbito socioeconómico.

Shimikuna claves.- ruranakuy, katurantina, killka, reciclado, ingresos, recicladores, demanda, rikurichina técnico, rikurichina financiero, rikurichina económico.

## **INTRODUCCIÓN**

El cumplimiento de esta investigación se basa en demostrar los ingresos que obtienen las personas que hacen recolección del papel y poder realizar el estudio de la factibilidad de la producción de papel reciclado.

Con el incentivo de reciclar el papel se obtendrá el fortalecimiento de la economía y la culturización del reciclaje en la ciudad de Tulcán para incentivar la costumbre del mismo. Se procura incentivar la ayuda conservacionista dentro de la sociedad que nos rodea en donde la ciudadanía se sienta orgullosa de poder ayudar a cuidar el medio ambiente.

Con el presente proyecto se pretende determinar el estudio de la implementación de la planta de producción de papel reciclado, en donde se da a conocer información investigada, el problema que nos rodea, estudio de mercado, desarrollo de la propuesta, conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Para concluir, se detalle el proceso para determinar la factibilidad del proyecto en el cual se lo desarrolla la propuesta que contiene factores determinantes para analizar la factibilidad como es el TIR y el VAN.

# **CAPITULO I**

## **1. EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento Del Problema.**

Alrededor del mundo son pocas las fábricas que se encargan de la producción del papel reciclado, debido principalmente a que el proceso que deben realizarlo es más costoso que la fabricación normal, igualmente en la ciudad de Tulcán no existe una planta de producción de papel reciclado, una de las causas es el desconocimiento previo de la misma, por ende el presente proyecto se encargó de demostrar la utilidad de la planta de producción, para poder generar nuevas fuentes de trabajo, y así, mejorar los ingresos de la personas dedicadas a la recolección de materiales e insumos de reciclaje.

La ciudad de Tulcán se encuentra en la frontera norte del Ecuador, pero esto contrasta con las condiciones de vida de la misma, pues no ha logrado un desarrollo social y económico. La falta de recursos para el desarrollo no ha permitido incursionar en otras alternativas para generar divisas de los productos en el mercado, por ejemplo el papel.

Después de una breve investigación se determina que el ingreso para las personas encargadas de la recolección de papel no es beneficioso, lo cual en este trabajo diario no arroja mucha entrada de efectivo para sus hogares, además, estos ingresos no les permite tener una buena calidad de vida.

Los habitantes de la ciudad de Tulcán no tienen mucha visión empresarial, por consiguiente, no se ha tenido resultados favorables para el desarrollo industrial y económico de la localidad. Además, se puede recalcar que no existe mucho apoyo por parte de entidades financieras y de gubernamentales, debido a esto no se ha podido tener empresas de producción de papel dentro de la localidad.

Debido a lo anterior nos preguntamos: a) ¿Por qué no sabemos reciclar?, b) ¿Cuál es el motivo para que las personas dedicadas a la recolección no tengan buenos ingresos?, c) ¿Por qué entidades financieras y gobierno no apoyan al desarrollo empresarial?, d) ¿Cómo podemos incentivar el reciclaje en la ciudad de Tulcán?

## 1.2 Formulación Del Problema.

La inexistencia de una planta de producción y comercialización de papel reciclado restringe el ingreso económico de las personas dedicadas a la actividad de recolección en la ciudad de Tulcán.

## 1.3 Delimitación.

El presente estudio se enfoca a determinar la producción del papel reciclado y la incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán, es por ello que la investigación como tal se la realizó en el cantón Tulcán, en donde se pudo obtener información de acuerdo a las variables antes mencionadas.

La investigación se la realizó en la ciudad de Tulcán, hogar de personas dedicadas a la recolección de papel reciclado, situadas en la capital de la provincia del Carchi, a todas aquellas personas se les aplicó un diagnóstico situacional con el fin de recolectar información y posteriormente procesarla para realizar un análisis sustentable de la participación de mercado.

Se tomará como base de estudio una muestra de los habitantes de la ciudad de Tulcán y un censo para las personas recicladoras, ya que son las personas indicadas para que nos comenten sobre la producción de papel reciclado y el tipo de recolección para el caso de los recicladores, posteriormente realizar un estudio pertinente que abarque los aspectos importantes que han sido resultado de la investigación.

El presente proyecto tomara un espacio de tiempo de 1 año y 8 meses que estará enfocado en las fechas desde el 21 de enero del 2013 hasta 15 de noviembre del 2014.

#### 1.4 Justificación.

La elaboración de este proyecto permitió analizar e interpretar los datos relevantes acerca de la cantidad de papel reciclado y así poder determinar los beneficios que tiene esto en los ingresos dedicadas a la recolección. Gracias al reciclaje y a la reutilización del papel se ayudará a mejorar el medio ambiente, al disminuir la tala indiscriminada de los árboles, ya que esto es una de las mayores causas de calentamiento global y la contaminación ambiental.

Con la producción del papel reciclado se tendrá nuevas fuentes de trabajo, que ayudará al ingreso no sólo de las personas dedicadas a la recolección, sino también de otras que necesiten un trabajo seguro y digno, y a su vez fomentará la recolección adecuada de papel sin predisponer a las personas a contraer enfermedades provenientes de las inadecuadas condiciones de manejo y manipulación de desechos, de esta manera se contribuirá a mejorar la calidad de vida de acuerdo al plan del buen vivir, establecido en la constitución 2008. El impacto que genera el presente proyecto es ergológico y ecológico, porque beneficiará directamente a 15 personas dedicadas a la recolección de papel para reciclaje e indirectamente a la población tulcanesa al evitar la acumulación de desperdicios, además tendrá beneficio para la no contaminación ambiental.

Con este proyecto se pretende mejorar los ingresos de las personas dedicadas a la recolección y a otras que necesiten trabajo fomentando fuentes de empleo y una seguridad social digna de acuerdo a lo que estipula el gobierno actual, para el desarrollo de la sociedad. Se debe resaltar que el presente proyecto carece de fuente bibliográfica, debido a la insuficiencia de información referente al reciclaje.

Con el conocimiento adquirido se podrá realizar un estudio técnico lo cual ayudará a la implementación de la planta de producción, la generación de nuevos recursos económicos y el desarrollo de la ciudad de Tulcán. Este estudio ayuda a poner en práctica todo lo aprendido durante la formación académica y por lo tanto al desarrollo de la localidad en general.

### 1.5. Objetivos.

#### 1.5.1 Objetivo General.

Determinar la producción de papel reciclado y su incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán, para la comercialización de productos de papel.

#### 1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente y científicamente la producción y comercialización de papel reciclado y su incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán
- Estudiar la calidad de vida de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán.
- Realizar un estudio de factibilidad de una empresa de productos de papel reciclado en la ciudad de Tulcán.

## **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.**

Como antecedente investigativo existe un estudio de factibilidad no publicado de la creación de una microempresa artesanal productora y comercializadora de adornos y tarjetas de pulpa de papel reciclado para cubrir las necesidades de la demanda insatisfecha de artesanías en la zona norte del país de Ecuador realizada por tres estudiantes del 8vo nivel de la escuela de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en el año 2012.

Tabla 1: Antecedentes

TEMA	AUTORES	LUGAR	AÑO	OBJETIVOS	CONCLUSIONES	COMENTARIO
<b>Plan de negocios de una microempresa artesanal productora y comercializadora de adornos y tarjetas de pulpa de papel reciclado.</b>	Elizabeth Benavides, Maritza de la Vega, Andrea Vásquez.	Tulcán - Ecuador	2012	<p><b>Objetivo General:</b> Como objetivo principal tenemos el producir y vender los mejores productos artesanales de papel reciclado, haciendo que estas sean de total agrado de nuestros clientes y mercado en general.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b> -Estar en constante investigación, estudio, práctica e innovación que nos permitan descubrir y diseñar nuevas técnicas y diseños únicos y elegantes para cada uno de nuestros productos. -Desarrollar las ideas y metodologías a analizar del plan de negocios del papel reciclado -Tomar estrategias competitivas ante la competencia.</p>		El presente tema inicia desde el plan de negocios efectuado en la ciudad de Tulcán, en donde se ha hecho un análisis dentro de la misma, en el cual determina oferta y demanda para la creación de una microempresa de papel reciclado por ende se toma con base para la realización del tema en cuestión titulado La producción de papel reciclado y su incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán.
<b>“Estudio de factibilidad para una planta</b>	Nube Margarita Cadme	Azogues - Cuenca	2012	<p><b>Objetivo General:</b> Recolectar y aprovechar el papel y el cartón que genera la</p>	Como conclusión final podemos determinar que basados en el análisis y datos obtenidos en el transcurso del	En el presente tema se evalúa el estudio de factibilidad para una planta

<p><b>procesadora de papel y cartón reciclado en la ciudad de Azogues”</b></p>	<p>Galabay, Liliana Johana Miranda Ramírez.</p>			<p>ciudadanía una vez utilizado, en la producción de nuevos productos.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Promover la preservación de los recursos naturales existentes.</li> <li>-Facilitar el reciclaje del papel.</li> <li>-Ofrecer una alternativa económica y accesible a la ciudadanía.</li> <li>-Elaborar productos caja y otros para clientes.</li> </ul>	<p>mismo, es proyecto es rentable y viable. La implementación del mismo sería una fuente de ingresos sustentables tanto para el accionista como para nuestra ciudad.</p> <p>Al mismo tiempo podemos concluir que hemos cumplido con nuestros objetivos y el sustento para las hipótesis propuestas. Mediante los indicadores financieros VAN y TIR analizados anteriormente, podemos confirmar la viabilidad y factibilidad del estudio.</p> <p>Contribuyendo también al cuidado del medio ambiente al cerrar el ciclo del reciclaje y el adelanto de nuestra ciudad y provincia.</p>	<p>procesadora de papel y cartón, se ha tomado como referencia este tema debido a la propuesta del proyecto mediante el estudio de factibilidad que permitirá dar conocimiento acerca del mismo</p>
<p><b>“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA QUE FABRICA PAPEL TEST LINER RECICLADO”</b></p>	<p>Leonela Elayne Espinoza Párraga, Marisol Maribel Peralta Espinoza.</p>	<p>Milagro- Ecuador</p>	<p>2011</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Identificar la incidencia de la reutilización y reciclaje del papel y cartón en la disminución de la contaminación ambiental.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Comprobar en qué afecta la mala utilización del papel en la contaminación ambiental.</li> </ul>	<p>Con criterios válidos y probados mediante la presente investigación se llega a la conclusión:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Emprender e invertir en una empresa de ésta magnitud, es recomendable porque representa un negocio rentable, especialmente porque la oferta ecuatoriana del papel test liner no cubre la demanda nacional; lo que</li> </ul>	<p>El proyecto de grado se ha tomado en cuenta con el propósito de enfocar en la reutilización del papel reciclado por ende tiene una contextura de interés importante para el estudio enfocado con la presente tesis.</p>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificar los beneficios de la transformación del papel en un producto terminado.</li> <li>-Analizar el impacto económico que ocasiona la reutilización de los recursos.</li> <li>-Obtener rendimiento económico mediante el papel reciclado.</li> <li>-Concientizar a la comunidad Milagreña sobre los efectos ambientales del no aprovechar en su totalidad los recursos reciclables para reducir el impacto ambiental</li> </ul>	<p>implica que es necesaria una mayor producción de la materia prima, existiendo una empresa nueva que se dedique a producir las bobinas de papel, la industria tiene protegida su inversión y producción.</p> <p>-Los niveles de desechos que se generan en el cantón Milagro y más aún para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos; exigen la existencia de una industria que genere fuentes de trabajo, ingresos, rentas tributarias y substancialmente de carácter ecológica.</p> <p>-Las personas son conscientes que es preciso y necesaria la separación de los residuos para un mejor aprovechamiento.</p>	
--	--	--	---	--	--

Fuente: Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Universidad de Azogues, Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**COMENTARIO GENERAL:** Después de un análisis minucioso acerca de la tesis propuesta y la investigación efectuada se requiere mencionar que serán bases fundamentales para la realización del proyecto de grado ya que se enfoca y ayuda como antecedentes para el proyecto de tesis.

Por lo tanto la realización del tema a defender se difunde mediante la producción del papel reciclado en cual se le da una reutilización al mismo, por ende es indispensable saber que en el Ecuador y alrededor del mundo se está concientización también en el cuidado del medio ambiente, sin embargo, existen factores fundamentales en el proceso de la tesis, y hay que recalcar que se puede ayudar en los ingresos a personas que se dediquen a la recolección del papel.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Dado al tercer objetivo del proyecto de tesis es de mucha importancia dar a conocer cómo se va a constituir legalmente la empresa de producción del papel reciclado por ende es importante conocer todos los parámetros fundamentales desde el requerimiento legal dentro del país.

Tabla 2.- Fundamentación legal

Ley	Artículos	Objetivo	Aporte al proyecto de tesis
<b>CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR</b>	14, 319, 320, 396, 284		Estos artículos aportan al proyecto de tesis de la siguiente manera: Fundamente el interés público de la conservación del medio ambiente, además, el estado ayudará a promover las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y garantizará una participación activa del Ecuador en el contexto internacional. Asimismo, la producción se sujetará a principios y normas de calidad y eficiencia económica y social. También, los actores del proceso de producción, asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental. Por último, incentivará la producción nacional y la productividad.

<b>CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN REGISTRO SUPLEMENTO NRO. 351</b>	1, 2,53, 57, 59, 232.		<p>De acuerdo con los artículo del código de la producción aporta al proyecto de tesis de la siguiente forma aprovechando los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas, igualmente, la actividad humana transforma insumos en bienes, incluyendo actividades comerciales Las Pymes son aquellas que ejercen una actividad de producción y con el cumplimiento de trabajadores. También, el estado protegerá la artesanía y las pymes. Además, apoyará a las MIPYMES, para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos. A parte, Se entenderán como procesos productivos eficientes el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.</p>
<b>PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR</b>		3, 4	<p>Los objetivos 3 ,4 aportan a mejorar la calidad de vida de la población esto indica que el concepto del buen vivir integra factores asociados con el bienestar, la felicidad y la satisfacción individual y colectiva, que depende de relaciones sociales y económicas, igualmente, garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable tipificado en el plan nacional del buen vivir que establece la redefinición de relaciones entre personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, por un lado, y su relación con el ambiente, por otra, obliga a repensar la situación de las personas respecto de su entorno y del cosmos y diversifica la matriz energética nacional, proviniendo la eficiencia y una mayor participación de energías renovables sostenibles en el numeral f específica diversificar y usar tecnologías ambientalmente limpias y energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto en la producción agropecuaria industrial y de servicios.</p>

<b>LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO</b>	8, 10,		<p>De acuerdo a la ley de régimen tributario interno aporta que son ingresos de fuente ecuatoriana: “Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, industriales, agropecuarias, mineras, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador”. Además, “Los impuestos, tasas, contribuciones, aportes al sistema de seguridad social obligatorio que soportare la actividad generadora del ingreso, con exclusión de los intereses y multas que deba cancelar el sujeto pasivo u obligado, por el retraso en el pago de tales obligaciones. No podrá deducirse el propio impuesto a la renta, ni los gravámenes que se hayan integrado al costo de bienes y activos, ni los impuestos que el contribuyente pueda trasladar u obtener por ellos crédito tributario”. “Los sueldos, salarios y remuneraciones en general; los beneficios sociales; la participación de los trabajadores en las utilidades; las indemnizaciones y bonificaciones legales y otras erogaciones impuestas por el Código de Trabajo, en otras leyes de carácter social, o por contratos colectivos o individuales, así como en actas transaccionales y sentencias, incluidos los aportes al seguro social obligatorio”; también serán deducibles las contribuciones a favor de los trabajadores para finalidades de asistencia médica, sanitaria, escolar, cultural, capacitación, entrenamiento profesional y de mano de obra”.</p>
<b>AGENDA ZONAL</b>		Zona 1, línea de acción 2.1	<p>Transformación de la matriz productiva establece.- fomentar la producción agroforestal y silvicultura con fines maderables, por ejemplo obtener celulosas para la producción de papel y cartón y no maderables (producción especies nativas y frutales) en Esmeraldas y Sucumbíos</p>

Fuente: Constitución de la República del Ecuador, Código de la Producción, Plan Nacional del buen Vivir, Ley de Régimen tributario Interno, Agenda Zonal.

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Después de un análisis profundo se ha decidido mencionar que el proyecto de tesis se profundiza en la metodología del autor Baca Urbina porque “un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana”.

Además se refiere a que siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o un servicio.



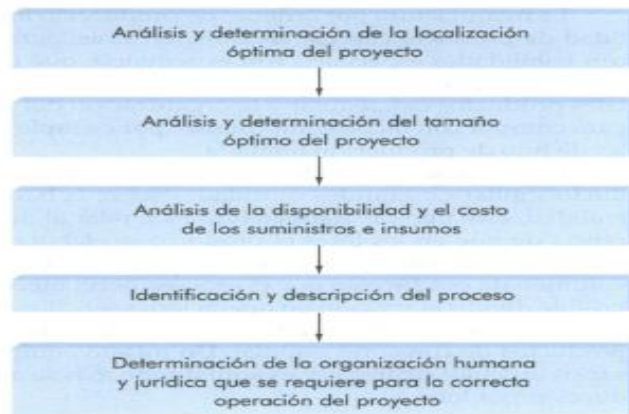
Figura 1.1. Estructura general de la evaluación de proyectos.

**Estudio de mercado.-** se entiende por mercado el área en que influyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.



Figura 2.1. Estructura del análisis del mercado.

**Estudio Técnico.-** “el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra, o algún otro de los efectos sobre la economía”.



**Figura 3.1.**  
Partes que conforman un estudio técnico.

**Estudio económico.-** “pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”.



**Figura 4.1.**  
Estructuración del análisis económico.

**Evaluación económica.-** “es la parte final de toda la secuencia del análisis de la factibilidad del proyecto. Si no hay existido contratiempos se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencia atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se ocurrirá en la etapa productiva; además se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto”.

Asimismo hablan de la producción los autores Van Hoof, Monroy y Saer en el cual determinan que la producción más limpia es una estrategia preventiva que conlleva tanto beneficios ambientales como económicos.

Se basan a la denominada producción más limpia por la ayuda que genera a la no contaminación al ambiente y el reciclaje utilizando las tres erres como son: reducir, reutilizar y reciclar que ayudarán para el plan del buen vivir; por lo tanto, se enfocan en la producción más limpia ya que es una estrategia que busca prevenir la generación de la contaminación en la fuente, en vez de controlarla al final del proceso.

Debido a lo antes mencionado acerca de los autores y sus respectivas metodologías se determina que se trabajará con la metodología de Baca Urbina en la evaluación de proyectos, es así que este modelo se lo seguirá en el desarrollo de la propuesta.

## **2.4 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

La presente investigación se fundamenta en teorías de la rama de Administración, Marketing y Economía, para un mejor entendimiento de las variables de investigación se analizarán los conceptos más generales hasta llegar a especificaciones sobre producción y comercialización de producción de papel reciclado y los ingresos de las personas dedicadas a la recolección.

#### **2.4.1 Administración.-**

Para dar una definición de administración se toma en cuenta lo siguiente: “Conjunto de actividades (incluye planeación y toma de decisiones, organización, dirección y control) dirigidos a los recursos de la organización (humanos, financieros, físicos y de información) con el fin de alcanzar las metas organizacionales de manera eficiente y eficaz” (Griffin, 2011, p. 5).

Según Idalberto Chiavenato (2006): “La administración es la dirección racional de las actividades de una organización, ya sea lucrativa o no, en ella se aborda la planeación, organización (estructura), dirección y control de las actividades separadas por la división de trabajo que ocurren dentro de la organización” (p.2).

De acuerdo con los autores antes mencionados, se sintetiza en un concepto propio para el desarrollo de la presente tesis en la carrera de Administración de Empresas y Marketing, planteando la siguiente definición:

La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar dirigidos a los recursos y actividades por la división de trabajo para alcanzar las metas de forma eficiente y eficaz.

#### **2.4.2 Producción.-**

Chase (2014), menciona:

Especifica la máxima producción que se puede producir con una cantidad determinada de insumos. Se define por un estado dado del conocimiento técnico y de ingeniería La función de producción de una empresa, es posible calcular tres importantes conceptos de producción: producto total, promedio y marginal.



**Producto total:** el cual designa la cantidad total de producción que se obtiene, en unidades físicas. El producto total se inicia en cero para cero manos de obra y luego aumenta a medida que se aplican unidades adicionales de mano de obra.

**Producto Marginal:** el término marginal significa adicional. Es la producción adicional que produce una unidad adicional de ese insumo mientras que los otros insumos permanecen constantes.

**Producto Promedio:** el cual es igual a la producción total dividida entre las unidades totales de insumos.

**Producción Industrial:** “proceso de transformación de materias primas u otros materiales en artículos o bienes intermedios y terminados, mediante el empleo de mano de obra, utilizando instalaciones fabriles o manufactureras dentro de una organización o empresa” (Córdova, 2013, p.375).

Samuelson (2010), afirma:

La producción eficiente requiere tiempo e insumos convencionales como la mano de obra. Por tanto, se distinguen dos periodos distintos en la producción y en el análisis de costos. El corto plazo es el periodo en el que sólo algunos insumos. Los variables, pueden ajustarse.

En el corto plazo, los factores fijos, tales como la planta y el equipo, no pueden modificarse ni ajustarse en su totalidad. El largo plazo es el periodo en el cual todos los factores que utiliza las empresas, incluso el capital, pueden, modificarse. (págs. 110-112)

**La Función De Producción.-** “una empresa es una organización que produce bienes o servicios para venderlos. Para hacer esto, debe transformar los factores productivos en un producto” (Krugman, 2011, pág.164).

**Factores Productivos Y Producción.-** “un factor producto fijo es un factor cuya cantidad es fija y no puede modificarse. Un factor productivo variable es un factor cuya cantidad puede ser modificada por la empresa” (Krugman, 2011, pág.162).

Conforme con las definiciones escritas por los autores antes mencionados, se llega a una definición: La producción es la transformación de la materia prima, utilizando la mano de obra en determinado tiempo y proceso.

### **2.4.3 Producción Más Limpia.-**

“Es una estrategia empresarial orientada hacia procesos productivos, productos y servicios, para fortalecer la competitividad empresarial mediante innovaciones tecnológicas, reducción de costos, y disminución de riesgos en aspectos de seguridad, salud humana y medio ambiente” (Hoof Bart, 2008, pág. 41).

Hoof Bart (2008), manifiesta:

La producción más limpia es una estrategia que busca prevenir la generación de los contaminantes en la fuente de su origen, en vez de controlarlos al final del proceso. La producción más limpia genera ventajas asociadas en los recursos que deben invertirse para el control o mitigación de la contaminación.

La producción más limpia, además de generar beneficios para el sector productivo, también produce resultados para otras partes interesadas. Por ejemplo, en una comunidad puede obtenerse una mejor calidad de vida; un mejor desempeño ambiental de las empresas puede generar valor para los inversionistas; y a la administración pública puede reducirle los costos de vigilancia.

La producción más limpia es la aplicación de una estrategia integrada de prevención, dirigida a procesos y productos, para reducir riesgos al ser humano y al medio ambiente.

El concepto de la producción más limpia tiene relación con la producción de bienes y servicios, en la que busca generar la menor cantidad posibles de desechos sólidos, efluentes líquidos y emisiones gaseosas al ambiente, con el empleo de menor cantidad posible de energía, agua o insumos (materias primas), lo que facilitan a los productores mejorar su productividad, reducir sus costos de producción e incrementar su competitividad. (págs.17, 18)

Bohórquez (2000), especifica:

**Industria De Pulpa Y Papel.-** La principal fuente de fibra para la fabricación de pulpa y papel es la madera. La pulpa mecánica se utiliza sobre todo para la industrialización gráfica que se produce mediante una combinación de pulpas mecánicas y pulpas kraft, aunque también se usa la pulpa reciclada para fabricar papel periódico. El proceso kraft implica el cocido de la virutas de maderas en una solución alcalina de hidróxido de sodio y de sulfito de sodio. Por lo general la pulpación química suele tener un rendimiento menor que la pulpación mecánica o termodinámica. (p.54).

ONUUDI, menciona:

La Producción Más Limpia se define como la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva integrada a los procesos, productos y servicios para aumentar la eficiencia global y reducir los riesgos para los seres humanos y el medio ambiente.

- En los procesos de producción, la Producción Más Limpia aborda el ahorro de materias primas y energía, la eliminación de materias primas tóxicas y la reducción en cantidades y toxicidad de desechos y emisiones.

- En el desarrollo y diseño del producto, la Producción Más Limpia aborda la reducción de impactos negativos a lo largo del ciclo de vida del producto: desde la extracción de la materia prima hasta la disposición final.
- En los servicios, la Producción Más Limpia aborda la incorporación de consideraciones ambientales en el diseño y entrega de los servicios. (pág.3)

En vista de lo mencionado por los autores Hoff y Bohórquez, se sintetiza una definición de la producción más limpia así: La producción más limpia es una aplicación en la que busca generar menos contaminación, en la transformación de la materia prima optimizando recursos e incrementando competitividad.

#### **2.4.4 Marketing.-**

“Es el proceso de planear y ejecutar la idea, la fijación de precios, la promoción y a la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales” (Ferrell, 2012, pág. 7).

Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2007), autores del libro "Fundamentos de Marketing" mencionan:

El concepto de marketing es "una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores" (p. 125).

Para fines sintéticos de los conceptos de estos dos autores se define en el siguiente concepto: Marketing es el proceso de planear y ejecutar los bienes y servicios, dependiendo del logro de las metas u objetivos de la empresa para cumplir con las necesidades y satisfacción del mercado objetivo.

Según De Juan (2005), la Distribución comercial es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo. La misión de este es poner el producto al consumidor final, además, Desde el punto de vista de los fabricantes, la distribución comercial, forma parte de la oferta del mercado, ya que compromete la definición del posicionamiento de los bienes de la empresa en el mercado.

#### **2.4.5 Comercialización.-**

William Lindsay. (2010- pág. 137) Define a la comercialización como “el conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean”.

“El papel de la distribución dentro de la mezcla del marketing consiste en hacer llegar el producto a su mercado meta” (Stanton, W, et al 2007, p.422).

#### **2.4.6 Economía.-**

“La economía es la ciencia social que estudia las elecciones que los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades enteras hacen para enfrentar la escasez, así como los incentivos que influyen en esas elecciones y las concilian” (Parkin, 2011, p. 2).

**Microeconomía.-** “es el estudio de las elecciones que hacen los individuos y las empresas, la manera en que dichas elecciones interactúan en los mercados y la influencia que los gobiernos ejerce sobre ellas” (Parkin, 2011, p. 2).

#### **2.4.7 Ingresos.-**

Según Córdova (2003), confirma que los ingresos son aquellos que entran a formar parte del patrimonio, estos se originan por bienes y otros conceptos en un periodo determinado. Además los ingresos brutos son el

total de efectivo que percibe una persona tanto natural o jurídica proveniente de todas las fuentes de ingresos.

Ingreso es al medir la situación económica de una persona o país, las dos varas de medir que se utilizan con mayor frecuencia son el ingreso y las riquezas. El ingreso se refiere al flujo de salarios, pago de interés, dividendos y otras cosas de valor que se acumulan durante cierto periodo. (Samuelson, 2010).

**Elasticidad Ingreso De La Demanda.-** cambio porcentual de la cantidad demandada de un bien dividido entre el cambio porcentual en el ingreso. (Taylor, 2012, pág. 102).

**Ingresos Totales.-** los ingresos totales son la cantidad total de dinero que la empresa recibe de las personas que compran sus productos. Los ingresos totales se pueden calcular al multiplicar el precio de cada unidad por la cantidad vendida. (Taylor, 2012, pág. 153).

**Ingresos De Los Consumidores.-** si los ingresos de las personas cambian, sus compras de bienes por lo general también cambian. Un incremento en el ingreso aumenta la demanda de la mayoría de los bienes, mientras una disminución en el ingreso reduce la demanda de estos bienes. (Taylor, 2012, págs. 56-57).

**Efecto De Los Cambios Salariales.-**

El efecto ingreso refleja el hecho de que los cambios en el precio de un producto contraen o expanden su capacidad de comprar todos los productos, incluso aquellos cuyos precios no han cambiado, al cambiar su ingreso real. En el caso del mercado de trabajo, el salario más alto aumentará el ingreso real de un individuo y permitirá que el individuo compre más de todos los productos, incluso los de ocio. (Taylor, 2012, pág. 363).

**Diferencial Salarial Compensador.-** diferencial en salarios para personas con habilidades similares con base en algunas características del

empleo, como riesgo, malestar o inconveniencia del horario. (Taylor, 2012, pág. 373).

**Ingreso Del Trabajo.-** los economistas clasifican los salarios, sueldos y prestaciones que se pagan a los trabajadores como ingreso de trabajo o pagos a las personas por su mano de obra. (Taylor, 2012, pág. 528).

## 2.5 VOCABULARIO TÉCNICO

**Proceso:** es cualquier parte de una organización que recibe insumos y los transforma en productos o servicios, mismos que se esperan que sean de mayor valor para la organización que los insumos originales (Chase, 2009, pág.7).

**Proceso De Transformación:** los procesos de transformación son utilizados por todo tipo de empresas. Un proceso de transformación utiliza recursos para convertir los insumos en un producto deseado (Chase, 2009, pág.7)

**Productividad:** es una medida de que tan bien utiliza sus recursos un país, una industria o una unidad de negocios. (Chase, 2009, pág.28)

**Residuos:** el residuo generado por la producción de una tonelada de acero, pasta de papel o fibra artificial se ha reducido sustancialmente en los últimos años, como consecuencia de implantarse sistemas productivos muchos menos contaminantes, denominados limpios (Castells, 2009, pág. 3).

**Medio Ambiente.-** es el conjunto de sistemas físicos y biológicos que aparecen como resultado de la interacción del hombre moderno con el hábitat que le rodea (Castells, 2009, pág. 3).

**Naturaleza Del Residuo.-** se debe considerar la forma física del residuo, así como el contenido de los componentes peligrosos (metales pesados, compuestos orgánicos, etc.) y la concentración de contaminantes (Castells, 2009, pág. 96).

#### **Reciclaje Multidisciplinar.-**

La técnica de reutilización ha sido históricamente practicada y aceptada. Si bien es cierto que a pequeña escala y circunstancia únicamente a la recuperación de metales, papel, vidrio, fibras textiles y algunos materiales de construcción. El termino reciclaje multidisciplinar está referido en este caso a la reutilización de los residuos para su transformación en materiales aptos para la construcción, usando una o diversas combinaciones (Castells, 2009, pág. 98).

**Clasificación De Residuos.-** en las tentativas de clasificación de los residuos, ha existido una separación entre los urbanos o municipales y los industriales (Castells, 2009, pág. 181).

**Residuos De La Producción Y Transformación De Pasta De Papel, Papel Y Cartón (Código 0303).-** La fabricación de la pasta de papel persigue en primer lugar la extracción de las fibras de las plantas madereras, a partir de las cuales se fabricará posteriormente el papel. La fabricación de la pasta se complementa con las fases de lavado, blanqueado y secado final (Castells, 2009, pág. 193).

**Papel.-** producto industrial que consiste en rollos continuos de fibras vegetales adecuadas, libres de constituyentes no celulósicos y depositadas a partir de una suspensión acuosa (Castells, 2009, pág. 1235).

**Papel Reciclado.-** papel fabricado a partir de papel recuperado (Castells, 2009).



**Reciclado.-** conjunto de sistemas que siguen, por tratamientos diversos, para la recuperación de materiales a partir de residuos y basuras procedentes de diversos orígenes que de otra manera se convertirían indefinidamente en desechos de todas clases y retorno de este material para su reutilización (Castells, 2009, pág. 1248).

**Reciclaje.-** término empleado de manera general para describir el proceso de utilización de partes o elementos de un artículo, tecnología, aparato que todavía puede ser usado, a pesar de pertenecer a algo que ya llegó al final de su vida útil (Castells, 2009, pág. 1248).

**Reutilizar- Reusar.-** proceso de minimización de generación de residuos consiste en recuperar productos utilizados que de otra manera se convertirían en productos de desechos (Castells, 2009, pág. 1252).

## **2.6 IDEA A DEFENDER.**

El estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de productos de papel reciclado permitirá evidenciar la incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán.

## **2.7 VARIABLES.**

**Variable Dependiente:** El ingreso de las personas dedicadas a la recolección.

**Variable Independiente:** Producción de papel reciclado

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

Se seguirá la modalidad:

Cuantitativa: “tiene que ver con la cantidad y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo”. (Niño, 2011, p. 29). Esta modalidad permite obtener estadísticas sobre la cantidad de papel que es recolectada diariamente por las personas dedicadas a estas tareas así como identificar los niveles de ingresos provenientes de esta actividad.

Cualitativa: “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica”. (Niño, 2011, p. 30). En esta modalidad prevalecerán las características más importantes de los productos de papel reciclado y los ingresos de las personas dedicadas a la recolección, tomando en cuenta la opinión clara de la población involucrada en este sector.

#### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

El proyecto de tesis tiene el tipo de investigación exploratoria.- “son investigaciones exploratorias aquellas que sólo se proponen alcanzar una visión general, aproximativa, del tema en estudio”. (Sabino, 1998, pág. 93). Se utiliza este tipo de investigación porque es un tema poco estudiado hasta el momento y no existe un conocimiento amplio que permita determinar la idea a defender, por lo cual se asemeja al tema de tesis.

Otro tipo de investigación es la aplicada en donde el Autor Sabino Carlos (1998) menciona: “si los conocimientos para obtener son insumos necesario para proceder luego a la acción, hablamos entonces de la investigación aplicada”. En la presente tesis también se utilizó este método con el fin de obtener información y concluir para luego aplicar después de obtener información real y verificable. (págs. 96-97)

Además existe la investigación Censal: “Es la investigación que concentra todos los establecimientos dentro de los límites del territorio nacional. Específicamente en las zonas rurales y urbanas. El fin es resolver los datos demográficos, étnicos, cómicos, entre otros”. Este tipo de investigación se la toma en cuenta con el propósito de hacer un censo a las personas dedicadas a la recolección.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

**Población:** Niño, 2011: “se constituye por una totalidad de unidades, vale decir por todos aquellos elementos (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, etc) que pueden conformar el ámbito de una investigación. (p. 55)

**Muestra:** Según Niño, 2011: “Una muestra es una porción representativa de una cantidad” (p.55) En la muestra se considera las personas dedicadas al reciclaje, y personas de la ciudad de Tulcán. Esta información se determina así:

- Para la primera población se determina realizar un el censo dado que son 15 personas dedicadas a la recolección, estos datos son proporcionados por el RECICLEMOS, recicladora de papel en la ciudad de Tulcán.
- El cálculo del tamaño de la población se realizó considerado que de acuerdo al último censo poblacional del año 2010 fue 86.498 habitantes del cantón Tulcán, provincia del Carchi. Para efectos de estudio se tomará como referencia los datos del INEC, por lo cual se determina la siguiente fórmula:

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

Reemplazando los valores en la fórmula obtenemos:

$$n = \frac{86498(0.25)(1.96)^2}{(86498 - 1)0.05^2 + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{83072.68}{216.25 + 0.9604}$$

$$n = \frac{83072.68}{217.21}$$

$$n = 382.45$$

Se determina que el tamaño de la muestra debe de ser de 382 encuestas.

### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 3: Matriz de operalización de las variables

IDEA	A	VARIABLES	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	TÉCNICA	INFORMANTE
El Estudio De Factibilidad Para La Implementación De Una Empresa De Producción Y Comercialización De Productos De	A	Producción Del Papel Reciclado	Dar Una Transformación A La Materia Prima Como Es El Papel Reciclado Para Transformarlo En Nuevos Productos.	PRODUCCIÓN	PRODUCTO FINAL	1. ¿Le Gusta Adornar Su Hogar U Oficina Con Productos De Papel Reciclado De Diseños Únicos Y Diferentes, Como Complemento Para Mejorar Su Ambiente?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
						2. ¿Compararía Usted Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					DISEÑO DEL PRODUCTO	3. ¿Qué Productos Serían De Su Preferencia A La Hora De Comprar Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					CUALIDADES DEL PRODUCTO	4. ¿Qué Aspectos Le Gustaría Encontrar Al Momento De Comprar El Producto Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					TIEMPO DE COMPRA	5. ¿Con Qué Frecuencia Usted Compra Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas

Papel Reciclado Permitirá Evidenciar La Incidencia En Los Ingresos De Las Personas Dedicadas A La Recolección En La Ciudad De Tulcán.			PRECIO	MOTIVACIÓN DE COMPRA	6. ¿Cuáles Son Los Motivos Por La Que Compra Productos De Artesanía?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
				DETERMINACIÓN DEL PRECIO	7. ¿Cuánto Pagaría Usted Por Tarjetas, Fundas Y Cajas Para Regalos?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					8. ¿Cuánto Pagaría Usted Por Porta Retratos, Cuadros Decorativos, Porta Lápices?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
			9. ¿Cuánto Pagaría Usted Por Adornos Para Mesa, Sala, Comedor Y La Oficina?		Encuesta	Personas Tulcaneñas	
			PLAZA	COMPETENCIA	10. ¿Conoce Usted Un Lugar Donde Produzcan O Realicen Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					11. ¿Qué Productos De Papel Reciclado Realizan En El Lugar Que Conoce?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
				COMERCIALIZA	12. ¿Le Gustaría Que Existirá Un Lugar Exclusivo Que Expenda Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcaneñas
					13. ¿En Qué Lugar Le	Encuesta	Personas

				CIÓN	Gustaría Comprar Productos De Papel Reciclado?		Tulcanefías
			PROMOCIÓN	PUBLICIDAD	14. ¿En El Último Mes Ha Observado Usted Alguna Publicidad Sobre Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcanefías
				INNOVACIÓN	15. ¿Cómo Le Gustaría Obtener Información Acerca De Productos De Papel Reciclado?	Encuesta	Personas Tulcanefías
Ingreso De Las Personas Dedicadas A La Recolección	Es La Ganancia Económica Que Adquiere Una Persona Por La Prestación De Un Servicio En Este Caso Por La Recolección.	TIPO DE RECOLECCIÓN		CANTIDAD DE RECICLAJE DE PAPEL	16. ¿Qué Cantidad Reciclan Diariamente De Papel?	Encuesta	Recolectores
				COSTOS DE LA RECOLECCIÓN	17. ¿Cuánto Paga Usted Por La Recolección Total Del Papel Diariamente?	Encuesta	Recolectores
					18. ¿Cuánto Cobra Usted En La Recolección De Papel Por Kilo?	Encuesta	Recolectores
				ENTIDAD PARA LA CUAL TRABAJAN	19. ¿Usted Trabaja Con Alguna Institución O Entidad Dedicada A La Reciclaje?	Encuesta	Recolectores

				20. ¿La Institución Para La Cual Trabaja Realiza Actividades De?	Encuesta	Recolectores
		NIVEL FAMILIAR	CANTIDAD DE PERSONAS QUE TRABAJAN	21. ¿Cuántas Personas De Su Familia Trabajan En La Recolección?	Encuesta	Recolectores
			CANTIDAD DE PERSONAS QUE ESTUDIAN	22. ¿Cuántas Personas Estudian En Su Familia?	Encuesta	Recolectores
			OFERTA LABORAL	23. ¿Si Le Dieran La Oportunidad De Mejorar Sus Ingresos Con Otra Fuente De Empleo Que Desearía Que Le Ofrecieran?	Encuesta	Recolectores
			NIVEL SALARIAL	IESS	24. ¿Es Usted Asegurado Al IESS?	Encuesta
		NIVEL DE INGRESO		25. ¿Cuál Es Su Nivel De Ingreso Mensual En La Recolección?	Encuesta	Recolectores
		CONDICIÓN DE VIDA		26. ¿Cuál Es Su Condición De Vida?	Encuesta	Recolectores
		FUENTES DE INGRESO SECUNDARIAS		27. ¿A Parte De La Recolección, Usted Posee Otro Medio De Ingresos?	Encuesta	Recolectores
		FUENTE DE		28. ¿En Qué Lugares Obtiene	Encuesta	Recicladores



				RECOLECCIÓN	El Papel Reciclado?		
				GANANCIAS MENSUALES	29. ¿Cuánto Dinero Obtiene Por La Recolección Mensualmente?	Encuesta	Recolectores

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la obtención de datos que se necesita para el plan de negocios de una planta de producción artesanal de papel reciclado, el proyecto utilizará la siguiente técnica de investigación:

- Encuesta: "Se utiliza para conocer características de un conjunto o grupo de personas en una determinada situación" (Valarino et al., 2012, pág. 219). Con esta técnica ayudará al proceso obtención de información relevante, y además facilitará obtener datos en actitudes, desempeño y sugerencias. Esta técnica esta propuesta en el proyecto de tesis por su fácil utilización, proporción datos reales y confiables de lo investigado.

#### **Instrumento de recolección:**

Cuestionario: "son un conjunto de preguntas técnicamente estructuradas y ordenadas. Que se presentan escritas e impresa, para ser respondidas igualmente por escrito o a veces de manera oral". (Niño, 2011, p. 9). Este instrumento estará compuesto de preguntas de acuerdo a la investigación del proyecto de tesis, en el cual se considera a las personas dedicadas a la recolección y a las personas Tulcaneñas en la zona urbana.

### 3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

#### 3.6.1. Análisis de resultados.

#### Encuesta realizada a la ciudadanía de Tulcán

##### 1) Compra de productos de papel reciclado

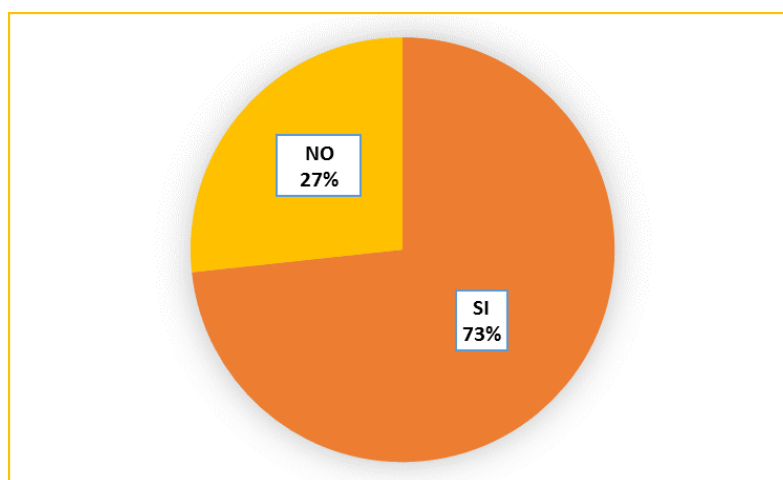
**Tabla 4:**  
**¿Compraría usted productos de papel reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	73,3
No	102	26,7
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 1: ¿Compraría usted productos de papel reciclado?**



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- La tabla anterior muestra el comportamiento de las personas encuestados y el gusto de preferencia por dicho producto, identificando que la mayoría de la población tulcanense están dispuestos a comprar productos de papel reciclado, sin embargo notamos que existe una mínima cantidad que no están dispuestos a realizar la compra.

## 2) Aspectos de compra

**Tabla 5: (calidad)**

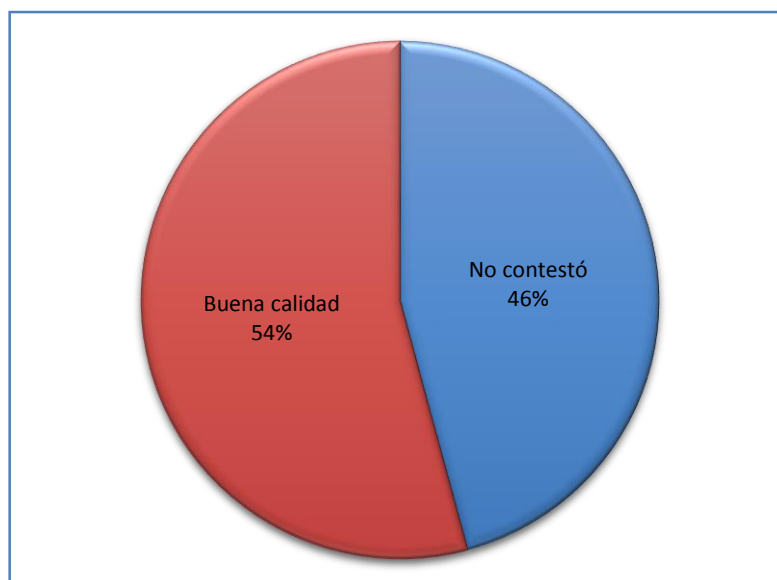
**¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	175	45,8
Buena calidad	207	54,2
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 2:** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la tabla anterior se define que uno de los aspectos que les gustaría encontrar en el producto es la buena calidad, por lo que la mayoría considera un factor indispensable en el producto, es por ello que los datos de esta pregunta son de índole positivo para el proyecto, por cuanto se consideran como aspectos de comportamiento de compra de los clientes.

**Tabla 6: (Innovador)**

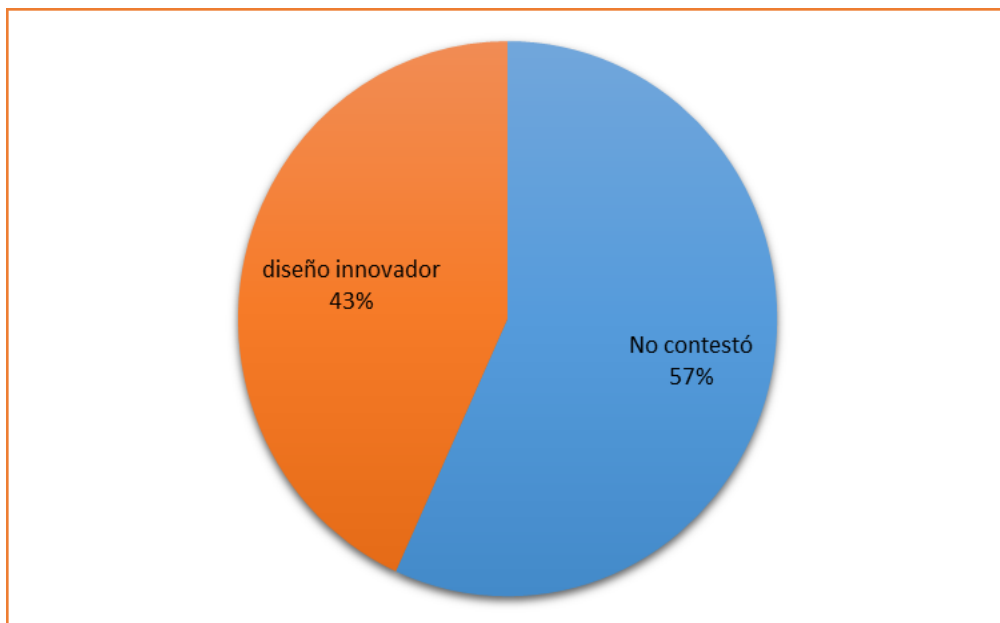
**¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	217	56,8
diseño innovador	165	43,2
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 3. ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Otro de los aspectos de compra con referente a los productos de papel reciclado, la ciudadanía tulcanesa tiene como gustos y preferencia el diseño innovador de dichos productos, por lo tanto, se determina como un factor más para la producción de dichos artículos y la comercialización de los mismos.

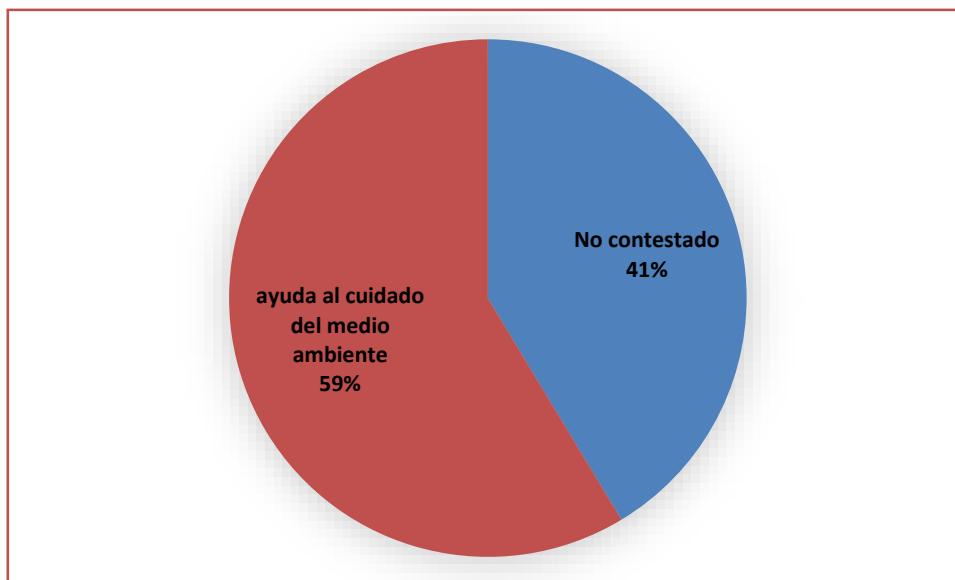
**Tabla 7: (Ayuda al medio ambiente)**  
**¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestado	158	41,4
ayuda al cuidado del medio ambiente	224	58,6
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 4.** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después de haber observado los datos de la tabla anterior, se establece que otro aspecto de compra en opinión de la población tulcanéa, es el cuidado del medio ambiente, por lo cual, se determina que la población ya está concientizándose con dicho cuidado.

### 3) Motivos de compra

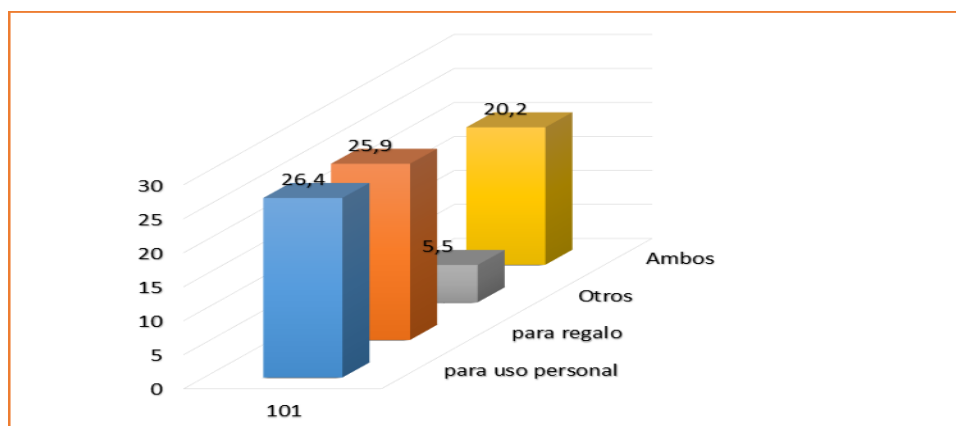
**Tabla 8:**  
**¿Cuáles son los motivos por la que compra productos de papel reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	101	26,4
para uso personal	84	22,0
para regalo	99	25,9
Otros	21	5,5
Ambos	77	20,2
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 5.** ¿Cuáles son los motivos por la que compra productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- La tabla anterior muestra cuales son los motivos de compra del consumidor en referente a los productos de papel reciclado, identificando que en el mercado de Tulcán en su mayoría de personas encuestados compran con motivo de regalo, situación casi similar sucede con el ítem uso personal, en donde existe un grupo que lo compraría por ambos motivos, dicho esto se acuerda que el comportamiento de compra es para motivos de regalo más que para uso personal.

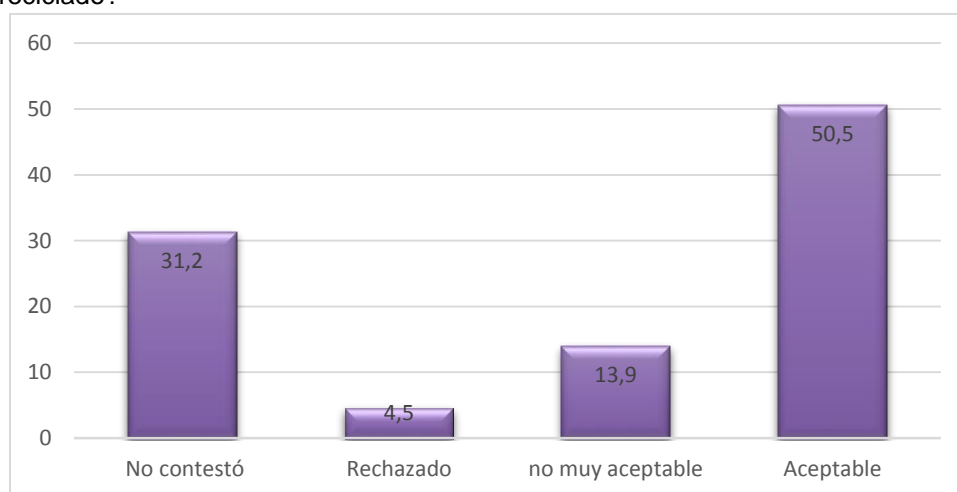
#### 4) Preferencia de productos.

Tabla 9: (Tarjetas)		
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?		
	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	119	31,2
Rechazado	17	4,5
no muy aceptable	53	13,9
Aceptable	193	50,5
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 6:** ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Una de las pautas para la buena comercialización es saber cuál es uno de los productos con mayor aceptación por la ciudadanía, por lo cual, se debe tomar en cuenta que más de la mitad de población tiene preferencia por las tarjetas, esto favorece a la distribución y venta de este producto, ya que al ser un producto de reciclaje y en general de calidad no tendrá problemas y será aceptado con facilidad entre los consumidores de Tulcán.



**Tabla 10: (Fundas de regalo)**

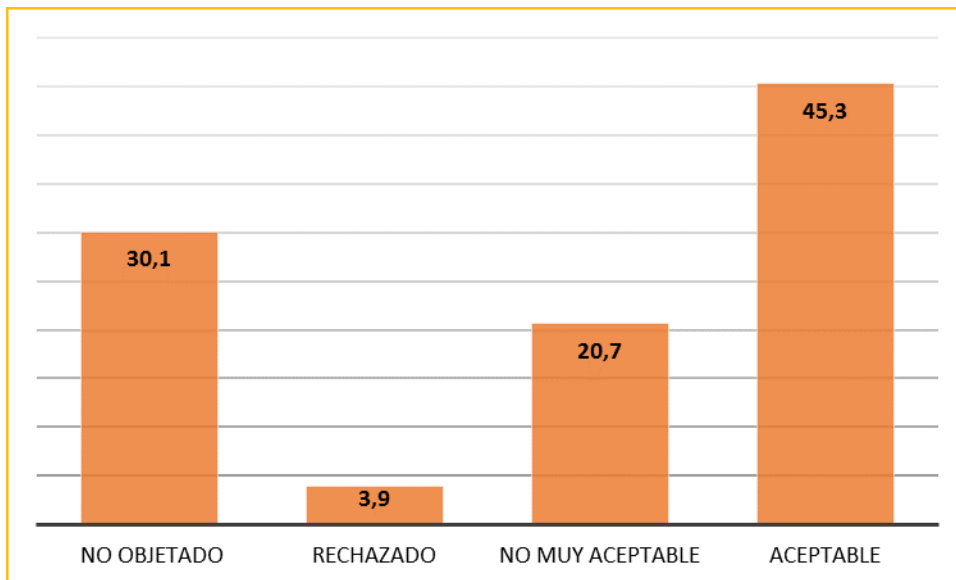
**¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No objetado	115	30,1
Rechazado	15	3,9
no muy aceptable	79	20,7
Aceptable	173	45,3
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 7:** ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.-Con los datos de la tabla anterior podemos identificar claramente que la muestra poblacional encuestada en la ciudad de Tulcán poseen un gusto por las fundas de regalo en un poco menos de la mitad de la población, sin embargo no quedará de lado que existe también un porcentaje de consumidores que se encuentran un indecisos por este producto, por lo cual es muy importante tenerlo en cuenta, ya que para futuros estudios será necesario la utilización de éstos datos.

## 5) Pago por producto

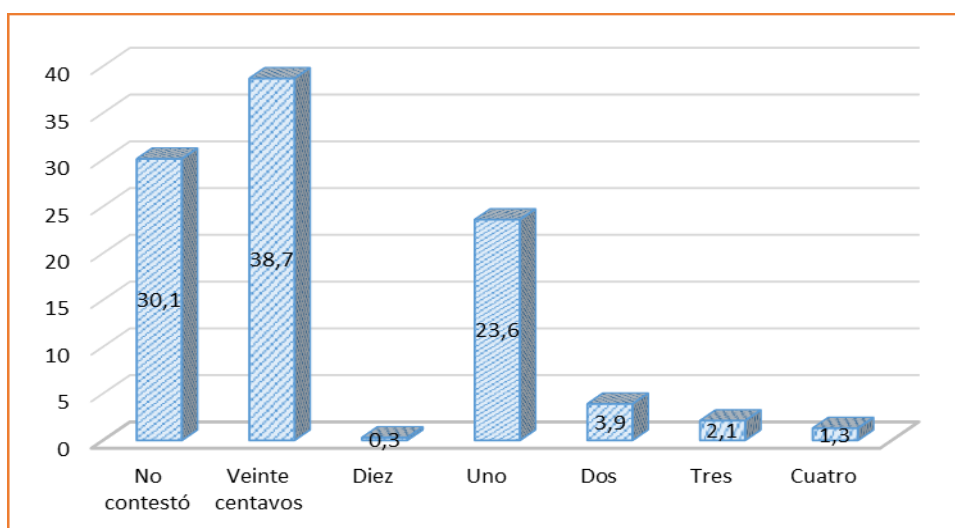
**Tabla 11: (Tarjetas)**  
**¿Cuánto pagaría usted por?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	115	30,1
0.20	148	38,7
10	1	,3
1	90	23,6
2	15	3,9
3	8	2,1
4	5	1,3
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 8: ¿Cuánto pagaría usted por?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Con respecto a los datos arrojados hacen referencia a precios del producto tarjeta, determinado por la población tulcanense en donde estarían dispuestos a pagar entre 0.20 centavos hasta 1 dólar, en el cual se estipula que este producto tendría dimensiones pequeñas y medianas para fijar estos precios de acuerdo a la información prevista en la tabla anterior.

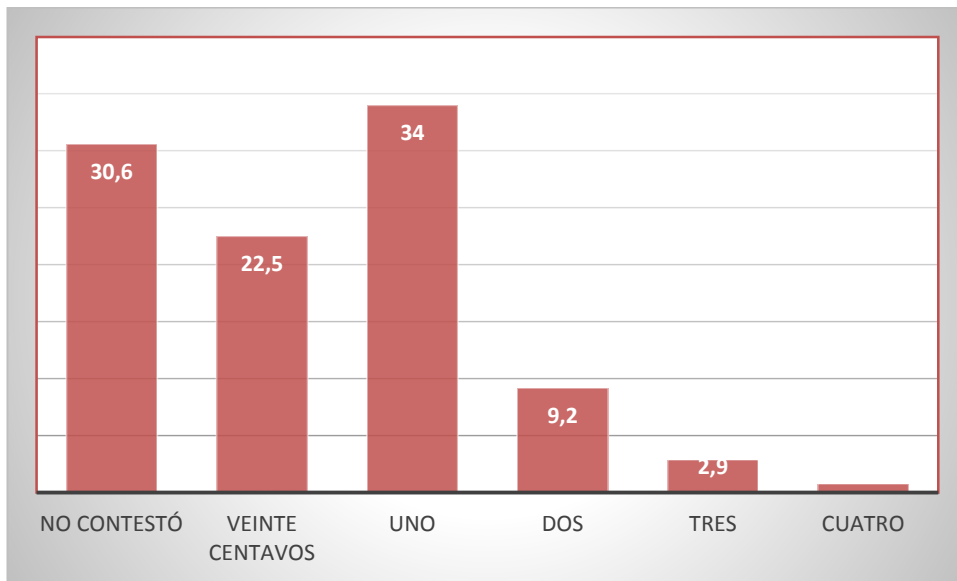
**Tabla 12: (Fundas de regalo)**  
**¿Cuánto pagaría usted por?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	117	30,6
0,20	86	22,5
1	130	34,0
2	35	9,2
3	11	2,9
4	3	,8
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 9: ¿Cuánto pagaría usted por?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Para el precio de las fundas de papel, se determina que la población tulcanéna está dispuesto a pagar un valor entre 0,20 centavos hasta un dólar, razón por la cual estos precios estarías comprendidos entre los diferentes tamaños de la funda de papel.

## 6) Frecuencia de compra

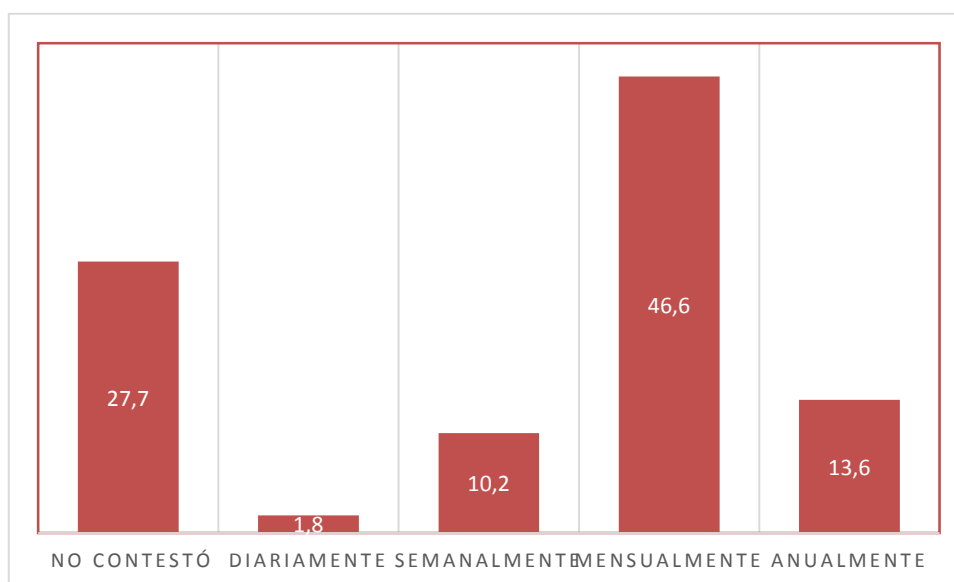
Tabla 13.  
¿Con qué frecuencia compra usted productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	106	27,7
Diariamente	7	1,8
Semanalmente	39	10,2
Mensualmente	178	46,6
Anualmente	52	13,6
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 10. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- La adquisición de los productos de papel reciclado se realiza más frecuentemente en periodos mensuales, en menor grado semanal y casi nunca diariamente y anualmente, esto hace que las expectativas de la distribución de los productos de papel reciclado sean muy favorables.

## 7) Lugar de compra

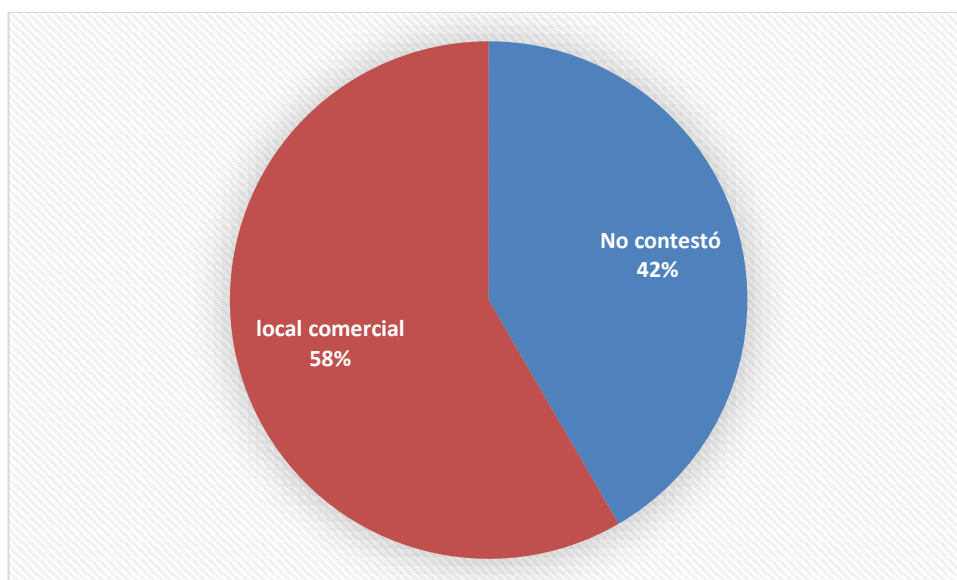
Tabla 14: (Local)  
¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	159	41,6
local comercial	223	58,4
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 11** ¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

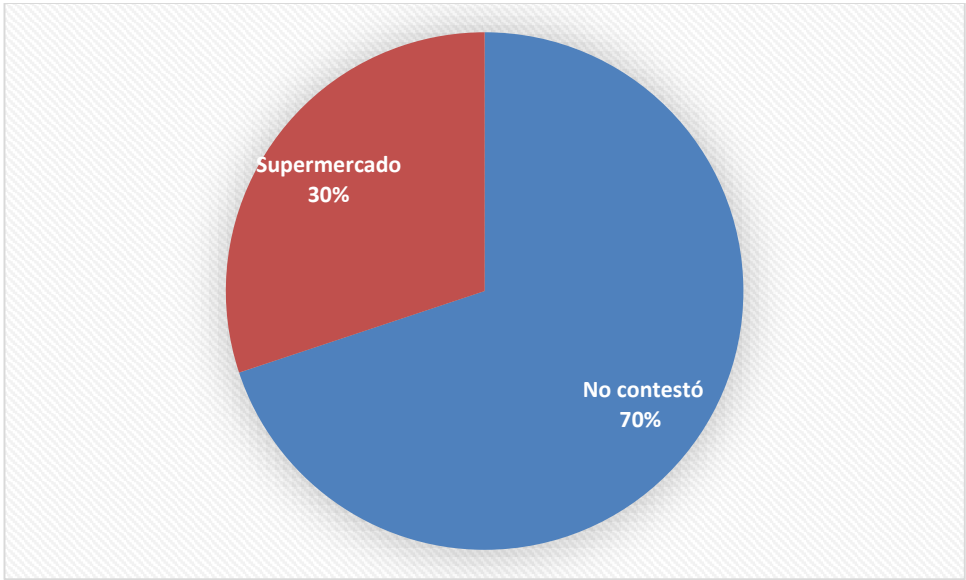
Análisis.- Debido a esta pregunta en donde le gustaría comprar sus productos del papel reciclado, se determina que más de la mitad de la población le gustaría comprar en locales comerciales, por ende el comportamiento de los consumidores es importante saber que les gusta realizar la compra concretamente en un local comercial.

**Tabla 15: (Supermercado)**  
**¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	267	69,9
Supermercado	115	30,1
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo  
 Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 12** ¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo  
 Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la tabla anterior se determina que un tercio de la población tulcanesa le gusta comprar en supermercados, por lo que definitivamente este proceso de comercialización no ayuda mucho al proyecto, ya que el comportamiento del consumidor para la compra de productos de papel reciclado no es favorable en los supermercados.

## 8) Información de productos

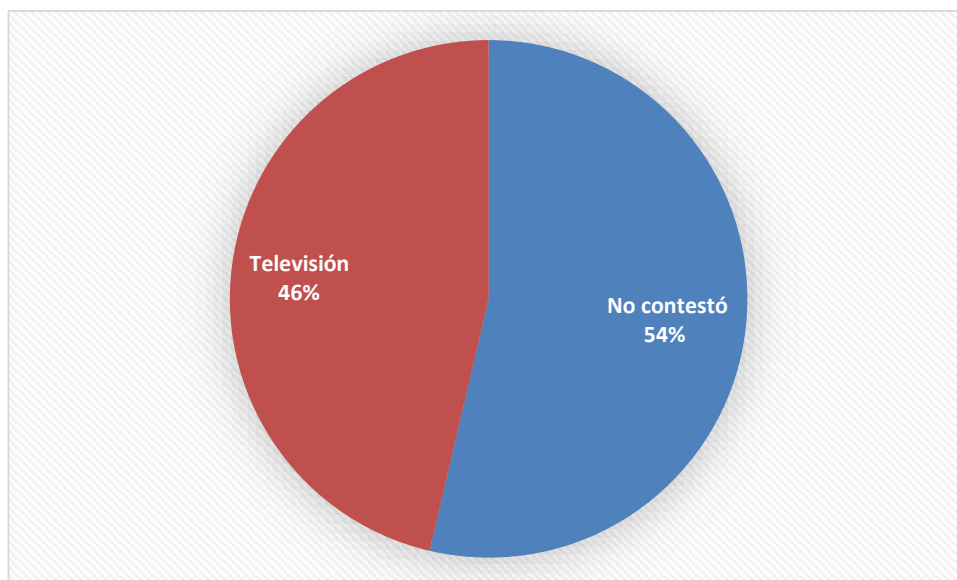
Tabla 16: (RADIO) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	205	53,7
Radio	177	46,3
Total	382	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 13 ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Una buena opción para la difusión para el conocimiento a la población de acerca de los productos de papel reciclado es la televisión, ya que después de haber hecho una investigación de campo arroja que ellos estarían de acuerdo en que se diera a conocer por este medio de comunicación.

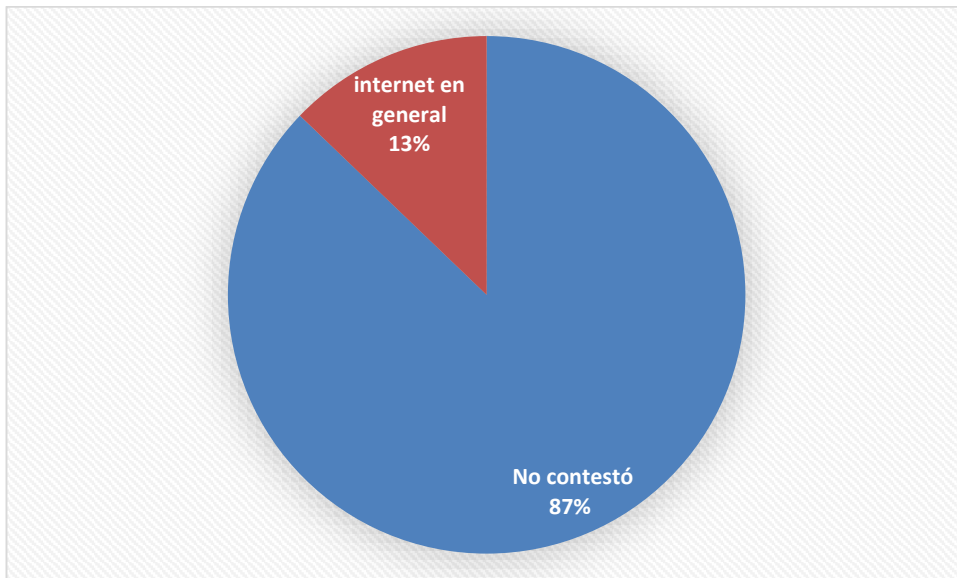
**Tabla 17: (Internet en general) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	333	87,2
internet en general	49	12,8
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 14: ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?**



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Análisis.-** En lo que respecta al internet en general no es muy aceptable para las personas recibir una publicidad de los productos de papel reciclado en cualquier momento dentro de internet, ya que solo esta opinión la apoyan pocos de ellos, por lo tanto se podrá publicitar los productos vía televisión y redes sociales que es unos de los puntos clave en donde las personas se enterarían de los mencionados anteriormente.



## 9) Competencia

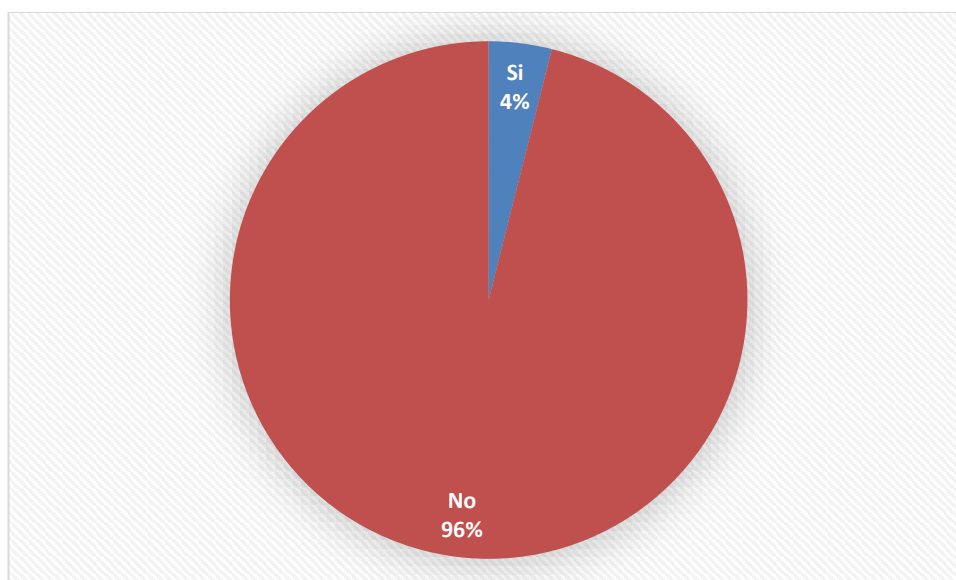
Tabla 18. ¿Conoce usted un lugar donde produzcan o realicen productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	3,9
No	367	96,1
Total	382	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 15 ¿Conoce usted un lugar donde produzcan o realicen productos de papel reciclado?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.-Observamos que la tabla indica que no existe un número considerable de individuos que conozca y que escuchado hablar sobre lugares donde realicen productos de papel reciclado, identificando mayor desconocimiento de la posible competencia en la ciudad de Tulcán; es por ello que es necesario desarrollar con el proyectos de factibilidad para dar a conocer el producto al mercado.

Encuestas realizadas a los recicladores.

### 1. Institución de trabajo

Tabla 19

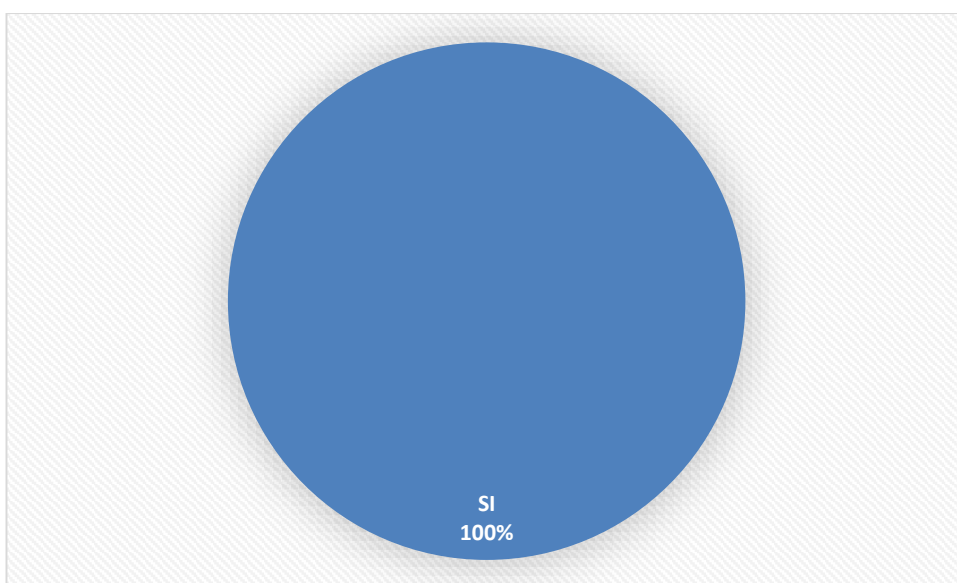
¿Usted trabaja con alguna institución o entidad dedicada al reciclaje?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 16 ¿Usted trabaja con alguna institución o entidad dedicada al reciclaje?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la tabla y la gráfica observadas anteriormente se concluye que todos los encuestados pertenecen a la población recicladora en el cual trabajan para una institución dedicada al reciclaje, en que ellos indican que su unidad laboral es la recicladora **RECICLEMOS** que tiene papel, cartón entre otros.

## 2. Actividades de la empresa recicladora

**Tabla 20**

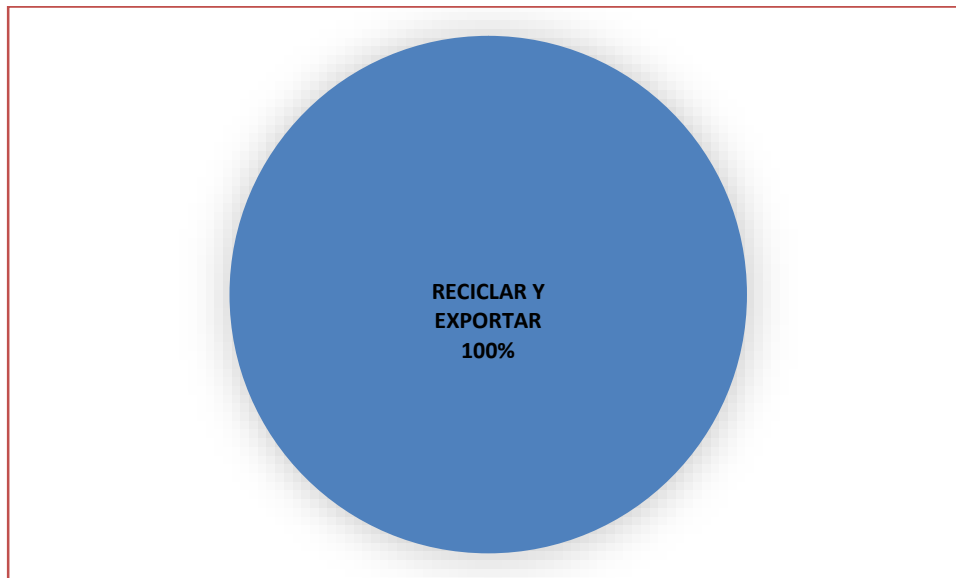
**¿La institución para la cual usted trabaja realiza actividades de?**

	Frecuencia	Porcentaje
reciclar y exportar	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 17 ¿La institución para la cual usted trabaja realiza actividades de?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después haber concluido con la pregunta uno, donde nos indican que trabajan en **RECICLEMOS**, los datos de la tabla de frecuencia arrojan según la opinión de los recicladores que está empresa sólo se dedica a reciclar y exportar por lo cual no es competencia alguna para las empresas que deseen producir.

### 3. Cantidad de reciclaje de papel

Tabla 21

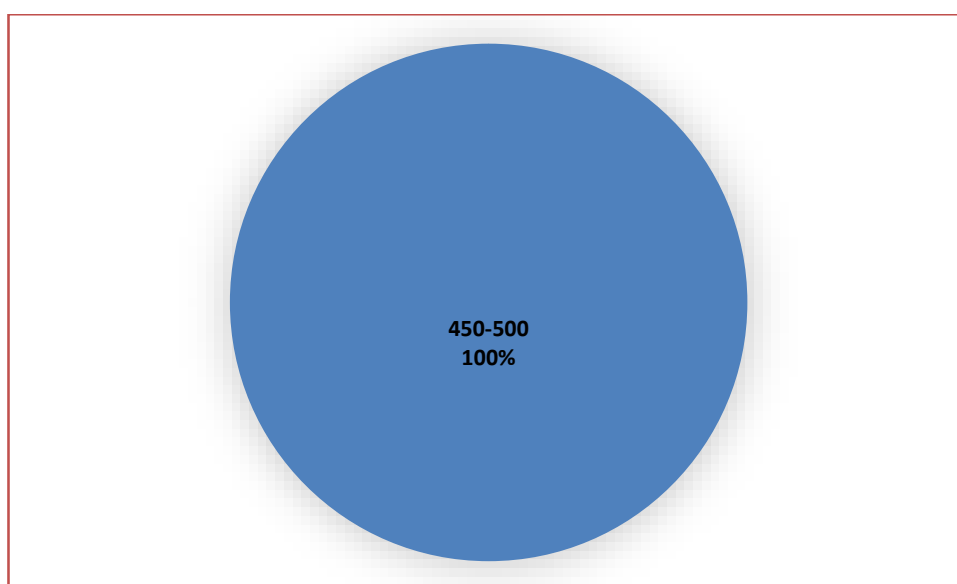
¿Qué cantidad reciclan diariamente de papel?

	Frecuencia	Porcentaje
450-500	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Figura 18** ¿Qué cantidad reciclan diariamente de papel?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En esta pregunta se concluye que las personas dedicadas a la recolección reciclan 500 kilos por día de papel, por lo que esto si les genera una cantidad adecuada para sus ingresos, por ende esta cantidad lo hacen diariamente en una estipulación de 450 a 500 kilos.

#### 4. Pago de la recolección de papel

Tabla 22

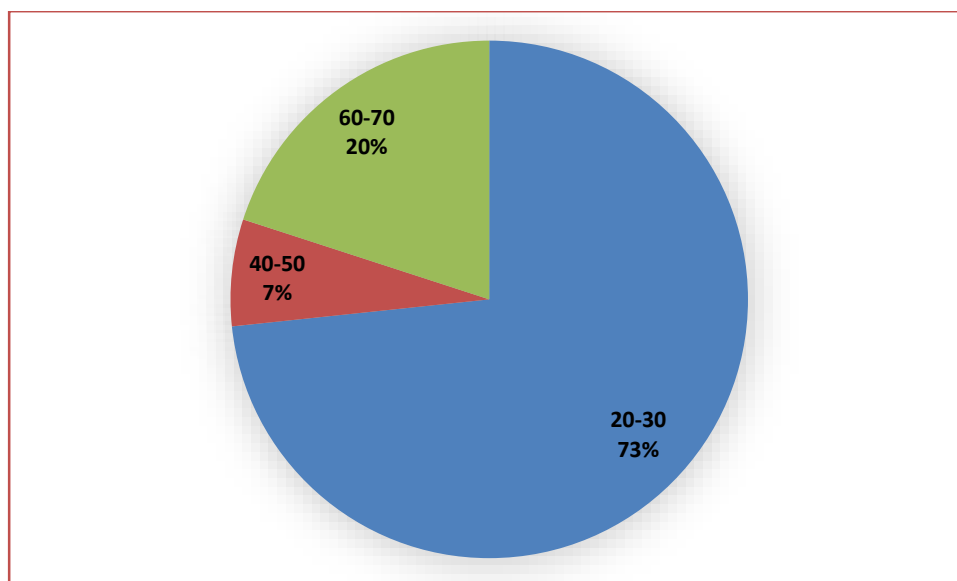
¿Cuánto paga usted por la recolección total del papel diariamente?

	Frecuencia	Porcentaje
20-30	11	73,3
40-50	1	6,7
60-70	3	20,0
Total	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 19 ¿Cuánto paga usted por la recolección total del papel diariamente? proporción en dólares)



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después de haber analizado la opinión de los recicladores en esta pregunta que la mayoría de ellos si pagan por la recolección diaria de papel por lo cual pagan 20 a 30 dólares por recolección de papel debido a que todas las personas no están dispuestas a regalar el papel si no a vender.

## 5. Ingreso mensual

**Tabla 23**

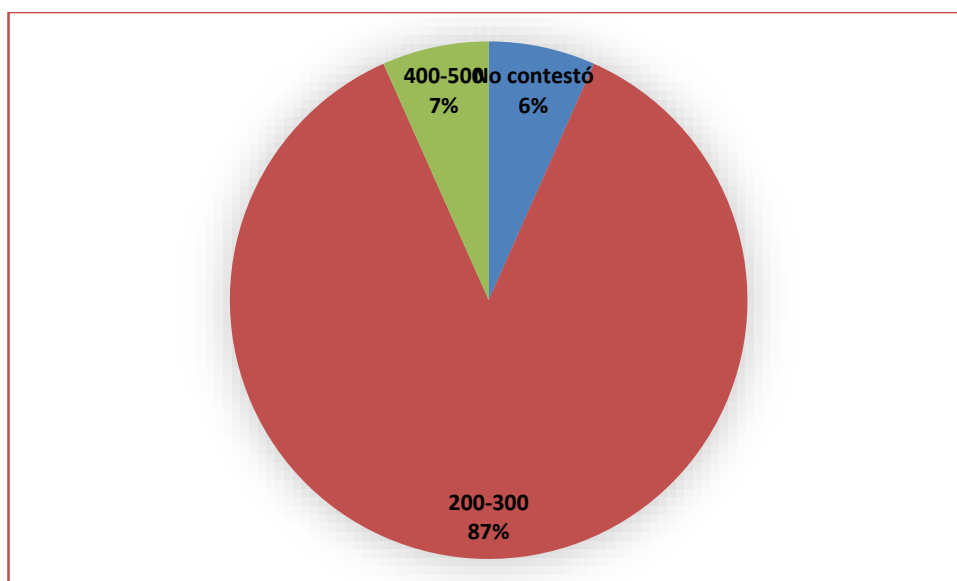
**¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en la recolección?**

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	1	6,7
200-300	13	86,7
400-500	1	6,7
Total	15	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 20 ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en la recolección?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En seguida de haber observado los resultados de las encuestas nos arroja que una fracción máxima de los recicladores tiene un nivel de ingreso mensual entre los 200 a 300 dólares por lo que nos podemos dar cuenta que no perciben el sueldo básico unificado estipulado por el Gobierno de la república del Ecuador.

## 6. Trabajo secundario

Tabla 24

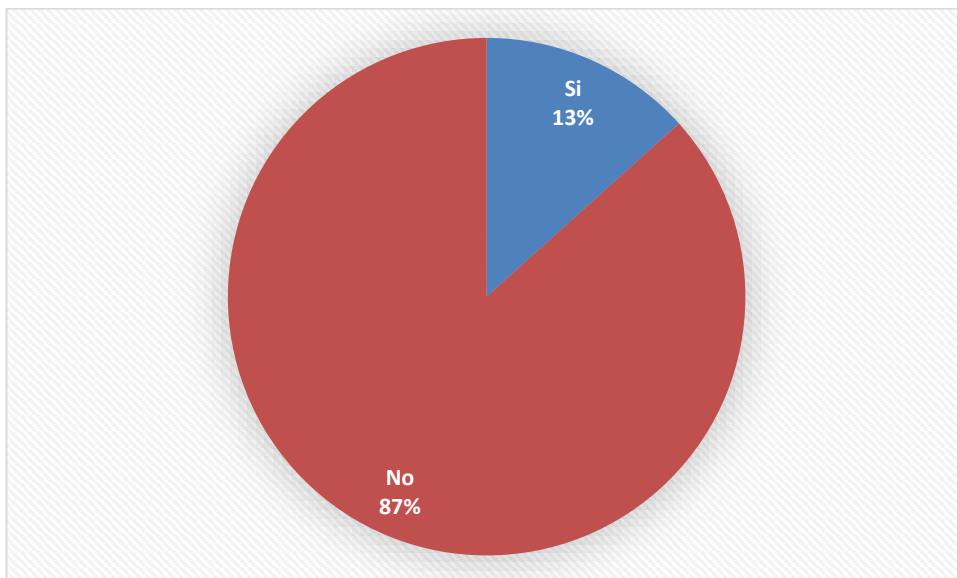
¿A parte del trabajo de recolección, usted posee otro medio de ingresos?

	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	13,3
No	13	86,7
Total	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 21 ¿A parte del trabajo de recolección, usted posee otro medio de ingresos?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Posteriormente de haber realizado la encuesta los recicladores indican que no posee otro medio de ingresos y una mínima cantidad dicen que si los posee por lo que estas personas se han visto en la necesidad de trabajar en otro lugar como por ejemplo en restaurantes de la localidad para tener otra fuente de ingreso.

## 7. Nueva fuente de empleo

Tabla 25: (Remuneración)

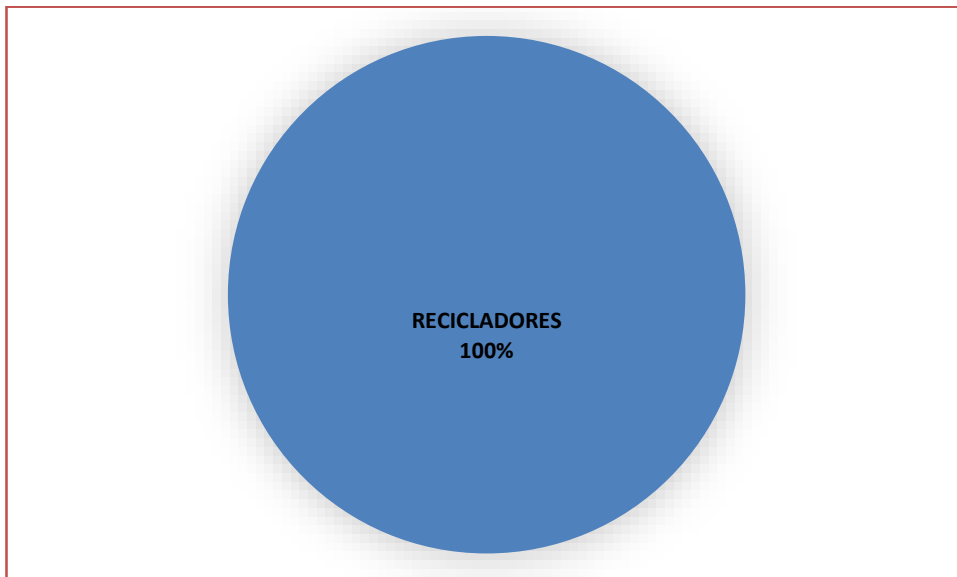
¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?

	Frecuencia	Porcentaje
Recicladores	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 22 ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después de obtener información de los recicladores nos indican que en su generalidad de la población que no contesto absolutamente nada, posteriormente se llega a la conclusión que no es un factor tan preocupante su remuneración mensual dentro su vida cotidiana.



Tabla 26. (décimo y cuarto sueldo)

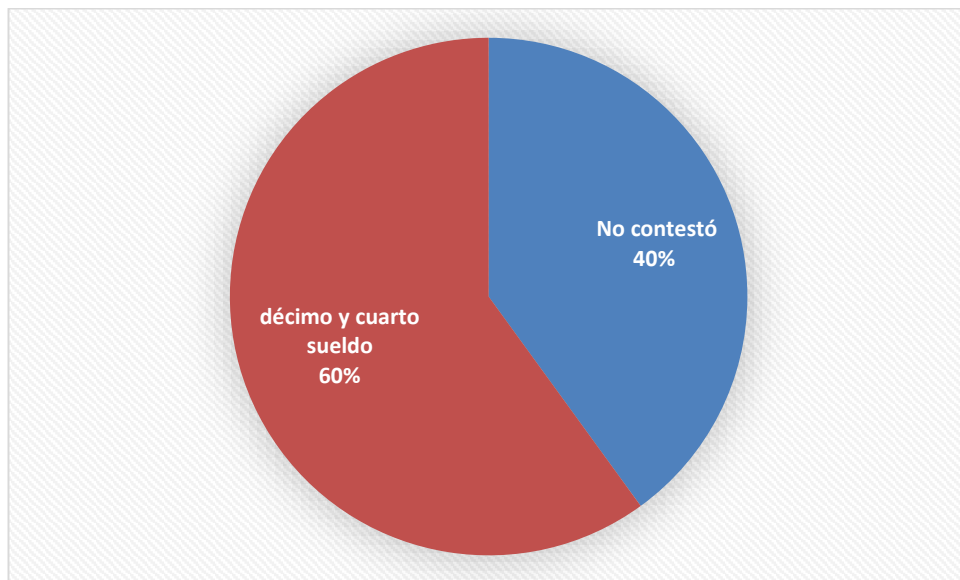
¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	6	40,0
décimo y cuarto sueldo	9	60,0
Total	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 23 ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Debido a esta pregunta casi toda la población de recicladores desearían que en la nueva fuente de empleo les ofreciera el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo en el que los recicladores les gustaría tener estas bonificaciones a parte de su remuneración básica mensual.

Tabla 27. (Comisiones)

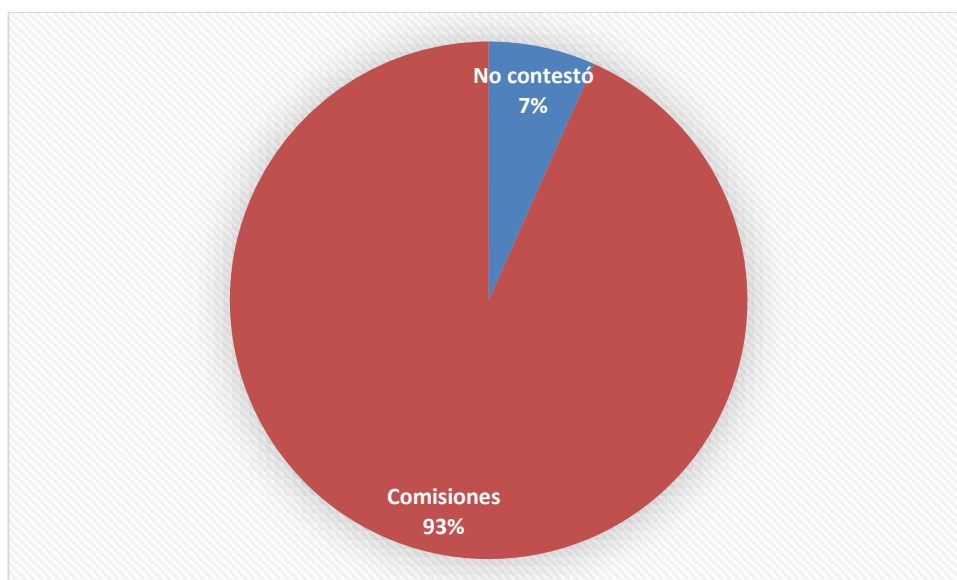
¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?

	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	1	6,7
Comisiones	14	93,3
Total	15	100,0

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Figura 24 ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?



Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En este ítem la mayoría de los recicladores estipulan que en la nueva fuente de empleo les gustaría recibir comisiones, por lo tanto se determina que quisieran tener esta bonificación a parte de su sueldo.

## Tablas de contingencia

<b>Tabla 28.- Relación entre género y compra</b>				
Recuento				
		Compraría		Total
		Si	No	
Genero	Masculino	100	73	173
	Femenino	180	29	209
Total		280	102	382

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la tabla anterior en donde se relaciona el género y si le gustaría comprar productos de papel reciclado se concluye que el género femenino es el comprador potencial es por ello que las mujeres son más compradoras que los hombres, de igual forma a las personas que contestaron no en la encuesta se puede determinar que de los hombres son lo que no estarían dispuestos a comprar.

<b>Tabla 29.- Relación entre género y adornar</b>					
Recuento					
		Adornar			Total
		No contestado	Si	no	
Genero	Masculino	72	97	4	173
	Femenino	29	163	17	209
Total		101	260	21	382

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Posteriormente de observar la tabla se puede determinar que haciendo relación entre el género y si estarían dispuestos a adornar su oficina u hogar se puede considerar que las mujeres son las más interesadas en adornar ya que el comportamiento del consumidor se determina que los gustos y preferencias del adornos recae directamente en el adorno.

**Tabla 30. Relación entre género y motivos de compra**

Recuento							
		Motivos					Total
		No contestado	para uso personal	para regalo	Otros	ambos	
Genero	Masculino	72	10	55	3	33	173
	Femenino	29	74	44	18	44	209
Total		101	84	99	21	77	382

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- A continuación se concluye que en la relación entre el género y los motivos de comprar se determina que las personas la compra para uso personal y de regalo, en el cual muchos de ellos se determina que el comportamiento de compra en el caso de los hombres es más de uso para regalo, mientras que las mujeres lo utilizan más con el de fin de uso personal, es por ello que vemos la sensibilidad de ambos géneros en su comportamiento de compra.

**Tabla 31. Relación entre género y frecuencia de compra**

Recuento							
		Frecuencia					Total
		No contestado	diariamente	semanalmente	mensualmente	Anualmente	
Genero	Masculino	72	0	12	84	5	173
	Femenino	34	7	27	94	47	209
Total		106	7	39	178	52	382

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo con la relación que se hace entre el género y la frecuencia de compra se determina que las mujeres son las más compradoras, es ellas se determina el gasto tanto mensual como anual según la investigación de campo realizada, por lo tanto en el comportamiento de compra del hombre se determina que ellos no son tan compulsivos en la compra.

### 3.6.2. Interpretación de datos.

Acorde a los datos obtenidos y la información recopilada, se interpreta que el consumo de productos de papel reciclado dentro de la ciudad de Tulcán tiene una tendencia alta, que la frecuencia en el compra llega a un promedio mensual y semanal en la acogida de la población Tulcaneña, tiene en su totalidad la intensión de compra de un nuevo producto derivado del papel reciclado, después del análisis antes previsto se llega a una conclusión que los primeros productos serian tarjetas y fundas de regalo. Por lo que la población si le gustaría piensa que este son los mayores productos de consumo. Es por ello que el análisis del comportamiento del consumidor de compra y precios establecidos para los productos que les gustaría fueran dados a conocer mediante la televisión e internet en general incluido las redes sociales en donde se enfoca la población tulcaneña siendo así que en la ciudad de Tulcán no existe competencia directa fuerte que realice este tipo de producción.

Después de haber alzado la información a los recicladores se obtiene información relevante que ellos trabajan para una sola institución y se encuentran trabajando bajo relación de dependencia, pero vale recalcar que del total de ellos ninguno es asegurado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, después de haber analizado la información de acuerdo del sueldo que perciben se determina que es menor al sueldo básico unificado, es por ello que los recicladores según encuestas e información otorgada por ellos no están conforme con esto, una mínima cantidad de personas tienen la necesidad de buscar otra fuente de ingreso, sin embargo, existen una mínima cantidad de los recicladores que familiares de ellos estudian, no obstante los recicladores están dispuestos a cambiar a una nueva fuente de trabajo en donde les gustaría que les ofrecieran el aseguramiento al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo y sobre todo la bonificación más importante para ellos son las comisiones.

### 3.6.3. Validación de la idea a defender.

Para realizar la idea a defender se va a analizar lo siguiente:

Tabla 32: Genero \* Compra \* Frecuencia

		Compraría		Frecuencia				
		Si	No	Diariamente	semanalmente	Mensualmente	anualmente	No contestó
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Genero	Masculino	100	73	0	12	84	5	72
	Femenino	180	29	7	27	94	47	34

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Se establece que existe una población encuestada que responde a un alto valor de compra de productos de papel reciclado, por lo que se determina que existe una gran ventaja en el estudio realizado, ya que con la venta tanto semanal, mensual y anual se puede elegir vender los productos de papel reciclado como tarjetas y fundas de regalo en fechas especiales para cubrir el estudio de campo realizado que es favorecedor. Dado este resultado se demuestra que si es posible realizar la producción del papel reciclado.

Siguiendo con la otra variable se estable lo siguiente:

Tabla 33: Nivel de ingresos \* fuente nueva de empleo

	IESS		remuneración	Décimo y cuarto sueldo		Comisiones	
	IESS	no contestó	remuneración	decimo y cuarto sueldo	no contestó	comisiones	no contestó
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Nivel ingresos 200-300	4	9	13	8	5	13	0
400-500	0	1	1	0	1	0	1
no contestó	1	0	1	1	0	1	0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Se determina que el nivel de ingreso mensual de los recicladores está previsto entre 200-300 en su mayoría, por lo que se puede identificar claramente que no tienen un buen nivel de ingresos mensuales, por lo tanto, se comprueba que afecta directamente en sus ingresos, dado así que las personas dedicadas a la recolección están dispuestas a cambiarse a otra fuente de ingresos en donde información recabada se establece que ellos quieren que les ofrezca esta fuente de empleo remuneración más beneficios de ley, por ende lo que más prevalece en el tabla 73 remuneración y comisiones.

Para ultimar, se determina que la producción del papel reciclado en la ciudad de Tulcán, si incide directamente en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección ya que la ciudadanía si está dispuesta a comprar productos de papel reciclado y por ende los recicladores se benefician por razón de que ellos están dispuestos a cambiarse de fuente de empleo, por ende si se

podrá mejorar los ingresos de estas personas y a su vez su calidad de vida. Para finalizar podemos expresar que es factible hacer el desarrollo de la creación del proyecto de factibilidad de una microempresa productora de productos de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, y mejorando los ingresos de las personas dedicadas a la recolección.



## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 CONCLUSIONES.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de campo se concluye que:

- Después de haber culminado con el análisis de la investigación de campo se determina que existen gustos y preferencias por los productos de papel reciclado, por ende, en la información por las personas de Tulcán estipulan que el 73% están de acuerdo en comprar productos de papel reciclado, en los que estarían los más vendidos las tarjetas y las fundas de regalo.
- Según las preferencias de compra de las personas tulcaneñas afirman acerca de los productos de papel reciclado les gustaría encontrar aspectos como buena calidad, diseño innovador y sobre todo les gustaría comprarlo por ayudar al cuidado del medio ambiente, dicho esto podemos observar que la población ya se encuentra concientizando con el cuidado al entorno en donde vivimos.
- De acuerdo a la investigación de campo los tulcaneños establecen precios desde 0,20 (veinte centavos) hasta \$1 (un dólar) en los productos de tarjetas y fundas, sabiendo que nuestro cantón les gusta comprar productos en los que se comprendan las denominadas tres b: bueno, bonito y barato, y esto lo enfatizan en la encuesta realiza.
- Acorde con el comportamiento de lugar de compra afirman que les gustaría comprar los productos de papel reciclado en lugar exclusivo referido al reciclaje, y además les gustaría encontrarlos en locales comerciales establecidos, es por ello que la empresa estaría dispuesto a abrir un local sólo de los productos. Además las personas tulcaneñas les gustaría recibir información acerca de los productos de papel reciclados mediante la televisión y las redes sociales como Twitter, Facebook que son las más conocidas.

- Para concluir las personas de la ciudad de Tulcán en su mayoría no conocen un lugar donde realicen productos de papel reciclado, es por ello que no existe una competencia directa para la producción de papel reciclado.
- Con respecto a la población recicladora se establece que se trabajan bajo relación de dependencia, pero que estas personas no se encuentran aseguradas, ni mucho menos perciben el sueldo básico unificado, por lo tanto después de la información levantada se determina que ellos están dispuestos a trabajar con otra nueva fuente de empleo en donde les ofrezcan como principal remuneraciones, IESS, décimo tercer sueldo y comisiones.

#### **4.2 RECOMENDACIONES.**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de productos de papel reciclado en la ciudad de Tulcán.
- Considerar como proveedores directos a los recicladores en lo que se realice un contrato notariado, estableciendo remuneración y cantidad de la materia prima que se recolectara diariamente.
- Realizar un estudio técnico en donde se verifiquen el aspecto de la empresa de productos de papel reciclado.
- Realizar análisis de impactos socioeconómicos, ambientales, y en lo posible establecer acciones de prevención impactos ambientales que se generen en el desarrollo del proyecto.
- Diseñar un plan comercial en donde se estipule la publicidad para dar a conocer los productos de papel reciclado a la ciudadanía tulcanaña.
- Recomendamos hacer un estudio económico con el fin de saber la inversión que se proyectará para dicho estudio, en el cual se va a determinar todo aquel costo necesario para la creación de la empresa productora de papel reciclado.

## 5. PROPUESTA

### 5.1. TÍTULO.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN DE PAPEL RECICLADO EN LA CIUDAD DE TULCÁN.

### 5.2. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.



Figura 25: Modelo operativo

Fuente: Baca, Gabriel (págs. 5,6,7)

### 5.3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 5.3.1. Análisis PEST.

##### **POLÍTICO y LEGAL.-**

En relación con la producción de papel reciclado y darle la transformación a la misma existe ventajas y desventajas:

- Facilidad de créditos para micro empresas, de parte del gobierno a través de FODEMI que incentiva la creación de microempresas, además colabora con insumos para el desarrollo del proyecto empresarial.

- En el código de la Producción (2010) establece que ayudará a fomentar la producción nacional de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización. Por lo tanto el orden gubernamental está de acuerdo con el desarrollo empresarial.
- El ministerio de industrias y productividad tiene como objetivo impulsar el desarrollo de las industrias y los artesanos, a través de formulación de políticas, planes, programas y proyectos, incentivando la producción de bienes y servicios en armonía con el medio ambiente.
- El ministerio del ambiente tiene como uno de sus objetivos incorporar los costos y beneficios ambientales y sociales en los indicadores económicos, que permitan priorizar actividades productivas de menos impacto y establecer mecanismos de incentivo adecuados.

#### **ECONÓMICO.-**

1. En el Ecuador, para el año 2014 la UIEM estima una tasa de crecimiento de 4,03%. Esta tasa es cercana al 4,04% estimado por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y también a la del Banco Central del Ecuador que proyecta una tasa de 4,05%, por lo tanto el país está en buena ampliación económica.
2. En el sector norte del país tiene diversos factores que inciden como la inflación actual en el Ecuador del 3,98% anual hasta octubre del 2014 según el Banco Central del Ecuador, debido a esto influye a la inestabilidad de precios con respecto a la materia prima e insumos para la producción del papel reciclado.
3. Uno de los puntos a favor es que en el país existen fuentes de financiamiento que son fáciles y rápidas de acceder, como por ejemplo la CFN que ayuda con financiamientos al sector productivo con el afán del desarrollo productivo.

#### **SOCIAL y CULTURAL.-**

1. En la ciudad de Tulcán existe poca sensibilidad al reciclaje, debido a estos existen campañas de reciclaje para incentivar a la

ciudadanía al mismo, ya que este es la materia prima del producto a expender.

2. Informalidad en muchos lugares del país donde existen recicladoras desorganizadas.
3. Estilos de vida cambiantes, debido a la conciencia de la importancia del reciclaje.

### **TECNOLÓGICO**

1. Para el desarrollo del producto es necesario de una tecnología para el procesamiento de la basura, por lo tanto esta debe importarse desde China.
2. Maquinarias de baja contaminación y alto rendimiento, son ofrecidos en mercados extranjeros.

## 5.3.2 Análisis Del Micro-entorno

### 5.3.2.1. ANÁLISIS FODA

Tabla 34.- Matriz MEFI

<b>FACTOR A ANALIZAR</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Precio, calidad y confiabilidad del producto.	0,1	4	0,4
Diseños personalizados en el producto diferentes de la competencia.	0,05	3	0,15
Durabilidad del producto	0,1	3	0,3
Especialidad en el diseño técnico.	0,08	4	0,32
Ventas personalizada	0,07	4	0,28
Será la única empresa comercializadora de este producto a nivel local debido a que en la ciudad de Tulcán no se encuentra con competencia alguna de nivel industrial.	0,3	4	1,2
<b>DEBILIDADES</b>			
Deficiencia en infraestructura de servicios básicos que originan	0,1	4	0,4

problemas de contaminación ambiental.			
No reconocimiento actual de la marca	0,1	3	0,3
Poco conocimiento en los procesos para la elaboración de los productos.	0,1	4	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,75</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Después de haber efectuado la matriz MEFI se determina que las fuerzas de la empresa es favorable contra las debilidades con un peso ponderado de 2,65 a 1,1 de debilidades.

Tabla 35.- Matriz MEFE

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Reciclaje de la principal materia prima	0,2	4	0,8
Gustos y preferencias del cliente.	0,15	3	0,45
Se puede desarrollar nuevos productos	0,1	3	0,3
Expansión de mercado.	0,1	4	0,4
Los consumidores están dispuestos a pagar por productos reciclados	0,1	4	0,4
<b>AMENAZAS</b>			<b>2,35</b>
Falta de voluntad política en incentivos para el apoyo de las PYMES en el sector industrial	0,1	4	0,4
La competitividad de la calidad y costos de los productos.	0,15	3	0,45
Perdida de ventas con referencia a productos sustitutos.	0,1	2	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,40</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

De acuerdo a la matriz MEFE en donde analizamos las oportunidades y las amenazas con lo referente al factor externos podemos mencionar que tenemos buenas oportunidades para la empresa con 2, 35 contra 1,05 de amenazas, por lo tanto, se concluye que la empresa tiene oportunidades en el sector externo.

A continuación se detalla las estrategias:

Tabla 36: estrategias

	<b>Fuerzas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Precio, calidad y confiabilidad del producto.</li> <li>-Diseños personalizados en el producto diferentes de la competencia.</li> <li>-Durabilidad del producto.</li> <li>Espacialidad en el diseño técnico.</li> <li>-Ventas personalizadas.</li> <li>-Será la única empresa comercializadora de este producto a nivel local debido a que en la ciudad de Tulcán no se encuentra con competencia alguna a nivel industrial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Deficiencia en infraestructura de servicios básicos que originan problemas de contaminación.</li> <li>-No reconocimiento actual de la marca.</li> <li>-Poco conocimiento en los procesos para la elaboración de productos.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<p>Estrategias FO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los gustos y preferencias del cliente ayudaran a desarrollar nuevos productos con diseños personalizados diferentes de la competencia. (O2-O3-F2).</li> <li>-La empresa de producción de papel reciclado será la única a nivel local, lo cual este factor ayuda a la expansión del mercado y el desarrollo de nuevos productos. (F6-O3-O4)</li> <li>-Los productos de papel reciclado tendrán un buen precio, calidad y confiabilidad del mismo, lo que hace que los consumidores estén</li> </ul>	<p>Estrategias DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Para obtener un reconocimiento de la marca los productos nuevos, se basarán en los gustos y preferencias del cliente. (O2, O3, D2)</li> <li>- A medida que se conocerán los gustos y preferencias del cliente se estará teniendo mayor conocimiento acerca del proceso de la elaboración del producto. (O2-D3)</li> <li>-Para ayudar a la deficiencia de la infraestructura de los servicios básicos que originan problemas de contaminación ambiental se</li> </ul>

	<p>dispuestos a pagar por este producto. (F1-O5)</p> <p>-Se ofrecerá ventas personalizadas con un especialista en diseño técnico para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes. (F5-F6-O2)</p>	<p>compensará con el reciclaje ya que este es la principal materia prima de los productos a expender. (O1-D1)</p>
<p><b>Amenazas</b></p> <p>-Falta de voluntad política en incentivos para el sector de las PYMES en el sector industrial.</p> <p>-La competitividad de la calidad y costos de los productos.</p> <p>-Perdida de ventas con referencia a productos sustitutos.</p>	<p>Estrategias FA</p> <p>-Para contrarrestar la competitividad de la calidad y costos de los productos, se realizarán ventas personalizadas con un especialista en el diseño técnico, en donde permita realizar diseños personalizados en el producto diferentes de la competencia. (A2-F2- F4- F6)</p> <p>-Para incentivar la voluntad política en incentivos a la parte industrial, se desarrollara la empresa comercializadora dentro de la localidad, demostrando así, que si es beneficioso para el desarrollo de la ciudad. (A1-O6)</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>-Ser una marca reconocida a nivel local con competitividad en calidad y costos de productos. (D2-A2).</p> <p>-Adquirir mayor conocimiento en el proceso de la elaboración de los productos para estar penetrante de los productos sustitutos. (D3-A3)</p> <p>-Obtener un incentivo gubernamental para una infraestructura de calidad que ayude a la no contaminación del medio ambiente. (A1-D1)</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.3.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA

#### 5.3.3.1 Segmentación del mercado.

El producto de papel reciclado, está enfocado a un segmento de la localidad, ellos son los ciudadanos de la ciudad de Tulcán, pertenecientes al sector urbano, de clase social media, media alta sin discriminación racial alguna, ideologías religiosas, con comportamiento bueno referente al producto. La información antes mencionada se detalla de la siguiente forma:



Tabla 37: Segmentación de mercado e innovación

<b>Geográfico</b>	Se encuentra en el país de Ecuador, región sierra, provincia del Carchi, cantón Tulcán, frontera con Colombia y su población está comprendida en 86498 habitantes (INEC)
<b>Demográfico</b>	Son de nacionalidad ecuatoriana, diferentes razas, comprendidas en las edades de 15 a 46 años, de género masculino y femenino.
<b>Pictográfico</b>	Su clase social está comprendida en media y media alta, con un estilo de vida buena.
<b>Comportamiento</b>	La actitud de las personas con referente a los productos de papel reciclado después del levantamiento de información se considera que es buena.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Para determinar la demanda para el proyecto, se va utilizar una técnica cualitativa de pronóstico de la demanda, en el que se ha de emplear la técnica de investigación de mercado.

Chase y Jacobs:

“La investigación de mercados se utiliza sobre todo para la investigación de productos con el objetivo de buscar nuevas ideas, conocer los gustos y disgustos relacionados con los productos existentes, los productos competitivos preferidos en una clase en particular, etc. Una vez más los métodos de recopilación de datos son sobre todo encuestas y entrevistas.” (pág. 508).

De acuerdo a estos autores se obtiene los resultados de la encuesta en que el 73%, es decir que 63144 habitantes de la ciudad en Tulcán de los encuestados se encuentran dispuestos a adquirir productos de papel reciclado a base de papel, y apenas un 27% indican que no estarían dispuestos a adquirir,

Acorde a las preferencias de la población uno de los productos apreciados son las fundas de papel reciclado con un 45% de aceptación y en primer lugar el producto más deseado son las tarjetas con diferentes motivos con un 51% de aceptación, mientras que el resto de la población prefiere diferentes objetos hechos a base de papel reciclado.

Es así nuestra demanda anual es de 6736 unidades de productos de papel reciclado, mientras que nuestra capacidad instalada nos permite fabricar más de lo mencionado dando así que se producirá mensualmente 2136 unidades, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 38: Demanda Actual

	FRECUENCIA	CANTIDAD	TOTAL ANUAL
Diariamente	360	7	2520
Semanalmente	52	39	2028
Mensualmente	12	178	2136
Anualmente	1	52	52
<b>TOTAL</b>			<b>6736</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.3.3.2. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se tomará en cuenta el porcentaje del crecimiento intercensal que es del 1,52% establecido por el INEC 2010, además se utiliza la fórmula del monto:

$$M = C(i + 1)^n$$

Donde:

M: demanda

C: número de individuos

i= crecimiento poblacional

n=número de periodos.

**Tabla 39:**  
**Proyección de la demanda**

Demanda Proyectada				
Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
7320	7431	7544	7659	7775

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.3.3.3 Análisis de la Oferta

Para fines del desarrollo de la propuesta se determina que utilizaremos el tipo de oferta competitiva por lo que a continuación se describe como se utilizará:

La competencia en la fabricación de productos de papel reciclado se podría considerar en poca participación debido a que es un segmento de mercado poco atendido en la provincia y en el país. Cabe mencionar que los productos que se ofrece con referente a nuestra competencia indirecta serían las papelerías y bazares de estos productos, no enfocan su trabajo como se lo pretende realizar en nuestro proyecto, porque la mayoría de los casos compran productos y los comercializan.

### 5.3.4 Proyección De La Oferta

Para la determinación de la oferta se ha efectuado en base a la competencia indirecta de la ciudad de Tulcán como veremos en la siguiente tabla:

**Tabla 40: oferta por competencia**

	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
<b>Papelería Mantilla</b>	677	688	698	709	720
<b>papelería La española</b>	677	688	698	709	720
<b>Papelería Pichincha</b>	658	669	679	689	700
<b>Total</b>	2013	2044	2075	2107	2140

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

A continuación presentaremos la tabla de la proyección de la oferta según datos proporcionados por la competencia indirecta para el año 1, y para los demás años se utilizó el mecanismo de cálculo de crecimiento que es del 1,52%:

<b>Tabla 41: OFERTA PROYECTADA</b>	
<b>Año</b>	<b>Oferta</b>
<b>1</b>	2140
<b>2</b>	2173
<b>3</b>	2206
<b>4</b>	2239
<b>5</b>	2273

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Por último la tabla de la demanda insatisfecha, para obtener dicha tabla restamos la oferta proyectada menos la demanda proyectada y obtenemos lo siguiente:

Tabla 42: Demanda insatisfecha

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>DI</b>
<b>1</b>	2140	7320	-5180
<b>2</b>	2173	7431	-5259
<b>3</b>	2206	7544	-5338
<b>4</b>	2239	7659	-5420
<b>5</b>	2273	7775	-5502

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## 5.4. ESTUDIO TÉCNICO

### 5.4.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta

El presente proyecto generará el desarrollo de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de papel reciclado, que de acuerdo con la demanda insatisfecha calculada en el estudio de mercado es de 4973 para el primer año, se debe recalcar que este dato es de acuerdo al noventa y seis por ciento de la demanda insatisfecha, se toma en cuenta este porcentaje ya que las fundas y tarjetas es un producto que si se puede cubrir casi toda la demanda del mercado objetivo, además, se cuenta con competidores indirectos (distribuidores de tarjetas y fundas): de igual manera la capacidad de la inversión con la que se cuenta es baja, por lo cual se determina que podemos tomar este porcentaje de demanda para abastecer con calidad, eficiencia y eficacia.

Tabla 43: cubrimiento del mercado

<b>Año</b>	<b>DI</b>	<b>Capacidad Instalada</b>
<b>1</b>	-5180	-4973
<b>2</b>	-5259	-5048
<b>3</b>	-5338	-5125
<b>4</b>	-5420	-5203
<b>5</b>	-5502	-5282

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Como podemos darnos cuenta la demanda insatisfecha es negativa por lo tanto hay necesidad de cubrimiento del producto, por lo tanto se cubrirá el 96% debido al estudio realizado.

#### 5.4.1.1 Factores Determinantes Del Tamaño Del Proyecto

- **Condicionantes del mercado.-** el mercado es uno de los factores más importantes, ya que al conocer la demanda proyectada de tarjetas y fundas de papel, se puede determinar el tamaño óptimo de la planta productora debido a que tenemos un buen rendimiento de la demanda proyectada para el año 2015 que es de 7431 productos para el mercado tulcanense.
- **Disponibilidad de mano de obra.-** con respecto a los trabajadores existen personas especializadas en el reciclaje, por lo cual, este proyecto tiene la intención de mejorar los ingresos en las personas dedicadas al reciclaje y ofrecer nuevas fuentes de empleo para reciclar y manejo maquinarias.

#### 5.4.2 Capacidad instalada

Una planta equipada con la maquinaria y equipo necesario para el procesamiento de los productos de papel reciclado, las maquinarias estarán operando las 8 horas al día, 20 días al mes, la maquinaria procesará el 100% ya porque lo que se llama desperdicio para unos, para nosotros es nuestra materia prima, tomando en cuenta que la maquinaria está determinada por la producción más alta de una determinada área de producción.

#### 5.4.3 Capacidad de la maquinaria

Para poder determinar la capacidad instalada real de procesamiento y el número de maquinaria y equipo necesario para la producción de papel reciclado en el periodo de producción del proyecto 2014-2018, se utilizó algunos conceptos básicos

Tabla 44: Índice de mantenimiento de la maquinaria

<b>HORAS TOTALES</b>	
<b>Semanas al año</b>	48
<b>horas por semana</b>	40
<b>Horas disponibles =(semanas año*horas por semana)</b>	1920
<b>horas programadas</b>	480
<b>índice horas de mantenimiento=(h. programadas/ h. disponibles)</b>	0,25
<b>Imprevisto</b>	0,01
<b>porcentaje maquinaria no es utilizada(h .mantenimiento + imprevistos)</b>	26%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Tabla 45: número maquinaria 2014

DESCRIPCIÓN	TASA REGULAR (u/h)	TASA DE UTILIZACIÓN	TASA REAL	HORAS TRABAJADAS AL AÑO	CAPACIDAD REAL	UNIDADES DE PRODUCTOS A PRODUCIR	N° de máquinas
HYDRAPULPER	300	74%	222	1920	426240	4973	0,01
REFINADOR	300	74%	222	1920	426240	4973	0,01
MAQUINA PARA TARJETAS	225	74%	166,5	1920	319680	4973	0,02
BALANZA INDUSTRIAL	200	74%	148	1920	284160	4973	0,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Después de observar la tabla anterior se determina que el número de maquinarias es menor que uno por lo tanto se requiere cada uno de las máquinas en el proceso de producción.



### 5.4.3.1 Maquinaria y equipo

#### **Selección de la maquinaria y tecnología.-**

Para poder seleccionar la maquinaria se hizo un previo estudio en donde se determina el costo de operación, combustibles e insumos de la maquinaria, mantenimiento, estos factores son para la vida útil de proyecto y el costo de instalación necesaria para la producción del papel reciclado.

#### **Descripción de la maquinaria y equipo.-**

Para la selección de la maquinaria adecuada se realizó un estudio previo con referente a costo de operación, costos de mantenimiento y los costos de instalación de la maquinaria, pero sobre todo el manejo adecuado al proceso de producción y transformación del papel reciclado.

Tabla 46: Maquinaria y Equipo

<b>MÁQUINA</b>	<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>
<b>HYDRAPULPER ZDS</b>	La máquina Hydrapulper es de modelo ZDS, es de grado automático con certificación ISO y es computarizada, conveniente para la separación de la fibra, purificación del material líquido grueso y seleccionan el equipo grueso que reduce a pulpa, puede trabajar continuamente o intermitentemente con diversos métodos que reducen a pulpa de pulpa química, pulpa semiquímica, tarjeta de la pulpa (comida), papel perdido mercancías y así sucesivamente. El tipo de impulsor es una turbina de ahorro de energía, diseñada con las agencias, para que la placa del impulsor que desgasta y de tamiz guarde la separación de 0.5-1.5 milímetros. La parte inferior de la tina con la estructura especial puede asegurar el establecimiento eficaz y la eliminación de las impurezas pesadas.
<b>REFINADOR</b>	La máquina refinadora es de modelo ZDP450, sirve para moler las varias pulpas, el equipo se puede utilizar una vez o también se puede arreglar en una serie. Utilidad de electricidad de 37 kw.
<b>MÁQUINA PARA TARJETAS Y FUNDAS</b>	La máquina de tarjeta es de modelo primacy, de resolución 300 * 300dpi, imprime hasta 225 tarjetas / hora en color, 850 tarjetas / hora en monocromo,

**BALANZA INDUSTRIAL**

Balanza de piso de acero lacado, dimensiones de la plataforma: 1000 x 1000 mm / rango hasta 1500 kg / función de suma y función cómputo de piezas. Alimentación a través del adaptador de red, con certificación ISO.

Fuente: Alibaba, mercado libre.

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## 5.4.4 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

### 5.4.4.1 Macro localización.-

La planta procesadora de productos de papel reciclado, estará localizada en la provincia del Carchi, cantón Tulcán, con una extensión de 1.670,03 Km<sup>2</sup>, con altura de 2.957 m.s.n.m., con una Temperatura promedio de 11.5°C. (GADPC, 2013). En la ciudad de Tulcán un 85% se dedica al comercio con el vecino país del norte.

Con los antecedentes antes mencionados nos atrevemos a decir que la provincia del Carchi en especial la ciudad de Tulcán, es un lugar estratégico para la disponibilidad de la materia prima, medios y costos de transporte, disponibilidad de mano de obra y sobre todo el área ambiental en donde la fabricación no contamine a los ciudadanos.



Figura 26: Mapa del Cantón Tulcán

Fuente: Google Maps (2014).

#### 5.4.4.2 Microlocalización.-

Para determinar la localización de la planta procesadora de productos de papel reciclado se ha elegido el método cualitativo por puntos a continuación se demuestra la tabla:

Tabla 47: Método Cualitativo por puntos

FACTOR	PESO	NORTE		CENTRO		SUR	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
<b>MP Disponible</b>	0,45	8	3,6	4	1,8	5	2,25
<b>MO Disponible</b>	0,2	7	1,4	6	1,2	3	0,6
<b>Costo insumos</b>	0,15	3	0,45	9	1,35	5	0,75
<b>Cercanía al mercado</b>	0,15	6	0,9	9	1,35	7	1,05
<b>Incentivos municipales</b>	0,05	9	0,45	8	0,4	2	0,1
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>6,8</b>		<b>6,1</b>		<b>4,75</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Para la toma de la decisión se basa en la suma de la ponderación y esto da la importancia relativa del lugar de ubicación de la planta procesadora de productos de papel reciclado.

De acuerdo a la tabla anterior se da que la ubicación para la planta de productos de papel reciclado por la disponibilidad de la materia prima en especial, la planta estaría ubicada en la zona norte, es por ello que se ha decidido ubicarla geográficamente en la ciudadela Tajamar Regalado Manzana 4, de 90 metros cuadrado de la ciudad de Tulcán, a continuación se presenta un mapa geográfico de la planta.

### 5.4.4.3 MAPA DE UBICACIÓN DE LA PLANTA PROCESADORA

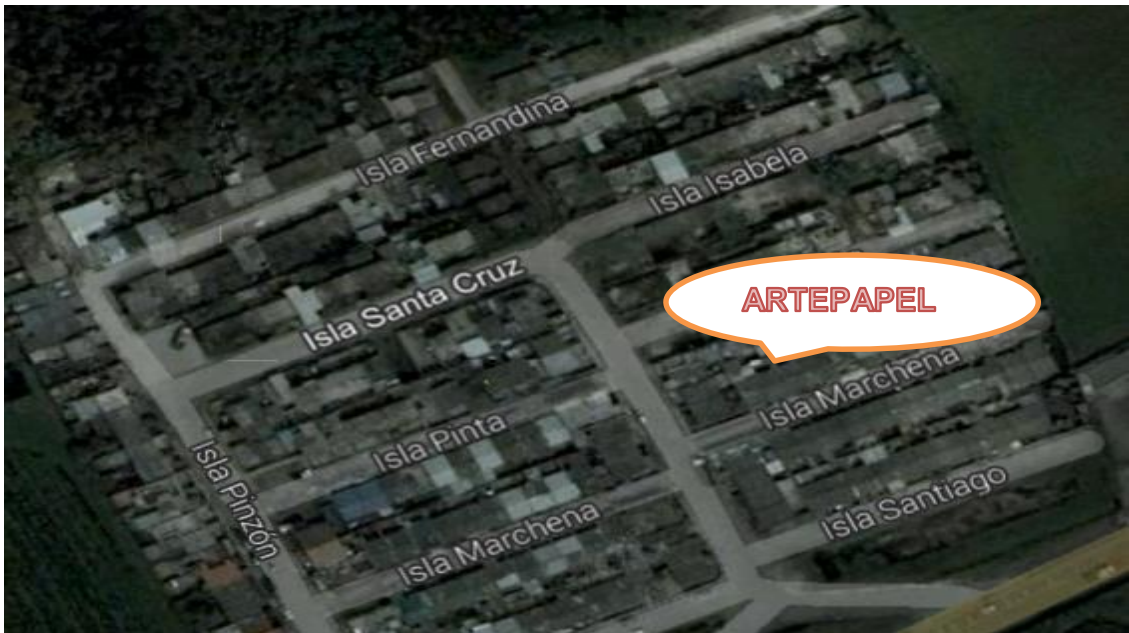


Figura 27: mapa de la industria.

Fuente: Google Maps (2014)

De igual manera se desarrolló el mismo método para la ubicación del local comercial en donde estará situado en la avenida Simón Bolívar y calle Junín en el centro de la ciudad, y la ubicación facilita el fácil acceso a los clientes.

Tabla 48: Método Cualitativo por puntos

FACTOR	PESO	Calle Simon Bolivar y 10 de Agosto		Calle Simon Bolivar y Junin		Calle Rafel Arellano y Garcia Moreno	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
comercialización	0,5	8	4	8	4	7	3,5
reconocimiento	0,2	8	1,6	9	1,8	9	1,8
Costo	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
cercanía al cliente	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
Incentivos municipales	0,05	3	0,15	4	0,2	2	0,1
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>7,3</b>		<b>7,55</b>		<b>6,95</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

#### 5.4.4.4 MAPA DE UBICACIÓN DEL LOCAL COMERCIAL

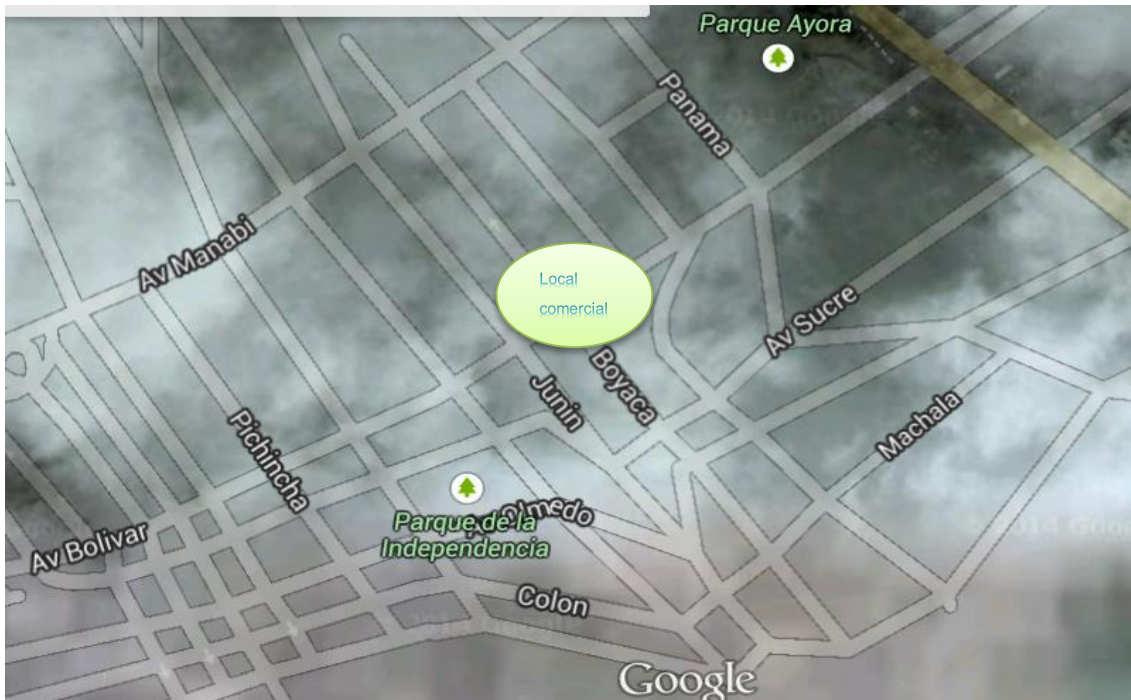


Figura 28: Mapa local comercial

Fuente: Google Maps (2014)

#### INGENIERIA DEL PROYECTO

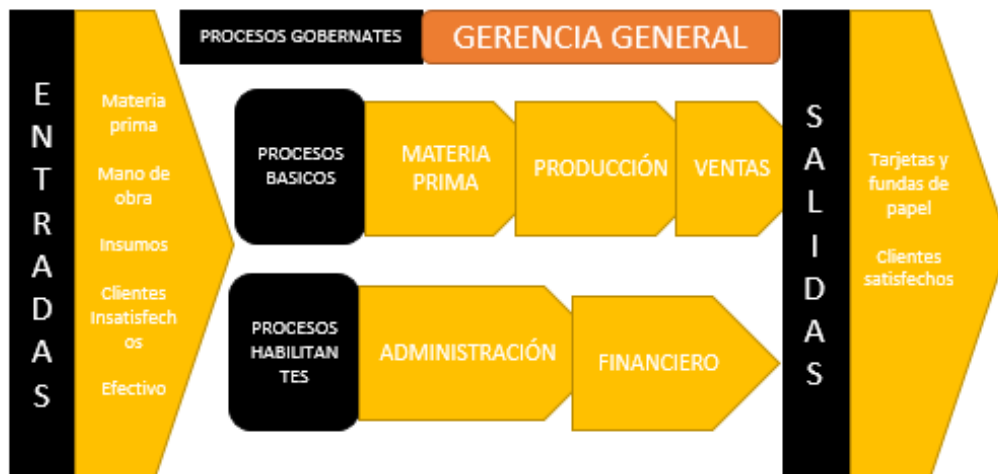


Figura 29: ingeniería

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.4.5 Diseño del Producto

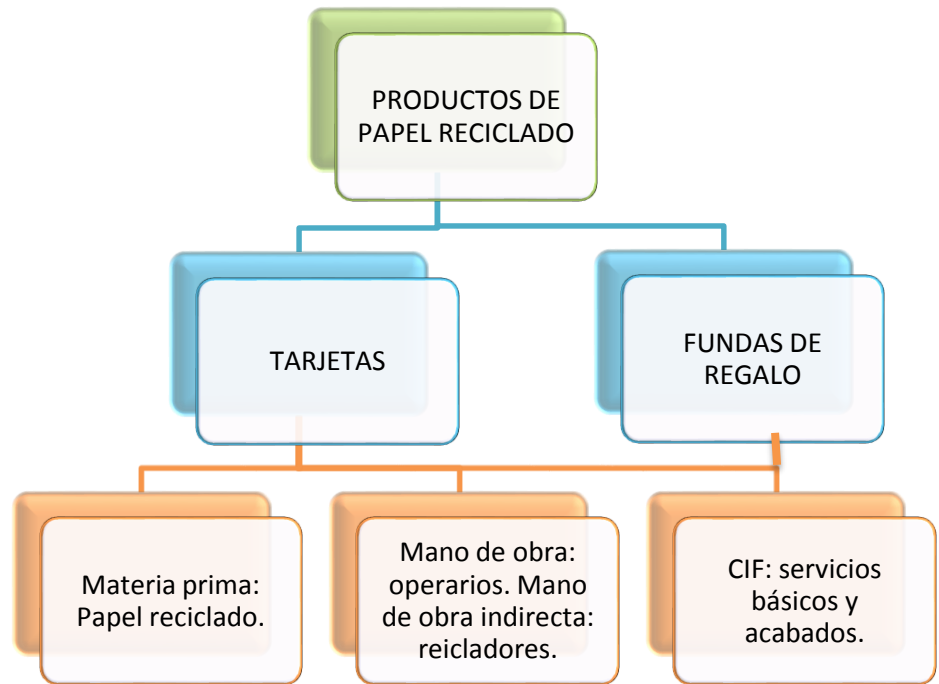


Figura 30. Árbol de productos

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

El diseño de nuestros productos está enfocado en la distinción, elegancia y confort, es por ello que contiene una estructura hecha a base de papel con acabados luminosos, colores vivos y alegres que realcen el modelo del producto, además de ello contendrá la marca de fabricación es decir el logotipo que identifica a la Pyme.

#### 5.4.5.1 Función

Las fundas de papel están diseñadas para diferentes fechas en donde se pueda utilizar como detalles de regalo para la oficina o el hogar brindando elegancia y complementando los ambientes transmitiendo una sensación de bienestar y armonía. Otro producto son las tarjetas para todo tipo de ocasión que están diseñadas para obsequios o regalos en fechas especiales como por ejemplo navidad, el día de la madre; y para compromisos de todo tipo como cumpleaños, o fechas memorables, al ser



de carácter industrial contienen diseños especiales los mismos que fomentan a la población al consumo de estos objetos hechas a través del reciclaje que fomentan la conciencia social.

#### 5.4.5.2 Características Físicas

##### Diseño

Los productos hechos con una base de pasta de papel contendrán accesorios que le brindan un acabado excepcional como las semillas recolectadas, hojas, flores, junto con otros materiales de diseño como escarcha o brillantina, con diversidad de colores de acuerdo a la ocasión, a los gustos y necesidades del cliente, a través de un prototipo el cliente puede escoger si desea alguna modificación o algún detalle específico en su producto. Cada producto de acuerdo a los requerimientos del cliente contará con características especiales que lo harán único.

A continuación se muestra el prototipo del diseño estándar de los productos de mayor demanda, como son:



Tarjetas con motivos para todo tipo de ocasión:

Medidas:

Pequeña: 9 cm \* 12 cm

Mediana: 12 cm \* 15 cm

Grande: 12 cm \* 18 cm



Fundas para regalos con diferentes motivos

Medidas:

Pequeña: 11 cm \* 15 cm

Mediana: 18 cm \* 23 cm

Grande: 19 cm \* 30 cm

#### **5.4.5.2 Incidencia De Los Estándares De Calidad**

La calidad de los productos es un factor clave y se mide a través de la rigurosidad y el cuidado que se le presta en los diferentes procesos que permiten obtener productos excelentes en donde el cliente puede lograr total seguridad y confianza de adquirir un producto bueno, bello y útil.

Como toda empresa responsable los productos contarán con el respaldo de un año de garantía lo que indica que con un trato adecuado al producto el usuario puede gozar de todos sus beneficios por un tiempo más prolongado, este tipo de garantía se encuentra respaldada por la importancia que se le da a los acabados y los diseños que le brindan al cliente una sensación de bienestar y emoción, con diseños que representen verdaderas obras de arte y estilo, moderno y contemporáneo.

La actividad del proyecto no sólo consta de la elaboración y la venta de productos, sino que también cuenta con un valor adicional que es la asesoría, la entrega a domicilio y la venta por catálogo, modalidades que serán manejadas a través de una planificación preestablecida, con cronogramas de tiempo que permitirá ser los primeros y los mejores, y de esta manera poder alcanzar los objetivos como son la de obtener clientes siempre satisfechos.

#### **5.4.5.3 Marca Y Posicionamiento**

##### **Etiqueta, Marca y Logotipo**

La etiqueta posee el logotipo con el nombre de la Pyme como es ArtePapel, denominado de esta manera por el tipo de producto que ofertamos y el elemento esencial que es el papel reciclado que ya no se utiliza y tanto contamina el ambiente ya que no se le da una utilidad, a más de ello nuestra marca contiene grafismos y colores especiales que identifican una campaña de productos hechos a base de papel en donde el consumidor puede percibir que se trata de un producto ambiental derivado de una campaña de reciclaje de papel. Es por ello que posee en la parte



superior derecha un logotipo ambiental que le brinda una imagen más característica al logotipo.

Amas de ello posee una frase que identifica a todos nuestros productos como es: “la magia y calidez que te acompañan” la cual le da mayor realce a la marca



#### 5.4.5.4 Significado del eslogan por palabra:

**La magia.-** se refiere a la transformación que se le da al papel reciclado.

**Papel.-** base por la cual se hacen los productos.

**Que te acompaña.-** es la ocasión a la cual está destinado el producto final.

#### 5.4.5.5 Empaque, envase y presentación

##### **Empaque**

En el caso de las tarjetas y fundas tendrán un logotipo de nuestra empresa que les brindara una identidad; el empaque de las mismas estará elaborado con sobres hechos a base de la pulpa de papel que le darán un efecto de elegancia.

#### 5.4.5.6 Usos del Producto

**Tarjetas con diferentes motivos y fundas de papel.-** Se pueden usar para regalar a otras personas en fechas especiales como el día de la madre, día de San Valentín, navidad, cumpleaños o para regalar a otra persona, como cartas de presentación.

#### 5.4.5.7 Análisis de Precios

Los precios se establecen en base a los insumos necesarios para la elaboración de cada producto, también tomamos en cuenta los precios establecidos de nuestra competencia, es decir las empresas de artesanías hechas de diferentes materiales y tomando como consideración la opinión de nuestros consumidores a través de un estudio de mercado por la encuesta.

#### Tarjetas con Diferentes Motivos



El costo por tarjeta estándar de acuerdo a los insumos necesarios para la producción es de 0,60 centavos hasta un 1,50 USD. El precio variará dependiendo del tamaño de la tarjeta de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

## Fundas de Regalo



El precio de la funda estándar es de 0,90 centavos hasta 2,25 USD. El precio variará dependiendo del tamaño de la funda de acuerdo a los requerimientos de los clientes. Es decir que una funda de 19 cm x 30 cm costará 2,25 USD., Mientras que una funda de mayores medidas aumentara también en su precio de venta, cabe recalcar que los precios pueden variar en un 25 a un 50% dependiendo del tamaño y de los acabados de las mismas.

## Tarjeta pequeña



Costo por unidad  
US\$ 0.60 USD.

### 5.4.5.8 Precio de Venta de la Competencia

El precio de venta de la competencia para las tarjetas a base de diferentes tamaños y técnicas está entre los 3 y 7 dólares, valores recolectados a base de la técnica de observación.

**Utilidad por Producto:** la utilidad por producto después de haber determinado el costo de ventas como se puede observar en el plan financiero y en concordancia con el estudio realizado a la población muestra la misma que está dispuesta a pagar hasta un máximo de 5 dólares, es así que se ha determinado como lo más conveniente tanto para la microempresa, pensando en nuestros clientes y de acuerdo a su economía un 50% ya que al ser un producto nuevo en el mercado tulcanense queremos formar parte del mercado.

Tabla 48: PRECIOS ANUALES

PRODUCTOS	PRECIO (en dólares por unidad)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FUNDAS	\$ 4,65	\$ 4,84	\$ 5,05	\$ 5,26	\$ 5,48
TARJETAS	\$ 3,30	\$ 3,44	\$ 3,58	\$ 3,73	\$ 3,89
<b>TOTAL</b>	\$ 7,95	\$ 8,28	\$ 8,63	\$ 8,99	\$ 9,37

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Los precios anuales estarán dado por un incremento anual del 4,19% tomando en cuenta el porcentaje de la inflación, y tomando en cuenta par posibilidades adquisitivas de la demanda.

## 5.4.6 MARKETING MIX

### 5.4.6.1 Producto:

**Descripción del producto:** tarjetas y fundas de papel reciclado para diferentes ocasiones preservando el medio ambiente.

**Atributos del producto:**

**Materia Prima:** Toda clase de papel reciclado como papel bond impreso, periódicos, papel cartón, entre otros, excepto papel higiénico.

**Formula:** Papel reciclado, conservantes, cloro y agua.

**Diseño:** son tarjetas y fundas en forma rectangular y cuadrada.

**Gama de tamaños:** existen diferentes tamaños entre ellos están pequeños, medianos y grandes.

**Marca:** se determina como una marca contribuyente al reciclaje como es ARTEPAPEL.

**Slogan:** La magia del papel que te acompañan

**Ciclo de vida:** se ubica en el segundo ciclo que es el crecimiento del mercado.

#### 5.4.6.2 PRECIO:

Uno de los principales objetivos destinados por la empresa son llegar al cliente con la determinación del precio accesible para su bolsillo debido a información relevante de campo echa anteriormente se determina que sus precios estarán entre los 0,60 centavos a 1,50 dólares para lo que es tarjetas, y para las fundas estarán comprendidas entre los 0,90 centavos hasta los 2,25 dólares.

#### 5.4.6.3 PLAZA:

Para la distribución utilizaremos el canal de distribución directo en el que será de la empresa a los consumidores, en el que después de la fabricación se colocara el producto en el local comercial y este a su vez expenderá los productos de papel reciclado al consumidor.

### REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Figura 30: canal de distribución

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

#### 5.4.6.4 PROMOCIÓN:

- Producir productos de calidad, que cumplan el comportamiento del consumidor para obtener mayor reconocimiento en el mercado local.
- Producir bajo pedido de manera que la producción total concuerde con la capacidad de las instalaciones.
- Buscar nichos de mercados insatisfechos para acaparar un mayor número de clientes.
- Ofrecer un servicio adicional de asesoramiento con una esmerada atención resolviendo dudas y satisfaciendo todas las necesidades de los clientes.
- Realizar una planificación donde incluya un cronograma establecido y ordenado de portafolio de clientes.

#### Campaña Publicitaria

- **Radio:** A través de espacios publicitarios se pretende dar a conocer todos los productos que vamos a ofrecer a nuestro mercado objetivo a diferencia de la competencia nuestros productos ofrecen innovación y ayuda al medio ambiente.
- **Internet en general:** a través de las páginas de redes sociales se va a publicitar los productos que va a ofertar la empresa, en donde la mayoría de compradores se encuentran en el mundo social del internet.

## 5.5 DISEÑO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

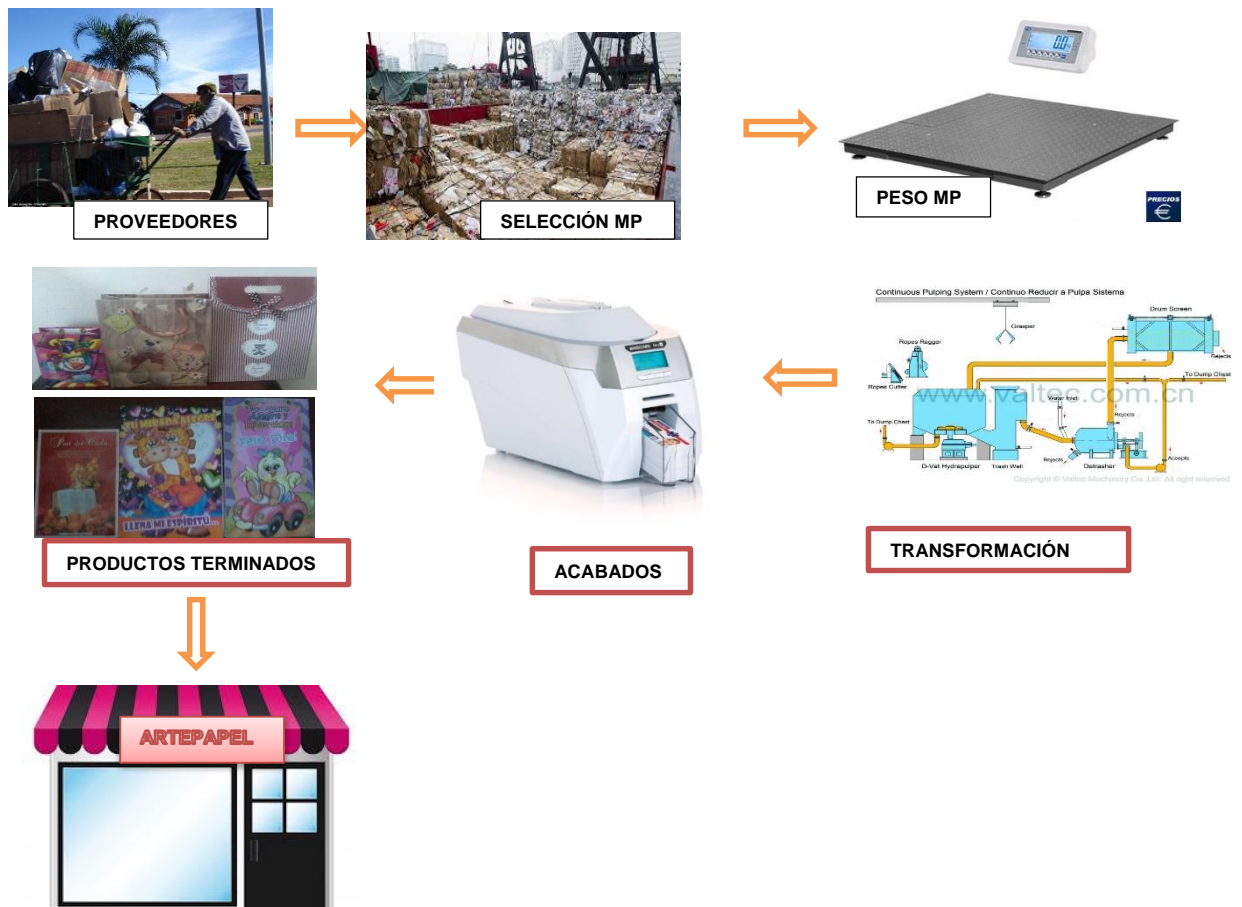


Figura 31: proceso de producción

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.5.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

**Recogida selectiva.-** los recicladores encuentran la materia prima en toda la ciudad ello la recogen en contenedores debidamente utilizando una vestimenta con seguridad industrial, además la recogen en los centros comerciales, hogares, instituciones públicas, privadas y educativas.

**Proveedores a la fábrica.-** una vez recogido toda la materia prima, los recicladores la llevan a la fábrica en donde se pesa la materia prima por cada reciclador y luego según lo que pese se le pagará semanalmente.

Este paso es importante ya este es el factor fundamental para la transformación del papel reciclado es por ello que la materia prima se la considera indispensable que sea de papel bond impreso, periodico, revistas, guias telefonicas, etc. Pero vale reaclacar que se excepta el papel higienico.

**Transformación de la materia prima.-** se procede a poner en la maquina Hydrapulper en donde se hace un proceso llamado pulper en donde se mezcla con agua y esta se transforma en pasta, luego pasa por una serie de procesos en la maquinaria, en donde hace una separacion de impurezas, luego se pasa en la maquina de papel por unos conductos en donde se conoce como caja de entrada, esto hace que salga en laminas por unos filtros con el fin de eliminar el agua paulativamente, luego pasa al rodillo secador se somete a temperatura no más de 120 grados centigrados, a continuacion se llega a los rodillos y salen la bobina de papel y por ultimo pasan a una fase llamada cortadora de papel y asi sale el papel listo.

**Acabados de la materia prima.-** para el acabado se procede a utilizar el papel listo y ponerlo en la maquina de serigrafia todo en uno, para darle un toque de pintura y graficas a las tarjetas y las fundas de papel, luego se somete a acabados extras de los productos.

**Productos terminados.-** Luego que el producto esta listo se especifican los acabados pertinentes y pasa por un control de calidad, antes de dejarlos para la venta.



## 5.5.2 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Un Flujoograma es una herramienta gráfica que permitirá visualizar los pasos del proceso de producción del papel reciclado.

Para lo cual se utilizara la siguiente simbología:

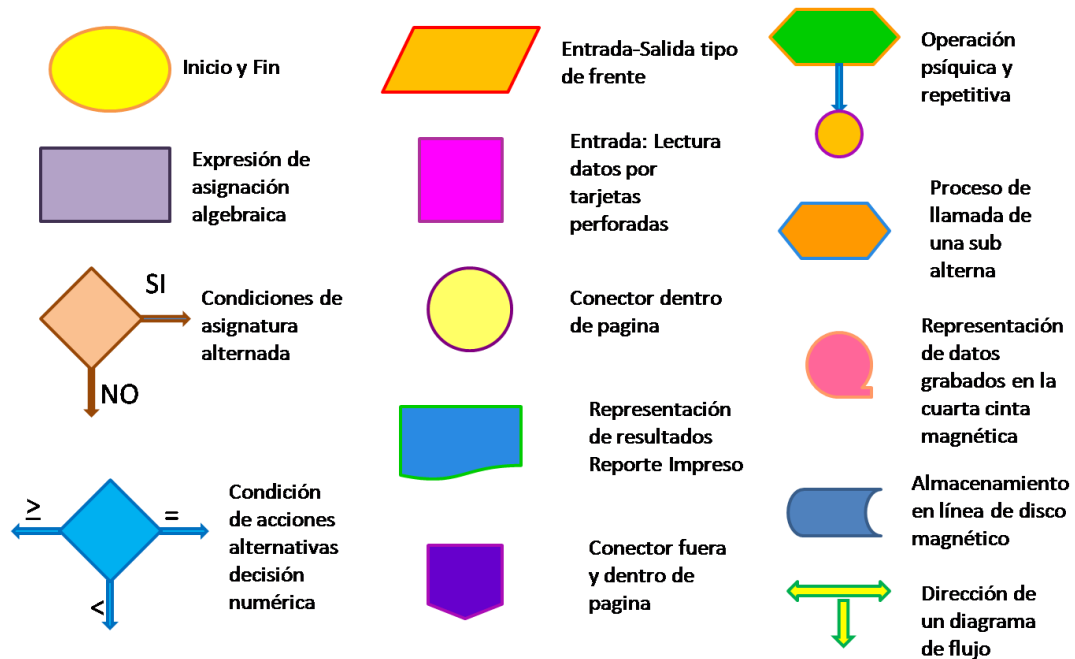


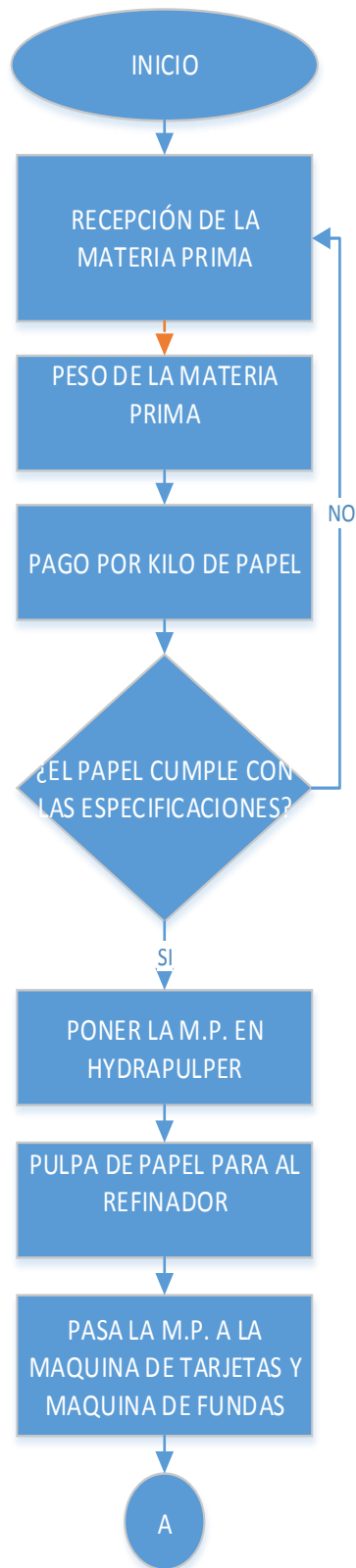
Figura 32: simbología para flujoogramas

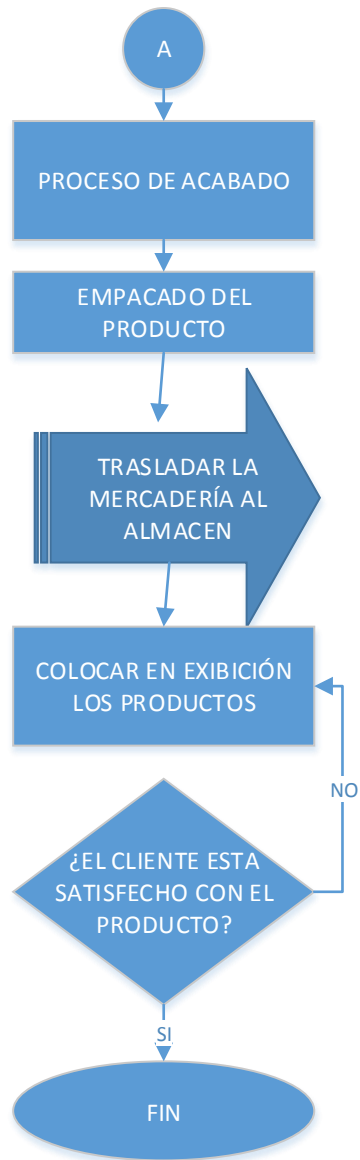
Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### Flujo de proceso de producción

A continuación se detalla el proceso de producción de papel reciclado, para lo cual se cumple con las siguientes etapas:





### 5.5.3 DISEÑO DE LA PLANTA

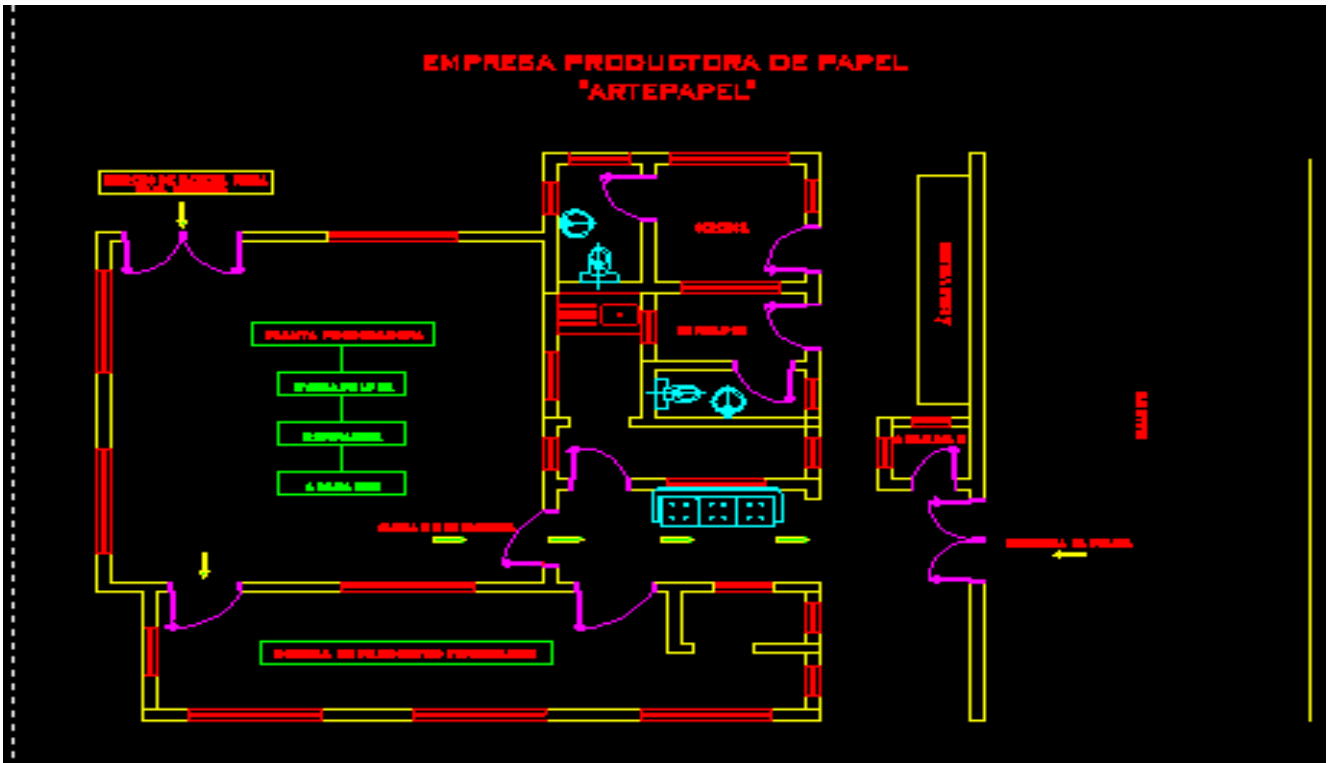


Figura 33: Distribución de planta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

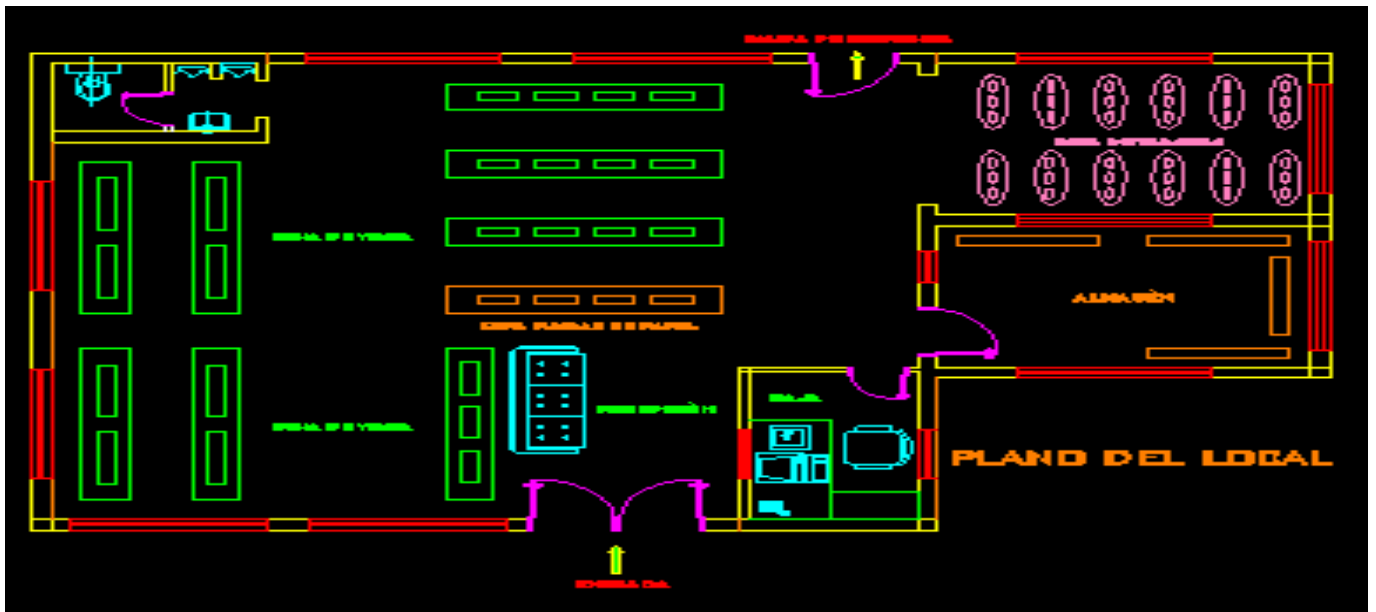


Figura 34: Distribución de local comercial

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## 5.6 DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

### 5.6.1 Canal De Distribución

Se ha tomado la elección del canal de distribución directo que irá de la planta procesadora de papel reciclado a el local comercial de la misma. Tomando en cuenta que se dejara claro que se llegara al consumidor por la compra del local comercial.

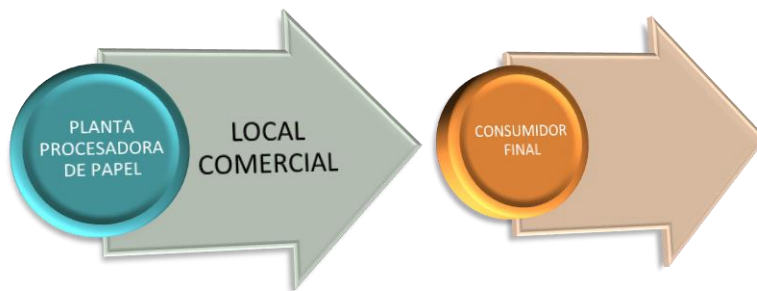


Figura 34: canal directo

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### **CLIENTES:**

Después de haber tenido una información relevante en las encuestas el público objetivo ha determinado que el gustaría comprar mediante locales comerciales es por ello que se ha decidido abrir un local comercial de la fabrica y posiblemente tendremos algunos locales dispuestos a la venta de tarjetas y fundas de papel como:

### **Posibles intermediarios:**

- Comercial Panamá
- Ramos y Ramos Florería
- Dominic Floristeria
- Gaby's Florería
- Centro comercial Caracol
- Centro comercial Jardín del Norte

- Pétalos Florería
- Melody Florería

### **Políticas de ventas y cobros**

De acuerdo a lo que la producción de tarjetas y fundas de papel se ha establecido que los costos no son altos por lo cual se determinara que todas las ventas serán en efectivo.

## **5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**Misión.-** Nuestro propósito es ofrecer constantemente la mejor experiencia en productos hechos a base de pulpa de papel reciclado a nuestros clientes, produciendo papelería de excelente calidad con los mejores recursos materiales y humanos, con el fin de ofrecer productos confiables y accesibles a nuestros clientes.

**Visión.-** A base de nuestro contante esfuerzo, convertirnos en los mayores productores y comercializadores de productos de papel reciclado a nivel provincial, con una satisfacción total de nuestros clientes.

### **Valores organizacionales**

- Trabajo en equipo
- Respeto ambiental
- Innovación y diseño
- Investigación y desarrollo
- Exclusividad y modernidad
- Satisfacción total de clientes

### **Nuestro compromiso es:**

- Asegurar variedad, calidad y precio de cada uno de nuestros productos, satisfaciendo todas las sensaciones que quieran nuestros clientes descubrir.
- Apostamos por la creatividad, el diseño, la innovación y el buen gusto.

- Mantenernos siempre un paso adelante en tecnología y técnicas de diseño.
- Ser especialistas en creación y diseño de artesanías a base de papel reciclado.
- Mantener productos de alta calidad y garantizados.
- Conservar una capacidad de producción para satisfacer rápidamente los pedidos de nuestros clientes.
- Ser siempre creadores de nuevos productos.
- Que nuestra experiencia sea la base de la confianza que despertemos en nuestros clientes.

## **Ventajas Competitivas y Factores Críticos de Éxito.**

### **5.7.1 Factores Críticos de Éxito**

#### **a) Materia prima reciclada con bajo costo**

Se pretende abastecerse de papel reciclado como materia prima obtenida a través de una campaña de reciclaje por lo cual nuestro principal objetivo es hacer y ofrecer un producto a bajo costo e inofensivo, que permita contribuir con el cuidado del medio ambiente aprovechando la oportunidad de contar con este valioso material para transformarlo en productos útiles, decorativos, creativos, elegantes que requieren de un trabajo artesanal y creativo mas no de una alta inversión.

#### **b) Variación de diseño, innovación y creatividad**

Se busca *incorporar productos originales, diferentes* e innovadores, lo que implica que deben provenir de la recolección de todo tipo de papel reciclado que permita darle un acabado más perfeccionado y de calidad.

El propósito es básicamente ofrecer innovación pero al mismo tiempo un valor agregado en cada uno de sus diseños lo que permita captar la atención de un gran número de mercado, despertando un alto grado de importancia en la decoración, arreglos ya sea del hogar, la oficina o cualquier otro espacio físico que necesite un aire distinción y elegancia.

**c) Precios accesibles**

El propósito es lograr obtener producto a base de papel reciclado lo que permitirá reducir costos, ofreciendo precios accesibles para todo tipo de clientes y mercados, acorde a las necesidades y capacidad adquisitiva ya que los costos de la elaboración son relativamente económicos y no requieren de procesos tecnificados sino de mano de obra artesanal y creativa logrando de esta conseguir rentabilidad.

**d) Fácil expansión del mercado**

El mercado inicial está orientado hacia el consumidor local de manualidades elaboradas artesanalmente con papel reciclado, comercializando nuestro producto a través de librerías, papelerías, bazares e imprentas de la ciudad, oficinas. Posteriormente se buscará comercializar las diferentes artesanías de papel a nivel nacional e internacional, con una campaña publicitaria que promueva el consumo de producto hecho a base de concientización del reciclaje de papel.

**e) Facilidad de la elaboración del producto**

Este proyecto se basa en la elaboración de un producto casero que no requiere de un proceso tecnificado, sino por el contrario es un proceso fácil de seguir que puede ser elaborado con mano de obra artesanal y recursos fáciles de conseguir con bajos costos.

**f) Producto Innovador, elegante y exclusivo.**

Toda la gama de los productos que se pretende ofrecer serán con diseños novedosos, únicos, coloridos, decorativos que permita decorar espacios físicos e igualmente podrán ser utilizados como un regalo para ocasiones especiales, y sobre todo tendrán un valor agregado diferenciador a base de creatividad, serán productos ideales y útiles para cualquier evento y espacio.



## 5.7.2 Objetivos e indicadores institucionales.

### Objetivo general

Como objetivo principal tenemos el producir y vender los mejores productos de papel reciclado, haciendo que estas sean de total agrado de nuestros clientes y mercado en general.

### Objetivos específicos

- Estar en constante investigación, estudio, práctica e innovación que nos permitan descubrir y diseñar nuevas técnicas y diseños únicos y elegantes para cada uno de nuestros productos.
- Desarrollar las ideas y metodologías a analizar del plan de negocios del papel reciclado
- Tomar estrategias competitivas ante la competencia.

## 5.7.3 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

### ESTRUCTURA HORIZONTAL

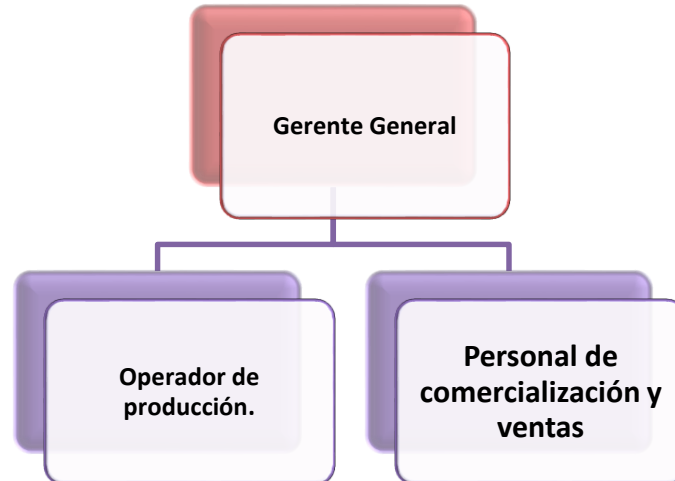


Figura 35: estructura horizontal

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### Disposiciones generales

Para ingresar al local donde se producen las tarjetas y fundas de papel los propietarios deben incluir políticas como:

\* Pedir una carta de referencias de sus antiguos jefes o personas que le conozcan y de sus antiguos trabajos.

\* Ser recomendada por alguna persona allegada a la microempresa.

Recomendados por los propios colaboradores, ya que ellos suelen recomendar buenos colaboradores, por amistad o referencias, esta es una fuente que le permitirá a la microempresa ahorrar dinero ya que se deja de gastar en avisos o publicaciones.

\* Todos los aspirantes al puesto de trabajo serán sometidos necesariamente y obligatoriamente al proceso de selección técnica.

Porque tienen que tener un conocimiento previo de ventas para que puedan realizar altos porcentajes de ventas.

Aunque esta empresa es de tamaño pequeño y poco formal, con el presente manual se pretende establecer las diversas áreas, funciones de cada uno de sus miembros.

Esperamos que este manual cumpla con su principal objetivo para que la empresa pueda llevar una adecuada organización que le permita trabajar con la mejor eficiencia y eficacia posible.

Tabla 47.- PERFILES DEL CARGO A EFECTUAR

Cargo	Funciones
<p><b>Gerente (Representante Legal).-</b> Es el representante legal y el ejecutor de las decisiones de la microempresa además, su función principal es nombrar un equipo de colaboradores necesario para que la empresa pueda cumplir sus objetivos y la administración directa de la misma.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la empresa, sujetándose a los requisitos y limitaciones que le imponen la ley.</li> <li>● Administrar la Empresa.</li> <li>● Delegar actividades.</li> <li>● Tomar decisiones dentro sus facultades</li> <li>● Presentar la propuesta de fijación de las remuneraciones de los empleados</li> <li>● Velar por el cumplimiento del manual de funciones de la empresa.</li> <li>● Planificar estrategias de acción a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>● Hacer respetar las políticas y procedimientos de la Empresa.</li> <li>● Conferir poderes especiales dentro del límite de sus atribuciones.</li> <li>● Precisar la misión u objetivos de la Empresa en el mercado.</li> <li>● Tener bajo su responsabilidad todos los bienes de la sociedad.</li> </ul>

<p>Operador de Producción.-Tiene que ver básicamente con el aprovechamiento máximo de la capacidad instalada, en torno a la transformación de la materia prima, y que el fruto de un proceso se entregue al cliente un producto terminado tomando en consideración.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Establecer y mantener programas de producción, sin perder de vista las necesidades de los clientes y las condiciones económicas favorables que se obtienen con una programación adecuada.</li> <li>•El responsable de producción se encarga de reducir al mínimo el tiempo improductivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan en forma eficiente.</li> <li>• Reportar diariamente el informe de producción.</li> <li>• Supervisar que exista el total cumplimiento o las medidas de seguridad industrial.</li> <li>• Proponer o poner en consideración de la Gerencia, alternativas para el mejoramiento de la eficiencia del proceso o la calidad de los productos,</li> <li>• Coordinar la provisión oportuna de materia prima.</li> <li>• Velar por los estándares de calidad,</li> <li>• Conservar en forma óptima la maquinaria y equipos de la microempresa.</li> </ul>
<p>Personal de Comercialización y Ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores</li> <li>• Establecer convenios con otras instituciones, que faciliten el proceso de publicación, distribución y venta de productos.</li> <li>• Optimizar costos de los procesos, de producción y comercialización</li> <li>• Determinar los canales adecuados de comercialización de los productos,</li> <li>• Coordinar las rutas de venta en los sectores de la ciudad.</li> <li>• Comunicar semanalmente o diariamente sobre las ventas realizadas y novedades de clientes.</li> <li>• Comunicar oportunamente al Gerente las novedades sobre riesgos para la autorización de créditos a clientes,</li> <li>• Realizar las ventas de los productos,</li> <li>• Llevar un adecuado control de ventas al contado.</li> </ul>

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

### 5.7.3 REQUERIMIENTOS LEGALES

#### **Formación Legal De La Empresa**

La empresa no cuenta con un permiso legal, ya que no se encuentra constituida en el registro mercantil porque es dependencia familiar.

**Propuesta:** La empresa puede formalizarse constituyéndose en una empresa unipersonal porque el representante es una persona natural.

Es decir el propietario de la empresa o negocio asume la capacidad legal del negocio, es decir, asume los derechos y obligaciones a título personal, y de forma ilimitada.

Ello implica que asume la responsabilidad de las obligaciones que la empresa pueda contraer, y las garantiza con el patrimonio o bienes personales que pueda poseer.

Una Empresa Unipersonal tiene un solo propietario o dueño denominado micro empresario, el cual es responsable del manejo de la empresa.

Luego de realizar este paso que es muy importante se debe seguir con lo siguiente.

#### Obtención Del Número De Ruc

El RUC (Registro Único de Contribuyentes) es lo que identifica a una persona o a la empresa ante el SRI para el pago de los impuestos.

Las personas naturales y jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes, deberán obtener su inscripción dentro de los 30 días hábiles siguientes al de su contribución o iniciación real de sus actividades.

Dicho documento se lo obtiene en cualquiera de las Delegaciones del Servicios de Rentas Internas en todo el país y de acuerdo al lugar en donde el contribuyente efectúe sus actividades económicas por lo tanto se debe acudir a las oficinas del SRI Carchi.

## Requisitos para obtener el ruc.

- \* Formulario Ruc-01-A (se obtiene en la ventanilla del SRI).
- \* Título (en caso de ser afiliado algún gremio).
- \* Formulario 106-A (por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso).
- \* Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- \* Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).
- \* Presentar la Patente Municipal.

## Requisitos para obtener la patente municipal.

- \* Se realiza una Presuntiva la cual es ir al local comercial y hacer un inventario al precio de costo de todos los muebles y accesorios de mercaderías, registro de ingresos y gastos.
- \* En el municipio se analiza para imponer el costo de la Patente.
- \* Certificado de no adeudar al Municipio.
- \* Copias de CI y certificado de votación del propietario o responsable de la actividad económica.
- \* Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- \* Copia del RUC.
- \* Copia del permiso de cuerpo de Bomberos de Tulcán.
- \* Declaración del Impuesto a la renta anterior.
- \* Balances consolidados de Situación y Resultados.
- \* Llenar el formulario Rem – 2.

## Permiso Ambiental

Para obtener el Permiso Ambiental se necesita copias de:

- Cédula y certificado de votación.
- Título artesanal
- RUC
- Carnet del gremio
- Carnet Junta de Defensa del Artesano

## **Requisitos Para Obtener Del Permiso De Funcionamiento De Los Bomberos**

Ley de defensa contra incendios y su reglamento art. 250

- ★ Informe favorable de la inspección realizada por el señor inspector del cuerpo de bomberos.
- ★ Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal o propietario.
- ★ Copia del RUC.
- ★ Copia del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del año anterior si lo hubiera.
- ★ Copia de la Patente Municipal vigente.

## **Registró De Propiedad Intelectual**

Para registrar la propiedad intelectual de inventos de productos o servicios se debe:

1. Solicitar Estudio de Factibilidad.
2. Luego de evaluar posibilidades de registro, Solicitar le de Registro de Marca

Una vez que la marca ha sido aceptada para registro, un abogado completará todas las tareas necesarias en orden de obtener el certificado de registro en Ecuador.

## **Requisitos para afiliar al empleo**

Para afiliar a un empleo es necesaria realizar un aviso de entrada en el cual se siguen los siguientes pasos otorgados por el Instituto de Seguridad Social así:

“El empleador está obligado, bajo su responsabilidad y sin necesidad de reconvención, a inscribir al trabajador o servidor como afiliado del Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a remitir al IESS el aviso de entrada dentro de los primeros quince (15) días (Art. 73 de la Ley de Seguridad Social). Para lo cual seguirá el siguiente procedimiento:

#### Cómo registrar el aviso de entrada

- Ingresar a la página [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec),
- Seleccionar la opción empleadores /servicios en línea
- Aviso de entrada y salida
- Ingresar al sistema con el número de cédula y clave del empleador
- Seleccionar la opción aviso de entrada
- Ingresar número de cédula del afiliado
- Validar y enviar
- Llenar los datos que solicita el sistema y pulsar la opción "ACEPTAR".

#### 5.7. 4 Presupuesto Comercial

Se determina que se utilizara para los comerciales de los productos de papel reciclado lo siguiente:

Tabla 48: presupuesto de publicidad

Descripción	Largo	Temporada	Costo mensual	Costo Anual
<b>Internet en general</b>		12 meses	20	240
<b>Radio Integración</b>	10 segundos	12 meses	30	360
<b>TOTAL</b>				600

Fuente: Cotizaciones

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## 5.5 ESTUDIO FINANCIERO

### Inversiones

**Maquinaria y Equipo.-** en esta parte es aquella que consta todo lo referente a la utilización de maquinaria y quipos para obtener el producto final, determinado de la siguiente manera:

Tabla 49. Inversión en Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
HYDRAPULPER	UNIDAD	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
REFINADOR	UNIDAD	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
MAQUINA PARA TARJETAS	UNIDAD	1	\$ 1.355,00	\$ 1.355,00
BALANZA INDUSTRIAL	UNIDAD	2	\$ 130,00	\$ 260,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7.815,00</b>

Fuente: Alibaba.com

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Activos fijos operativos.-** Considera todos los menesteres que se utiliza en el proceso productivo del papel reciclado de la siguiente manera:

Tabla 50. Inversión en Activos fijos operativos

ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	UNIDAD DE MEDIDA	DE	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
MESAS	UNIDAD		4	\$ 200,00	\$ 800,00
SILLAS	UNIDAD		1	\$ 45,00	\$ 45,00
ANAQUEL	UNIDAD		2	\$ 100,00	\$ 200,00
ESCRITORIO	UNIDAD		1	\$ 120,00	\$ 120,00
EXTINTORES	UNIDAD		2	\$ 20,00	\$ 40,00
SEGURIDAD INDUSTRIAL	UNIDAD		1	\$ 20,00	\$ 20,00
ROPA DE TRABAJO	MUDADA		1	\$ 20,00	\$ 20,00
BASUREROS	UNIDAD		4	\$ 5,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1.265,00</b>

Fuente: Muebles de oficina coral, supermercado AKI

Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Activos fijos no operativos.-** Son considerados los muebles, equipos y suministros para el área administrativa:

**Tabla 51. Inversión en Activos fijos no operativos**

ACTIVOS FIJOS NO OPERATIVOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
CALCULADORA	unidad	1	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
COMPUTADOR	unidad	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>UTILES DE OFICINA</b>				
PERFORADORA	unidad	1	\$ 4,00	\$ 4,00
GRAPADORA	unidad	1	\$ 4,00	\$ 4,00
<b>TOTAL</b>				\$ 1.023,00

Fuente: Movitech, Papelería Mantilla.

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Activos diferidos.-** Se considera los permisos correspondientes para el funcionamiento de la microempresa, en el cual esta patente municipal para el funcionamiento en la ciudad, y el permiso de bomberos.

**Tabla 52. Inversión en Activos Diferidos**

ACTIVOS DIFERIDOS	cantidad	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>PERMISOS</b>			
PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 20,00	\$ 20,00
BOMBEROS	1	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			\$ 40,00

Fuente: GAD Tulcán, Cuerpo de Bomberos Tulcán.

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Capital de Trabajo.-** Para definir el capital de operaciones y la estructura de financiamiento, definiremos el ciclo de caja para lo cual se determina los siguientes rubros:

Tabla 53: Ciclo de caja

<b>RUBRO</b>	<b>DÍAS</b>
<b>+ Promedio de días de inventarios en insumos</b>	7
<b>+ Promedio de días de duración del proceso de producción</b>	2
<b>+ Promedio de días de productos terminados</b>	10
<b>+ Promedio de días de crédito a clientes</b>	0
<b>- Promedio de días de crédito de proveedores</b>	-15
<b>Factor Caja del proyecto (ciclo de caja)</b>	<b>4</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

De acuerdo a lo expuesto anteriormente se determina que el ciclo de caja queda en 4 días que necesita la empresa para no estar en iliquidez, por cuando es el tiempo determinado para la compra de materiales e insumos.

Tabla 54.- Capital de operación

<b>CAPITAL DE OPERACIÓN*</b>	<b>1306</b>
------------------------------	-------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

De acuerdo a las tablas de inversión de Activos, se presenta el resumen de inversiones y la suma total

Tabla 55. Resumen de Inversiones

<b>RESUMEN DE INVERSIONES</b>			
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		\$ 7.815,00	
<b>ACTIVOS</b>	<b>FIJOS</b>	\$ 1.265,00	
<b>OPERATIVOS</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>NO</b>	\$ 1.023,00
<b>OPERATIVOS</b>			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		\$ 40,00	
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>		\$ 1.305,7	
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>		\$ 11.448,67	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Para tomar una decisión óptima acerca del financiamiento a escoger se ha determinado por las diferentes opciones de crédito de la localidad

Tabla 56: Financiamientos

Criterios de selección	CFN	BNF	BANCO DEL PICHINCHA
<b>BENEFICIARIO</b>	Personas naturales y jurídicas	personas naturales y jurídicas	personas naturales y jurídicas
<b>MONTO</b>	hasta 20000	desde 20000 hasta 100000 el 80% de financiamiento	hasta 50000
<b>PLAZO</b>	activo fijo: 10 años, capital de trabajo: 3 años, asistencia técnica: 2 años	hasta 10 años	36 meses plazo
<b>TASA DE INTERES</b>	11,20%	11,20%	11,20%
<b>TIPO DE CRÉDITO</b>	productivo	producción, comercio y servicio	Comercial

Fuente: CFN, BNF, BP

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Después de haber observado las diferentes fuentes de financiamiento se determina que la mejor opción es la Banco Nacional de Fomento debido a que esta institución da el crédito a menor tasa de interés, para el sector productivo y a mayor tiempo plazo.

Tabla 57. Estructura del financiamiento

<b>RESUMEN DE INVERSIONES</b>			
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		\$ 7.815,00	
<b>ACTIVOS</b>	<b>FIJOS</b>	\$ 1.265,00	
<b>OPERATIVOS</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>FIJOS</b>	<b>NO</b>	\$ 1.023,00
<b>OPERATIVOS</b>			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		\$ 40,00	
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>		\$ 1.305,7	
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>		\$ 11.448,67	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

La empresa tiene una deuda a largo plazo de 10349 los mismos que serán pagados al 11,20% de tasa de interés con una duración de 5 años. Este financiamiento esta proporcionado por la corporación financiera nacional.

Tabla 58: Amortización de la deuda

<b>PERIODOS</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>				10349
<b>1</b>	\$ 2.530,70	1159,05	\$ 1.371,65	\$ 7.817,97
<b>2</b>	\$ 2.530,70	876	\$ 1.655,09	\$ 6.162,87
<b>3</b>	\$ 2.530,70	\$ 690,24	\$ 1.840,46	\$ 4.322,41
<b>4</b>	\$ 2.530,70	\$ 484,11	\$ 2.046,60	\$ 2.275,81
<b>5</b>	\$ 2.530,70	\$ 254,89	\$ 2.275,81	\$ 0,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## Depreciaciones, mantenimiento y seguros

La depreciación se la obtiene de acuerdo a las normas de contabilidad que es el 10% para maquinaria y el 33% para equipo de cómputo, 1% para mantenimiento el 2% para seguro de los activos.

Tabla 59. Depreciaciones, mantenimiento y seguros

<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>VALOR</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>SEGURO</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	\$ 7.815,00	\$ 781,50	\$ 78,15	\$ 156,30
<b>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</b>	\$ 1.265,00	\$ 126,50	\$ 12,65	\$ 25,30
<b>TOTAL ACTIVOS OPERATIVOS</b>	\$ 9.080,00	\$ 908,00	\$ 90,80	\$ 181,60
<b>ACTIVOS FIJOS NO OPERATIVOS</b>	\$ 1.023,00	\$ 332,30	\$ 10,23	\$ 20,46
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	\$ 15,00	\$ 1,50	\$ 0,15	\$ 0,30
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	\$ 1.000,00	\$ 330,00	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>UTILES DE OFICINA</b>	\$ 8,00	\$ 0,80	\$ 0,08	\$ 0,16
<b>TOTALES:</b>	\$ 10.103,00	\$ 1.240,30	\$ 101,03	\$ 202,06

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

El valor de la depreciación anual es de \$ 1240,30, de mantenimiento \$ 101,03 y de seguros es de \$ 202,06, estos valores son fijos para los siguientes cinco años porque es el resultado de la suma total de depreciación, mantenimiento y seguros de todos los activos de la empresa.

### **Estructura de costos**

#### **Costos de producción**

#### **Costos de materia prima**

La materia prima del producto es el papel reciclado que se utiliza para la transformación del mismo, el costo del kilo de papel de acuerdo a la información levantada expuesta por los recicladores es de 0,12 centavos de dólar para el primer año y para los siguientes años se acuerda un incremento de precio de un centavo en unidades al año.

Tabla 60. Costos Materia Prima

<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS ESTIMADAS (unidades)</b>	4.973	5.048	5.125	5.203	5.282
Costo Tarjeta Pequeña	\$ 0,40	\$ 0,42	\$ 0,43	\$ 0,45	\$ 0,47
Costo Tarjeta Mediana	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,87	\$ 0,90	\$ 0,94
Costo Tarjeta Grande	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,13	\$ 1,18
Costo Total Tarjeta Pequeña	\$ 1.989,20	\$ 2.103,80	\$ 2.225,39	\$ 2.353,92	\$ 2.489,79
Costo Total Tarjeta Mediana	\$ 3.978,40	\$ 4.207,61	\$ 4.450,78	\$ 4.707,84	\$ 4.979,58
Costo Total Tarjeta Grande	\$ 4.973,00	\$ 5.259,51	\$ 5.563,47	\$ 5.884,80	\$ 6.224,47
<b>COSTO TOTAL TARJETAS</b>	\$ 10.941	\$ 11.571	\$ 12.240	\$ 12.947	\$ 13.694
Costo De Fundas Grandes	\$ 1,50	\$ 1,56	\$ 1,63	\$ 1,70	\$ 1,77
Costo De Fundas Medianas	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,13	\$ 1,18
Costo De Fundas Pequeñas	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,71
Costo Total Fundas Grandes	\$ 7.459,50	\$ 7.889,27	\$ 8.345,21	\$ 8.827,20	\$ 9.336,71
Costo Total Fundas Medianas	\$ 4.973,00	\$ 5.259,51	\$ 5.563,47	\$ 5.884,80	\$ 6.224,47
Costo Total Fundas Pequeñas	\$ 2.983,80	\$ 3.155,71	\$ 3.338,08	\$ 3.530,88	\$ 3.734,68
Total Costo Fundas	\$ 15.416	\$ 16.304	\$ 17.247	\$ 18.243	\$ 19.296
<b>COSTO TOTAL MP</b>	\$ 26.357	\$ 27.875	\$ 29.486	\$ 31.189	\$ 32.990

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## Mano de obra

Para determinar el costo de la mano de obra, se lo realiza mediante el detalle en el Rol de pago

Tabla 61. Rol de pagos mano de obra directa

No.	CARGO	SUELDO UNIFICADO	TOTAL INGRESOS	DESCUENTOS IESS 9,45%	TOTAL DCTOS.	A PAGAR	TOTAL INGRESOS	XIII SUELDO	XIV SUELDO (1)	VACACIONES	APORTE PATRONAL
				9,45%							12,15%
1	Gerente	\$ 354,14	\$ 354,14	33,47	33,47	320,67	354,14	29,51	28,33	14,76	43,03
2	Operados de producción	\$ 348,50	\$ 348,50	32,93	32,93	315,57	348,50	29,04	28,33	14,52	42,34
3	vendedor	\$ 348,84	\$ 348,84	32,97	32,97	315,87	348,84	29,07	28,33	14,54	42,38
	<b>TOTAL</b>	\$ 1.051,48	\$ 1.051,48	99,46	99,36	952,12	1051,48	87,62	85,00	43,81	127,75

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Tabla 62.- Resumen a pagar para la MO

No.	CARGO	A PAGAR	ANUAL
1	Gerente	320,67	\$ 3.848,09
2	Operados de producción	315,57	\$ 3.786,80
3	vendedor	315,87	\$ 3.790,50
	TOTAL	952,12	\$ 11.425,38

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Tabla 63. Costo de Mano de obra proyectada

No.	CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	3848	4233	4656	5122	5634
2	Operados de producción	3787	4165	4582	5040	5544
3	Vendedor	3790	4170	4586	5045	5550
	TOTAL	11425	12568	13825	15207	16728

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Costos Generales de Fabricación.- Los costos generales de fabricación son los costos necesarios para desarrollar el proceso productivo, mas no se afectan por el número de unidades producidas.

Tabla 64. Costos Generales de Fabricación

<b>COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua Potable	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00	\$ 96,00
Energía Eléctrica	\$ 98,40	\$ 98,40	\$ 98,40	\$ 98,40	\$ 98,40
Teléfono E Internet	\$312,00	\$312,00	\$312,00	\$312,00	\$312,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$506,40</b>	<b>\$506,40</b>	<b>\$506,40</b>	<b>\$506,40</b>	<b>\$506,40</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Los costos generales de fabricación se han considerado bajo el supuesto de un valor constante para los cinco años.

### **Gastos de Administración y Ventas**

Tabla 65.- gastos operativos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>GERENTE</b>	321
<b>Mantenimiento</b>	101
<b>Seguros</b>	202
<b>12,15% de aporte patronal</b>	43
<b>Subtotal (A)</b>	667
<b>GASTOS DE VENTA</b>	
<b>Sueldo de vendedor</b>	316
<b>Publicidad</b>	600
<b>Arriendos</b>	200
<b>Subtotal (B)</b>	200
<b>TOTAL (A+B)</b>	<b>1316</b>
	1983

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## Ingresos

En los ingresos por ventas, el precio de venta de las unidades de productos de papel reciclado se ha establecido, de acuerdo al costo unitario por unidad de tarjeta y funda más el 50% de margen de utilidad, considerando que los precios de productos similares son mayores y que el mercado permite aplicar este margen de ganancia

Tabla 66. Costo y Precio Unitario de las tarjetas y fundas de papel

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO UNITARIO</b>					
tarjeta pequeña	\$ 0,40	\$ 0,42	\$ 0,43	\$ 0,45	\$ 0,47
tarjeta mediana	\$ 0,80	\$ 0,83	\$ 0,87	\$ 0,90	\$ 0,94
tarjeta grande	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,13	\$ 1,18
<b>PRECIO tarjeta pequeña 50%</b>	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,71
<b>PRECIO tarjeta mediana 50%</b>	\$ 1,20	\$ 1,25	\$ 1,30	\$ 1,36	\$ 1,41
<b>PRECIO tarjeta grande 50%</b>	\$ 1,50	\$ 1,56	\$ 1,63	\$ 1,70	\$ 1,77
<b>precio total por tarjetas</b>	\$ 3,30	\$ 3,44	\$ 3,58	\$ 3,73	\$ 3,89
<b>COSTO UNITARIO</b>					
funda pequeña	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,71
funda mediana	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,13	\$ 1,18
funda grande	\$ 1,50	\$ 1,56	\$ 1,63	\$ 1,70	\$ 1,77
<b>PRECIO FUNDA pequeña 50%</b>	\$ 0,90	\$ 0,94	\$ 0,98	\$ 1,02	\$ 1,06
<b>PRECIO funda mediana 50%</b>	\$ 1,50	\$ 1,56	\$ 1,63	\$ 1,70	\$ 1,77
<b>PRECIO funda grande 50%</b>	\$ 2,25	\$ 2,34	\$ 2,44	\$ 2,54	\$ 2,65
<b>precio total por tarjetas</b>	\$ 4,65	\$ 4,84	\$ 5,05	\$ 5,26	\$ 5,48

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

De acuerdo al precio unitario de las tarjetas y fundas de papel, se establece el ingreso total, multiplicando por el número de unidades estimadas para la venta en la demanda del proyecto.

Tabla 67. Ingresos por Ventas

<b>TOTAL VENTAS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>tarjeta pequeña</b>	\$ .521,74	\$1.609,41	\$ 1.702,42	\$ 1.800,75	\$ 1.904,69
<b>tarjeta mediana</b>	\$ 3.043,48	\$ 3.218,82	\$ 3.404,85	\$ 3.601,50	\$ 3.809,38
<b>tarjeta grande</b>	\$ 3.804,35	\$ 4.023,53	\$ 4.256,06	\$ 4.501,87	\$ 4.761,72
<b>TOTAL VENTAS</b>	\$ 8.369,56	\$ 8.851,76	\$ 9.363,32	\$ 9.904,12	\$ 10.475,79
<b>funda pequeña</b>	\$ 2.014,07	\$ 2.130,10	\$ 2.253,21	\$ 2.383,35	\$ 2.520,91
<b>funda mediana</b>	\$ 3.356,78	\$ 3.550,17	\$ 3.755,34	\$ 3.972,24	\$ 4.201,52
<b>funda grande</b>	\$ 5.035,16	\$ 5.325,26	\$ 5.633,02	\$ 5.958,36	\$ 6.302,28
<b>TOTAL VENTAS</b>	\$10.406,00	\$11.005,53	\$ 11.641,57	\$ 12.313,95	\$ 13.024,71

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

El ingreso por ventas al primer año es de \$10406 y al quinto año es de \$13024,71, esto representa un incremento anual favorable para el desarrollo del proyecto

## Proyección Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 10.406,00	\$ 11.005,53	\$ 11.641,57	\$ 12.313,95	\$ 13.024,71
<b>(-) COSTO DE VENTAS</b>	\$ 3.240,00	\$ 3.375,76	\$ 3.517,20	\$ 3.664,57	\$ 3.818,12
<b>(=) UBV</b>	\$ 7.166,00	\$ 7.629,77	\$ 8.124,37	\$ 8.649,38	\$ 9.206,59
<b>(-) GASTOS</b>	\$ 4.382,02	\$ 4.181,65	\$ 4.082,84	\$ 3.966,89	\$ 3.831,63
<b>Administrativos</b>	\$ 666,79	\$ 694,73	\$ 723,84	\$ 754,17	\$ 785,77
<b>Ventas</b>	\$ 1.315,87	\$ 1.371,01	\$ 1.428,46	\$ 1.488,31	\$ 1.550,67
<b>Gasto interés</b>	\$ 1.159,05	\$ 875,61	\$ 690,24	\$ 484,11	\$ 254,89
<b>Depreciación</b>	\$ 1.240,30	\$ 1.240,30	\$ 1.240,30	\$ 1.240,30	\$ 1.240,30
<b>(=)U.A.P.T.E.I</b>	\$ 2.783,99	\$ 3.448,12	\$ 4.041,53	\$ 4.682,49	\$ 5.374,97
<b>(-) 15% P.T</b>	\$ 417,60	\$ 517,22	\$ 606,23	\$ 702,37	\$ 806,24
<b>(=) U.A.I</b>	\$ 2.366,39	\$ 2.930,90	\$ 3.435,30	\$ 3.980,12	\$ 4.568,72
<b>(-) 22% IMPUESTOS</b>	\$ 520,61	\$ 644,80	\$ 755,77	\$ 875,63	\$ 1.005,12
<b>(=)UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$ 1.845,78	\$ 2.286,10	\$ 2.679,53	\$ 3.104,49	\$ 3.563,60

**Tabla 68. Estado de Resultados Proyectado**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

El estado de resultados demuestra que existe utilidad positiva en los cinco años proyectados, de acuerdo a las ventas, costos y gastos.

## Proyección Balance General

Tabla 69. Balance General Proyectado

<b>BALANCE DE SITUACION FINANCIERA FINAL</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Caja</b>	8.566,74	10.109,59	11.908,22	13.782,77	15.999,84
<b>TOTAL CORRIENTES</b>	<b>8.566,74</b>	<b>10.109,59</b>	<b>11.908,22</b>	<b>13.782,77</b>	<b>15.999,84</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	7.815,00	7.815,00	7.815,00	7.815,00	7.815,00
<b>Activos fijos operativos</b>	\$ 1.265,00	\$ 1.265,00	\$ 1.265,00	\$ 1.265,00	\$ 1.265,00
<b>Activos fijos no operativos</b>	\$ 1.023,00	1.023,00	1.023,00	1.023,00	1.023,00
<b>activos diferidos</b>	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>Depreciación de activos fijos</b>	(\$1.240,30)	(\$ 2.480,60)	(\$ 3.720,90)	(\$ 4.961,20)	(\$ 6.201,50)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>17.469,44</b>	<b>17.771,99</b>	<b>18.330,32</b>	<b>18.964,57</b>	<b>19.941,34</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Cuentas por pagar sueldos</b>	952,12	1.047,33	1.152,06	1.267,27	1.393,99
<b>Prestamos a Largo Plazo</b>	7.817,97	6.162,87	4.322,41	2.275,81	0,00
<b>Total Pasivos</b>	<b>8.770,08</b>	<b>7.210,20</b>	<b>5.474,47</b>	<b>3.543,08</b>	<b>1.393,99</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
<b>Capital</b>	6.853,58	6.429,91	6.044,43	5.505,58	5.067,83
<b>Utilidad</b>	1.845,78	2.286,10	2.679,53	3.104,49	3.563,60
<b>Utilidades Acumuladas</b>		1.845,78	4.131,88	6.811,42	9.915,91
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>8.699,36</b>	<b>10.561,79</b>	<b>12.855,85</b>	<b>15.421,49</b>	<b>18.547,35</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>17.469,44</b>	<b>17.771,99</b>	<b>18.330,32</b>	<b>18.964,57</b>	<b>19.941,34</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo refleja los movimientos de efectivos que realiza la empresa al año.

Tabla 70. Flujo de Efectivo Proyectado

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>SALDO INICIAL DE EFECTIVO</b>	5.729,07	5.969,11	6.219,22	6.479,81	6.751,31	
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
ventas en efectivo	18.775,56	19.857,28	21.004,89	22.218,07	23.500,50	
<b>Total efectivo disponible</b>	<b>24.504,63</b>	<b>25.826,40</b>	<b>27.224,11</b>	<b>28.697,88</b>	<b>30.251,81</b>	
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>						
Costo de producción	3.240,00	3.375,76	3.517,20	3.664,57	3.818,12	
Gastos operativos	1.982,67	2.065,74	2.152,29	2.242,48	2.336,44	
Publicidad	600,00	625,14	651,33	678,62	707,06	
15% Participación a Trabajadores	417,60	934,82	1.541,05	2.243,42	3.049,66	
22% Impuesto a la renta	520,61	1.165,40	1.921,17	2.796,80	3.801,91	
Intereses	1.159,05	875,61	690,24	484,11	0,00	
Arriendos	200,00	208,38	217,11	226,21	235,69	
Pago del capital	7.817,97	6.162,87	4.322,41	2.275,81	0,00	
Mantenimiento de activos		101,03	101,03	101,03	101,03	
Seguros		202,06	202,06	202,06	202,06	
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>	<b>15.937,89</b>	<b>15.716,81</b>	<b>15.315,89</b>	<b>14.915,11</b>	<b>14.251,97</b>	
<b>Efectivo disponible</b>	<b>8.566,74</b>	<b>10.109,59</b>	<b>11.908,22</b>	<b>13.782,77</b>	<b>15.999,84</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## EVALUACIÓN ECONÓMICA

### Evaluación Valor Actual Neto (VAN)

Para obtener el VAN es necesario calcular el beneficio neto actualizado (BNA), que es el valor actual del flujo de caja, y se actualiza aplicando la tasa de descuento (TD).

La tasa de descuento se obtiene a través del análisis del porcentaje de capital propio y financiado de la inversión y el porcentaje aplicado en tasas activas y pasivas del mercado financiero actual.

Tabla 71. Cálculo tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO				
DETALLE	%	DETALLE	TASAS DEL MERCADO	CALCULO TASA DE DESCUENTO
<b>PROPIO</b>	10%	PASIVA	3,50%	4%
<b>EXTERNO</b>	90%	ACTIVA	11,20%	3,28%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>7,28%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador (2014)

Elaborado por: Elizabeth Benavides

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = \frac{fe1}{(1+td)} + \frac{fe2}{(1+td)^2} + \frac{fe3}{(1+td)^3} + \frac{fe4}{(1+td)^4} + \frac{fe5}{(1+td)^5} - \text{INVERSION}$$

VAN = Valor Actual Neto

BNA = Beneficio Neto Actualizado

FE = Flujo de Efectivo de acuerdo al año

TD = Tasa de descuento

Reemplazando en la formula obtenemos para el primer año:

$$\text{VAN} = \frac{8566,74}{(1+7,28\%)} + \frac{10109,59}{(1+7,28\%)^2} + \frac{11908,22}{(1+7,28\%)^3} + \frac{13782,77}{(1+7,28\%)^4} + \frac{15999,84}{(1+7,28\%)^5} - 11.448,67$$

$$\text{VAN} = \$ 36718,14$$

El valor actual Neto es de \$ 36718,14 es decir que el proyecto es factible, puesto que el valor es mayor que cero, pues estamos determinando que luego de descontar la inversión inicial nos quedará este valor como ganancia.

### **Evaluación Tasa Interna de Retorno (TIR)**

El cálculo de la TIR ayuda a determinar cuál es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable. Para se necesita el flujo de caja proyectado y el tamaño de la inversión por lo cual se hace uso de la fórmula del VAN solo que en vez de hallar el VAN (el cual reemplazamos por 0), estaríamos hallando la tasa de descuento:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$0 = \frac{fe1}{1+i} + \frac{fe2}{(1+i)^2} + \frac{fe3}{(1+i)^3} + \frac{fe4}{(1+i)^4} + \frac{fe5}{(1+i)^5} - \text{INVERSION}$$

$$0 = \frac{8566,74}{(1+i)} + \frac{10109,59}{(1+i)^2} + \frac{11908,22}{(1+i)^3} + \frac{13908,22}{(1+i)^4} + \frac{15999,84}{(1+i)^5} - 11.448,67$$

$$i = 12\%$$

$$\text{TIR} = 12\%$$

12% es el porcentaje de la tasa de descuento máxima para este proyecto para ser rentable, tomando en cuenta que se utiliza la fórmula del VAN con una tasa de descuento de 7,28%. Por lo tanto se llega a la conclusión de que como la T.I.R. es superior a la tasa de descuento de la empresa, por lo tanto, se demuestra que el proyecto es factible.



## Periodo Promedio de recuperación

Este punto se refiere al tiempo que se va a demorar en recuperar la inversión echa inicialmente.

AÑO	FLUJO NETO
<b>Inversión</b>	\$ 11.448,67
<b>1</b>	8.566,74
<b>2</b>	10.109,59
<b>3</b>	11.908,22
<b>4</b>	13.782,77
<b>5</b>	15.999,84
<b>PRI= 2 años, 5 meses</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

El tiempo de la recuperación inicial es en 2 años con 5 meses con 2 días. Analizando los indicadores estudiados podemos mencionar que el proyecto es viable por lo cual es factible ponerlo en práctica.

## Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio es necesario conocer, además de los ingresos por ventas, los costos fijos y variables.

<b>COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES</b>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$ <b>1.982,67</b>	\$ <b>2.065,74</b>	\$ <b>2.152,29</b>	\$ <b>2.242,48</b>	\$ <b>2.336,44</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 666,79	\$ 694,73	\$ 723,84	\$ 754,17	\$ 785,77
<b>GASTOS VENTAS</b>	\$ 1.315,87	\$ 1.371,01	\$ 1.428,46	\$ 1.488,31	\$ 1.550,67
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	\$ <b>3.746,40</b>	\$ <b>3.903,37</b>	\$ <b>4.066,93</b>	\$ <b>4.237,33</b>	\$ <b>4.414,87</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	\$ 1.080,00	\$ 1.125,25	\$ 1.172,40	\$ 1.221,52	\$ 1.272,71

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	1.080,00	1.125,25	1.172,40	1.221,52	1.272,71
<b>CGF</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	1.586,40	1.652,87	1.722,13	1.794,28	1.869,46
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	<b>5.729,07</b>	<b>5.969,11</b>	<b>6.219,22</b>	<b>6.479,81</b>	<b>6.751,31</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Para determinar el punto de equilibrio tanto en unidades como en dólares se somete las siguientes formulas:

$$PE \text{ unidades} = CF \div (PU - CVU)$$

$$PE \text{ dólares} = CF \div 1 - (CVU/PU)$$

<b>PE. TARJETAS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PE DÓLARES</b>	\$ 483,52	\$ 487,01	\$ 490,42	\$ 493,75	\$ 497,01
<b>PE UNIDADES</b>	639	637	635	633	631
<b>CVU</b>	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,19	\$ 0,19	\$ 0,19

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

<b>PE. FUNDAS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PE DÓLARES</b>	\$ 363,76	\$ 365,73	\$ 367,65	\$ 369,52	\$ 371,34
<b>PE UNIDADES</b>	445	444	443	442	442
<b>CVU</b>	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 0,19	\$ 0,19	\$ 0,19

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

## Análisis de Impactos

Todo proyecto genera impactos social y económico, la propuesta de esta investigación provoca cambios de la situación de la población tulcanense como

resultado de la producción y comercialización de la producción de tarjetas y fundas.

Se identifica el impacto socioeconómico para permitir reducir riesgos y desarrollar la capacidad de adaptación de la empresa en el entorno cambiante y a su vez evaluar la contribución a la sociedad mediante la consecución de sus objetivos empresariales.

Se realizará una tabla de impactos en donde tendrá la siguiente escala: 3,2,1,0,-1,-2,-3, en donde se considera que 3 es impacto alto positivo y -3 impacto alto negativo.

#### Impacto Económico

En este impacto se determina la información cuantitativa y cualitativa sobre, producción, empleo, medio ambiente, en el cual permite atraer fuentes de financiamiento.

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Indicadores</b>								
<b>Crecimiento</b>							x	
<b>Empleo</b>						x		
<b>Nivel de ingresos</b>							x	
<b>TOTAL</b>						2	6	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Fórmula de cálculo:

$$Impacto = \frac{\sum Nivel\ de\ impactos}{Número\ de\ indicadores}$$

$$Impacto = \frac{8}{3} = 2,67$$

Análisis:

Crecimiento empresarial: a través de la creación de la planta procesadora y comercializadora de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, será un factor positivo porque incentivara a la creación de nuevas industrias dentro de la localidad y así ayudar al crecimiento economico en la ciudad.

Empleo: con la creación de la empresa ARTEPAPEL se podrá ofertar esta nueva fuente de empleo, y por ende se ayudará a disminuir la tasa de desempleo que aqueja a la localidad.

Nivel de ingresos: con respecto a este impacto se ayudara a mejor los ingresos de las personas dedicadas a la recolección, y a personas que necesiten un ingreso digno.

### Impacto Social

En este impacto se determina el comportamiento y el cambio a lo nuevo, esto puede ser la producción de un nuevo producto o servicio.

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Impactos</b>								
<b>Culturización</b>							x	
<b>Estilo de vida</b>						x		
<b>Educación</b>						x		
<b>TOTAL</b>						4	3	7

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Fórmula de cálculo:

$$Impacto = \frac{\sum Nivel\ de\ impactos}{Número\ de\ indicadores}$$

$$\text{Impacto} = \frac{7}{3} = 2,33$$

Análisis:

Culturización.- este aspecto es de mucha importancia porque influye mucho la cultura y el comportamiento que tienen los tulcanenses, por lo tanto con este punto se impactará de una forma positiva.

Estilo de vida: con la creación de la empresa ARTEPAPEL se podrá desarrollar nuevos productos como tarjetas y fundas de regalos personalizadas, con lo cual se podrá mejorar un estilo de vida, en donde se le atenderá personalmente al cliente.

Educación: con respecto a este impacto se ayudará a la parte investigativa y a su vez prácticas del estudiante para el conocimiento industrial y el tratamiento de papel reciclado.

### Impacto Ambiental

En este impacto se determina como la acción que se tiene con el medio ambiente.

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Indicadores</b>								
Reciclaje							x	
Contaminación Ambiental							x	
Preservación de árboles							x	
<b>TOTAL</b>							9	9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Fórmula de cálculo:

$$Impacto = \frac{\sum Nivel de impactos}{Número de indicadores}$$

$$Impacto = \frac{9}{3} = 3$$

Análisis:

Reciclaje: a través de la creación de la planta procesadora y comercializadora de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, se dará un impacto positivo debido a que se está ayudando al medio ambiente.

Contaminación ambiental : con la creación de la empresa ARTEPAPEL se podrá tener una disminución de la contaminación ambiental debido a que este proyecto se enfoca en el reciclaje.

Preservación de árboles: con respecto a este impacto se ayudara a la no tala de arboles, porque la principal materia prima es el papel reciclado.

Impacto general

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Indicadores</b>								
<b>Económico</b>							x	
<b>Social</b>						x		
<b>Ambiental</b>							x	
<b>TOTAL</b>						2	6	8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

$$Impacto = \frac{\sum Nivel de impactos}{Número de indicadores}$$

$$\text{Impacto} = \frac{8}{3} = 2,67$$

Después de haber hecho el análisis por el cada uno de los impactos como son social, económico y social se determina un impacto de 2,67 en el cual se establece que es un nivel de impacto positivo alto, por lo cual, es factible el desarrollo de la planta procesadora y comercializadora de papel reciclado en la ciudad de Tulcán.

## **CONCLUSIONES**

- En el estudio de mercado se establece que tenemos demanda insatisfecha con respecto a los productos de tarjetas y fundas de papel, por lo tanto se determina que se cubre el 96% de la misma, debido a que arroja un 4% de competencia indirecta.
- En el estudio técnico se determina las especificaciones para el número de maquinarias, capacidad instalada, ubicación de la planta procesadora y local comercial y se detalla el diseño del producto necesario.
- Para el estudio financiero se determina todos los costos y gastos que se incurren en lo referente a la producción de las tarjetas y fundas de papel, en donde se proyecta los estados financieros para 5 años.
- En la evaluación económica se determina un VAN positivo en donde se observa que es factible el proyecto debido a que es mayor que cero, a su vez en la determinación del TIR se establece que es mayor a la tasa de descuento con el 12%, por tanto es viable.
- En el análisis de impacto se establece que tiene un impacto alto positivo con referente a la planta productora y comercializadora de papel reciclado.

## **RECOMENDACIONES:**

- Basarse en investigaciones reales y confiables para obtener resultados reales.
- Usar información real y relevante, con el apoyo de la competencia para determinar un buen estudio de mercado.
- Es necesario desarrollar nuevos estudios similares para determinar el crecimiento empresarial dentro de la localidad.
- Realizar la implementación efectiva de la planta de producción y comercialización de productos de papel reciclado ARTEPAPEL.
- Apegarse netamente a las políticas gubernamentales y buscar apoyo del mismo para el desarrollo industrial.
- Se recomienda hacer un estudio de factibilidad basándose en la provincia del Carchi y el sector fronterizo de Colombia como mercado objetivo.



## 6. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Alfaomega. Recuperado el 10 de septiembre del 2014 en <http://libroweb.alfaomega.com.mx/catalogo/pmlproduccionmaslimpia/libreacceso>

Baca Urbina. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: MCGRAW-HILL

Banco Central del Ecuador. (2014). Recuperado el 10 de noviembre del 2014 en [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es)

Bohórquez Tania. (2000). *MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA PARA PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS*. Quito: Komunicarte.

Cadme Nube y Miranda Liliana. (2012). *Estudio de Factibilidad para una Planta Procesadora de papel y cartón reciclado en la ciudad de Azogues*. Azogues: Universidad Politécnica Salesiana.

Castells Xavier. (2009). *RECICLAJE DE RESIDUOS INDUSTRIALES*. ESPAÑA: DIAZ DE SANTOS.

*CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN*. (2010)

Córdova Alfredo. (2003). *Diccionario contable y mas* . Ecuador: ABACO.

*Constitución de la República del Ecuador*. (2008)

Chase Richard. (2005 ). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. Mexico: McGRAW HILL.

Chase Richard. (2009 ). *Administración de operaciones, producción y cadena de suministros*. México : Mc Graw Hill.

Chase Richard. (2014). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. Mexico: McGRAW HILL.

Chiavenato Idalberto. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: MCGRAW-HILL

De Juan Vigaray. (2005). *COMERCIALIZACIÓN Y RETAILING DISTRIBUCION COMERCIAL APLICADA*. España: Pearson.

Espinoza Leonela y Peralta Marisol. (2011). *Estudio De Prefactibilidad Para La Creación De Una Industria Que Fabrica Papel Test Liner Reciclado*. Milagro: Universidad Estatal de Milagro.

Evans James Y Lindsay William. (2008). *ADMINISTRACION Y CONTROL DE LA CALIDAD*. Santa Fe: CENGAGE.

Ferrell O. (2012). *Estrategias de marketing*. México: CENGAGE.

FODEMI. (2014). Recuperado el 12 de septiembre del 2014 en <http://fodemi.org/productos-y-servicios/financieros/simulador-de-credito/>

Griffin Ricky. (2011). *Administración*. México: CENGAGE

Hoof Bart, Monroy. (2008). *Produccion mas limpia* . México: Alfaomega.

Hof Bart; Monroy y Saer, A. (2011). *Producción más limpia*. México: Alfaomega.

Kotler Philip y Armstrong Gary. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.

INEC. (2010). Recuperado el 20 de diciembre del 2013 en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

KRUGMAN, Paúl. (2011). *Fundamentos de economía* . España : Reverte.

#### *LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO CODIFICACIÓN 26- 2004*

Niño V. (2011) *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.

ONUDI. (s.f.).Recuperado el 27 de 01 de 2014, de [http://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/Services/Environmental\\_Management/CP\\_ToolKit\\_spanish/PR-Volume\\_01/1-Textbook.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Services/Environmental_Management/CP_ToolKit_spanish/PR-Volume_01/1-Textbook.pdf)

Parkin Michael. (2010). *Macroeconomía*. México: Pearson.

*Plan Nacional del Buen Vivir*. (2013).

Reciclar Cia. Ltda. (2010) Recuperado el 23 de Noviembre del 2012 en <http://reciclar.com.ec/servicios-reciclaje-compra-venta-clasificacion-de-papel-carton-plastico-chatarra-vidrio-medio-ambiente-ecuador.php?tablaib=servicios&p=5&t=Recoleccion-y-Clasificacion&>

Sabino, C. A. (1998). *Como hacer una tesis* . Buenos Aires: LUMEN/HVMANITAS.

Samuelson Paúl. (2010). *Microeconomía*. México: McGRAW-HILL

Stanton Willan. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGRAW-HILL.

SENPLADES. (2012). *Agenda Zonal para el buen vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial*. Quito.

Taylor Jhon. (2012). *Principios de la economía*. México: CENGAGE.

Valarino E, Yáber G, Cemborain M (2012). *Metodología de la investigación Paso a Paso*. México. Trillas.

## 7. ANEXOS.



### **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**Objeto de la encuesta:** Obtener información para determinar la factibilidad de una empresa de producción de papel reciclado.

#### **DATOS PERSONALES**

**Genero:**

**Masculino** \_\_\_\_\_ **Femenino** \_\_\_\_\_

**Edad entre:**

15-25

26-35

36-45

46- en adelante

**MARQUE CON UNA X**

**1. ¿Compraría usted productos de papel reciclado?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**SI CONTESTA NO, SIGA A LA PREGUNTA 13**

**2. ¿Le gustaría adornar su hogar u oficina con productos de papel reciclado de diseños únicos y diferentes?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**3. ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?**

<i>Buena calidad</i>	
<i>Diseño innovador</i>	
<i>Combinación con el espacio a decorar</i>	
<i>Estilo personalizado</i>	
<i>Variedad en diseños</i>	
<i>Tamaño del producto</i>	
<i>Ayuda al cuidado del medio ambiente</i>	

**4. ¿Cuáles son los motivos por la que compra productos de artesanía?**

<i>Para usos personal</i>	
<i>Para regalo</i>	
<i>Otros</i>	

Si contesto otros, especifique: \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado? Determine según la escala:**

3 = Aceptable

2 = no muy aceptable

1 = Rechazado

<b>Productos</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<i>Tarjetas con motivos diferentes para todo tipo de ocasión</i>			
<i>Fundas para regalos</i>			
<i>Cajas para regalo</i>			
<i>Porta retratos</i>			

<i>Cuadros decorativos</i>			
<i>Adornos para sala, comedor, dormitorio, etc.</i>			
<i>Porta lápices</i>			
<i>Floreros</i>			
<i>Vasijas</i>			
<i>Otros.</i>			

**Si contesto Otros, especifique** \_\_\_\_\_

**6. ¿Cuánto pagaría usted por? (unidades en dólares)**

<b>Productos</b>	<b>0.2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
	<b>0</b>										
<b><i>Tarjetas con motivos diferentes para todo tipo de ocasión (Medidas: 21 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Fundas para regalos (Medidas: 30 cm x 21cm.)</i></b>											
<b><i>Cajas para regalo (Medidas: 30 cm x 21cm)</i></b>											
<b><i>Porta retratos (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Cuadros decorativos (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Adornos para sala, comedor, dormitorio, etc. (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Porta lápices (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Floreros (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											
<b><i>Vasijas (Medidas: 20 cm x 15 cm)</i></b>											

**7. ¿Con qué frecuencia compraría usted productos de papel reciclado?**

<i>Diariamente</i>	
<i>Semanalmente</i>	
<i>Mensualmente</i>	
<i>Anualmente</i>	

**8. ¿Cuánto gasta usted mensualmente por la compra de productos de papel reciclado?**

\_\_\_\_\_

**9. ¿Le gustaría que existiera un lugar exclusivo que expenda productos de papel reciclado?**

<i>SI</i>	
<i>NO</i>	

**Si contesto no especifique: ¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**10. ¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?**

<i>Local comercial</i>	
<i>Supermercados</i>	
<i>Tiendas</i>	
<i>Vía internet</i>	

**11. ¿En el último mes ha observado usted alguna publicidad sobre productos de papel reciclado?**

<i>SI</i>	
<i>NO</i>	



**12. ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?**

<i>Folletos</i>	
<i>Revistas</i>	
<i>Prensa</i>	
<i>Televisión</i>	
<i>Redes Sociales</i>	
<i>Internet en general</i>	

**13. ¿Conoce usted un lugar donde produzcan o realicen productos de papel reciclado?**

<i>SI</i>	
<i>NO</i>	

**¿Cuál?** \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué productos de papel reciclado realizan en el lugar que conoce?**

\_\_\_\_\_

*Muchas gracias por su colaboración.*



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

**Objeto de la encuesta:** Obtener información para determinar la factibilidad de una empresa de producción de papel reciclado.

### DATOS PERSONALES

**Genero:**

*Masculino* \_\_\_\_\_ *Femenino* \_\_\_\_\_

**¿EDAD?**

15 - 20

21 - 30

31 - 40

41- en adelante

**MARQUE CON UNA X**

1. *¿Usted trabaja con alguna institución o entidad dedicada al reciclaje?*

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**¿Cuál?** \_\_\_\_\_

2. *¿La institución para la cual usted trabaja realiza actividades de?*

<i>Reciclar</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Reciclar y exportar</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Reciclar y producir</i>	<input type="checkbox"/>

3. **¿Cuál es su relación laboral?**

<i>Bajo relación de dependencia</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Informal</i>	<input type="checkbox"/>

4. **¿Está usted asegurado al IESS?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**5. ¿Cuántas horas dedica usted a la recolección?**

Medio Tiempo (4 horas)	
Tiempo completo (8 horas)	
Días Festivos, Sábados y Domingos	
Otros (especifique):	

**6. ¿Cuántas personas de su familia trabajan en la recolección?**

\_\_\_\_\_

**7. ¿Qué cantidad reciclan diariamente de papel?**

<b>Kilos</b>	
50- 100	
150- 200	
250 -300	
350-400	
450 – 500	
550 en adelante	

**8. ¿Cuánto paga usted por la recolección total del papel diariamente?  
(proporción en dólares)**

\_\_\_\_\_

**9. ¿Cuánto cobra usted en la recolección de papel por kilo?**

\_\_\_\_\_

**10. ¿En qué lugares obtiene el papel reciclado?**

Oficinas	
Escuelas	
Casas	
Centros Comerciales	
Otros (especifique):	

**11. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en la recolección?**

\_\_\_\_\_

**12. ¿A parte del trabajo de recolección, usted posee otro medio de ingresos?**

SI	
NO	

**¿Cuál?** \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuántas personas estudian en su familia?**

\_\_\_\_\_

**14. ¿Cuál es su condición de vida?**

MALA	
REGULAR	
BUENA	
MUY BUENA	

**15. ¿Cuánto dinero obtiene por la recolección mensualmente? (proporción en dólares)**

\_\_\_\_\_

**16. ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?**

Remuneración Mensual	
IESS	
Décimo Tercero y décimo cuarto sueldo	
Comisiones	
Otras	

**Especifique:** \_\_\_\_\_

Anexo de la tabulación de encuestas

**Encuesta a personas tulcaneñas**

1) Adorno del hogar u oficina

**Tabla 1:**  
**¿Le gustaría adornar su hogar u oficina con productos de papel reciclado de diseños únicos y diferentes?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	101	26,4	26,4	26,4
Si	260	68,1	68,1	94,5
No	21	5,5	5,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

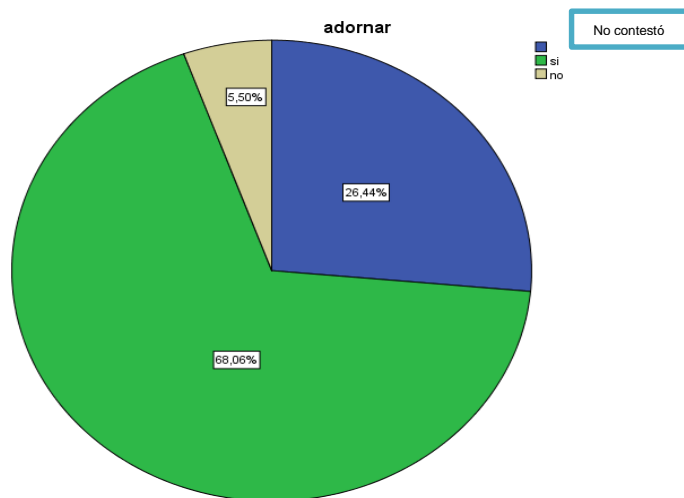


Figura 1: ¿Le gustaría adornar su hogar u oficina con productos de papel reciclado de diseños únicos y diferentes?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Casi el total del público encuestado afirma que compraría productos de papel reciclado para adornar su hogar u oficina, por considerarse un producto innovador y nuevo en el mercado, dado así se identifica que las personas se están concientizando con el cuidado del medio ambiente debido a que en la actualidad se hace campañas de reciclaje mediante el Gobierno

actual y el Ministerio del Medio Ambiente. Por el tanto existe una fracción no contestada debido a que existe una pregunta filtro que no les permite contestar esta pregunta.

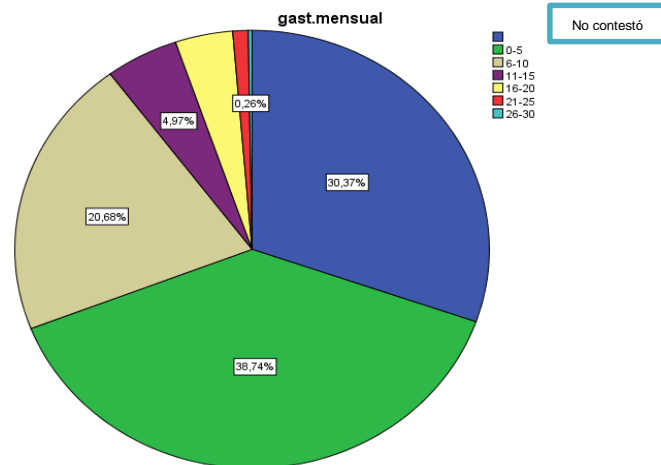
### Gasto mensual

Tabla 2. ¿Cuánto gastaría usted mensualmente por la compra de productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	116	30,4	30,4	30,4
0-5	148	38,7	38,7	69,1
6-10	79	20,7	20,7	89,8
11-15	19	5,0	5,0	94,8
16-20	15	3,9	3,9	98,7
21-25	4	1,0	1,0	99,7
26-30	1	,3	,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 2 ¿Cuánto gasta usted mensualmente por la compra de productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

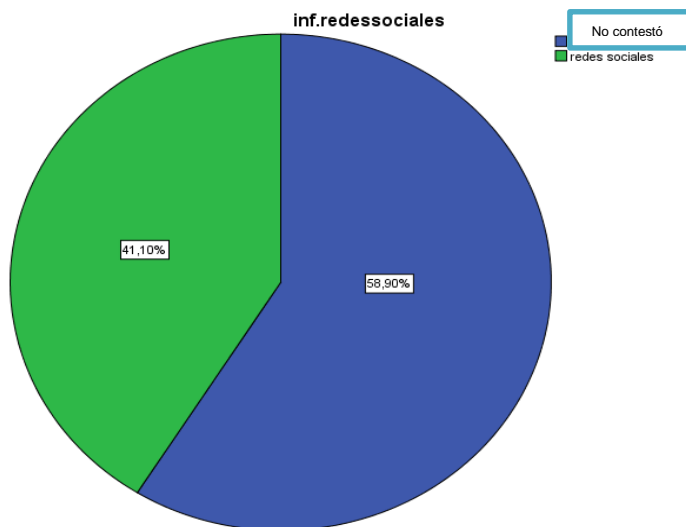
Análisis.-Existe un amplio número de individuos encuestados de la población de Tulcán que responde a la opción de estar dispuestos a pagar entre 0 a 5 dólares en productos de papel reciclado, sin embargo un grupo establece que estaría dispuestos a pagar en 6 a 10 dólares, pero es un poco demostrativo el en una fracción de la población estaría dispuesto a pagar por el producto entre 11 a 15 Dólares. Es decir que podríamos involucrar un precio significativo entre los 5 a 10 dólares como precio tentativo para nuestro producto, estos precios se determinarían después de analizar los componentes y costos incurridos en el proceso de producción.

Tabla 3: (Redes sociales) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	225	58,9	58,9	58,9
redes sociales	157	41,1	41,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 3 ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis. - Hoy en la actualidad un medio muy utilizado son la redes sociales por lo que a su vez afirman una cuarta parte de la población que le gustaría recibir información con respecto a los productos de papel reciclado en lo que se llama el fenómeno de las redes sociales esto se determina en toda edad y género.

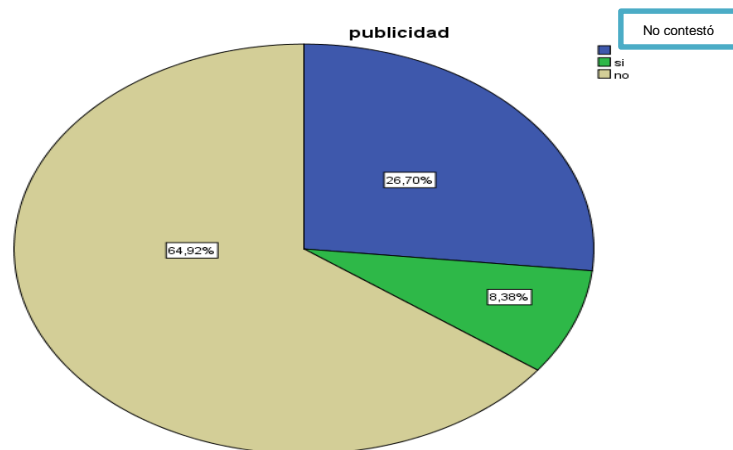
### Observación de publicidad

Tabla 4. ¿En el último mes ha observado usted alguna publicidad sobre productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	102	26,7	26,7	26,7
Si	32	8,4	8,4	35,1
No	248	64,9	64,9	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 4. ¿En el último mes ha observado usted alguna publicidad sobre productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



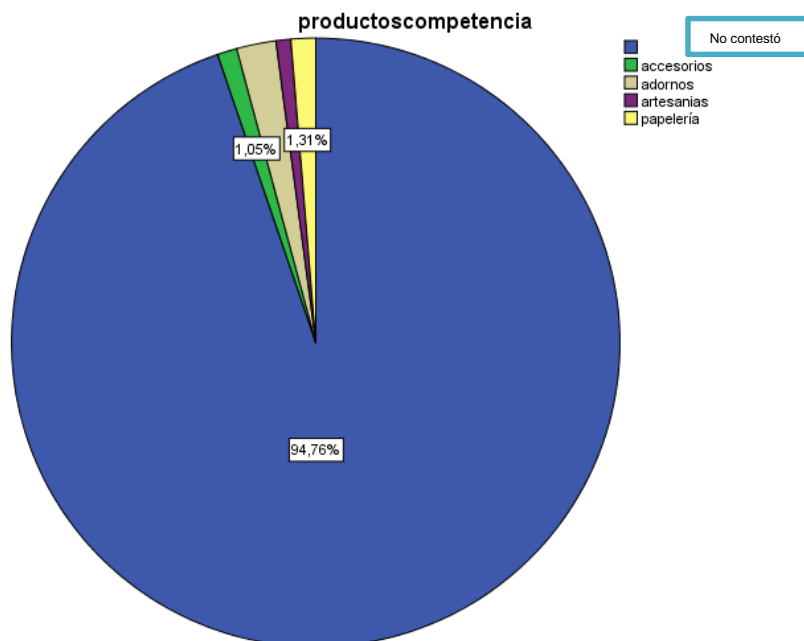
Análisis.- Los consumidores debido a la tabla anterior arroja un total de que la mayoría de la población que no ha observado ninguna publicidad en la ciudad de Tulcán de productos de papel reciclado, por lo cual una pequeñísima parte informaron que si han observado debido a la explicación de las encuestas efectuadas son publicidad en otras ciudades.

### Productos de competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestado	362	94,8	94,8	94,8
Accesorios	4	1,0	1,0	95,8
Adornos	8	2,1	2,1	97,9
Artesanías	3	,8	,8	98,7
Papelería	5	1,3	1,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 5 ¿Qué productos de papel reciclado realizan en el lugar que conoce?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

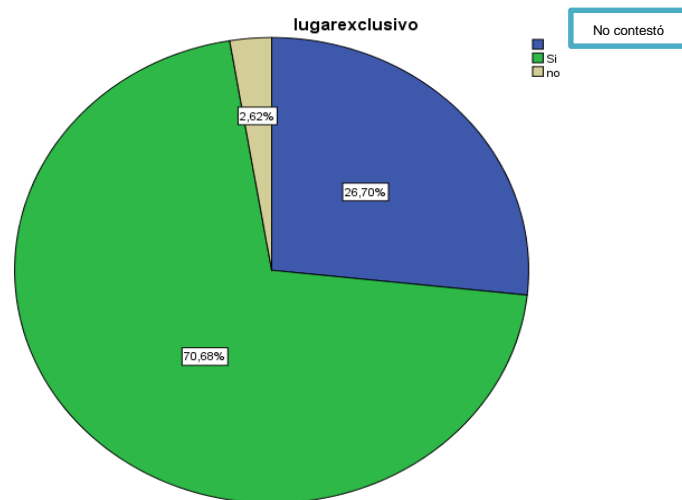
Análisis.- Esta pregunta tiene relación con la anterior debido a que se hace referencia al lugar a que conocen donde produzcan productos de papel reciclado por lo tanto la fracción máxima no ha contestado absolutamente nada, y mientras que la otra parte mínima de la población ha contestado que realizan adornos, papelería y accesorios.

### Lugar exclusivo

Tabla 6. ¿Le gustaría que existiera un lugar exclusivo que expendiera productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	102	26,7	26,7	26,7
Si	270	70,7	70,7	97,4
No	10	2,6	2,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 6. ¿Le gustaría que existiera un lugar exclusivo que expendiera productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

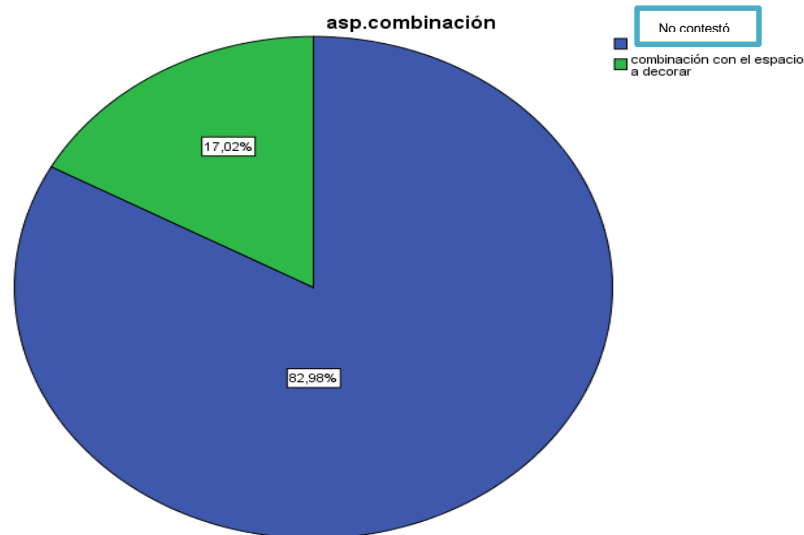
Análisis.-Es importante identificar en esta pregunta que las personas de la ciudad de Tulcán le gustaría que existiera un lugar exclusivo para adquirir los productos de papel reciclado a nuestros posibles consumidores por cuanto sabremos elegir el canal de distribución correspondiente. En base a esto respuestas de la población se puede concluir que la expansión de los productos de papel reciclado se deberían vender en local comercial de la empresa es por ello que se determina que esto debe de ser un factor a considerar para la idea a defender.

Tabla 7: **(Combinación)**  
 ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	317	83,0	83,0	83,0
combinación con el espacio a decorar	65	17,0	17,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Figura 7.** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Debido a la tabla y gráfica anterior respectivamente se determina que sólo una mínima porción de la población tulcanéna afirma que compraría el producto con el fin de combinar con el espacio a decorar, esto quiere decir que no es un aspecto primordial para el producto, no es de interés principal para el consumidor.

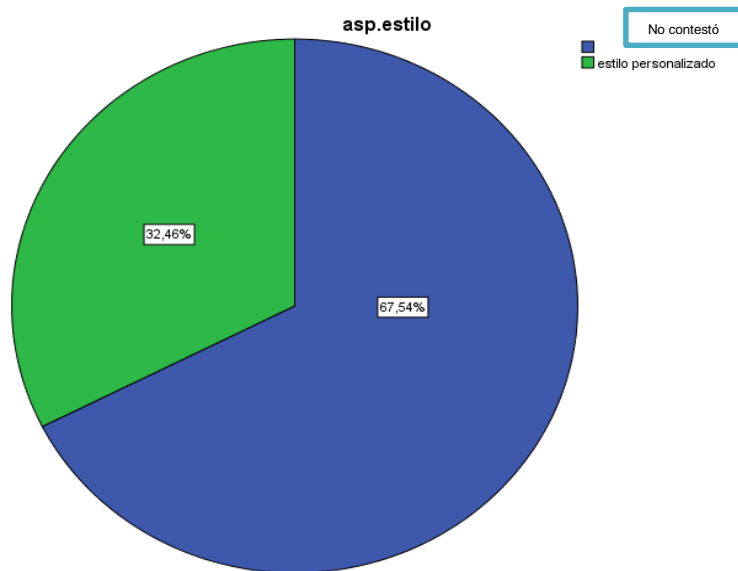
Tabla 7: ( **Estilo personalizado** )

¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	258	67,5	67,5	67,5
estilo personalizado	124	32,5	32,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Gráfica 7.** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

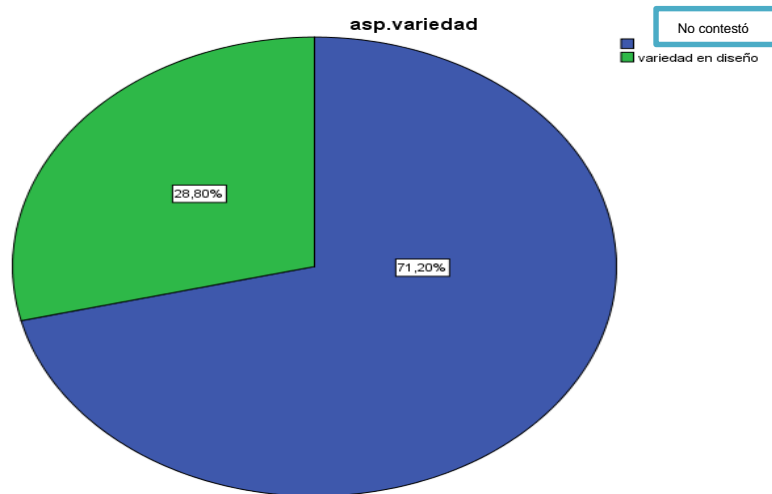
Análisis.- Existe un amplio número de individuos encuestados de la ciudad de Tulcán que indican que están de acuerdo con comprar el producto de papel reciclado con referente al estilo personalizado, ya que a estas personas les

gustaría tener un toque diferente a los demás, por lo tanto como mecanismo de venta se determinaría este punto a favor de la producción del papel reciclado.

Tabla 8: ( <b>Variedad de productos</b> )				
¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	272	71,2	71,2	71,2
variedad en diseño	110	28,8	28,8	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Figura 8.** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

Fuente: Investigación de campo

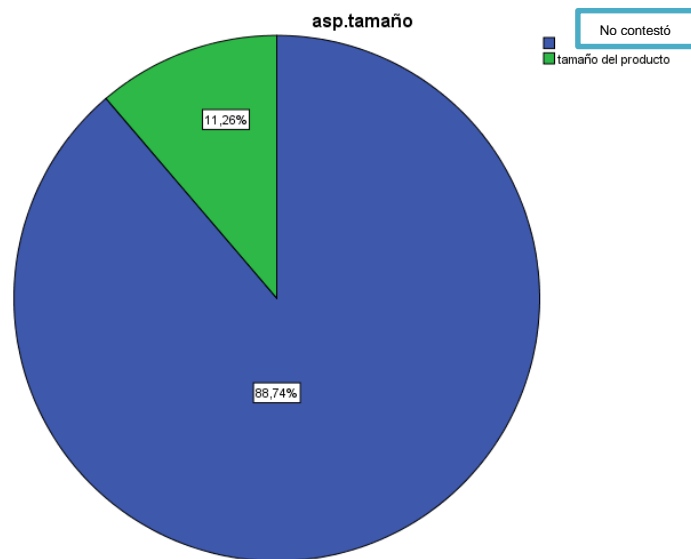
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Debido a la contestación que dieron los encuestados se determina que una mínima cantidad de la población está de acuerdo que exista una variedad de diseños por lo que este aspecto se hace un poco alejado de la producción de productos de papel reciclado, sin embargo la mayoría no contestó nada debido a que estas personas no consideran importante la variedad del producto.

Tabla 9: (Tamaño del producto)				
¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	339	88,7	88,7	88,7
tamaño del producto	43	11,3	11,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Figura 9.** ¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

**Análisis.-** Los individuos han contestado con respecto a este punto de la pregunta que no es de mucha importancia el aspecto del tamaño del producto, por lo tanto se concluye que debido a lo que contestaron no es aspecto a considerar para los productos de papel reciclado a la hora de la venta a nuestros consumidores.

Tabla 10: ( <b>Cajas de regalo</b> )				
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	118	30,9	30,9	30,9
Rechazado	22	5,8	5,8	36,6
no muy aceptable	74	19,4	19,4	56,0
Aceptable	168	44,0	44,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

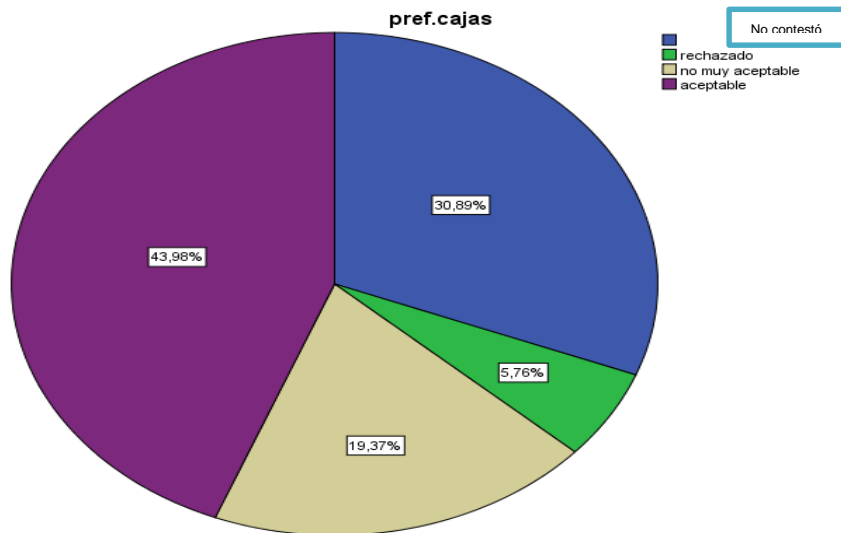


Figura 10: ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado? Determine según la escala:

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la tabla anterior analizada se determina otra opción posible para la gama de productos de papel reciclado que son las cajas de regalo por lo que menos de la mitad encuesta establece que en su preferencia le gustaría tener cajas de regalo, por ello este punto de la pregunta se no se lo hará de menos pero se lo tomara posteriormente para futuros estudios.

Tabla 11: ( Porta retratos)  
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	115	30,1	30,1	30,1
Rechazado	48	12,6	12,6	42,7
no muy aceptable	102	26,7	26,7	69,4
Aceptable	117	30,6	30,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

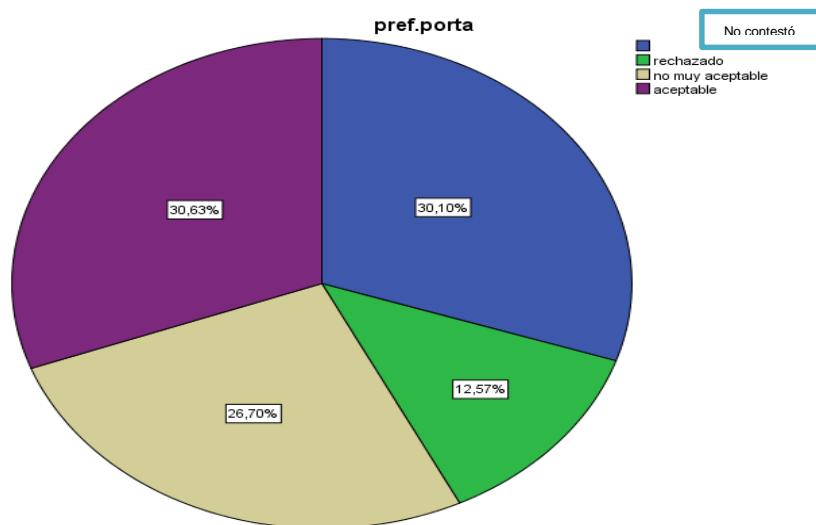


Figura 11 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después de observar el cuadro, menos de la mitad de la población que aceptaría los porta retratos como una opción de compra en la gama de productos por lo que este pequeño porcentaje no es satisfactorio para hacer esta producción.



Tabla 12: (Cuadros Decorativos)				
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	115	30,1	30,1	30,1
Rechazado	50	13,1	13,1	43,2
no muy aceptable	89	23,3	23,3	66,5
Aceptable	128	33,5	33,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

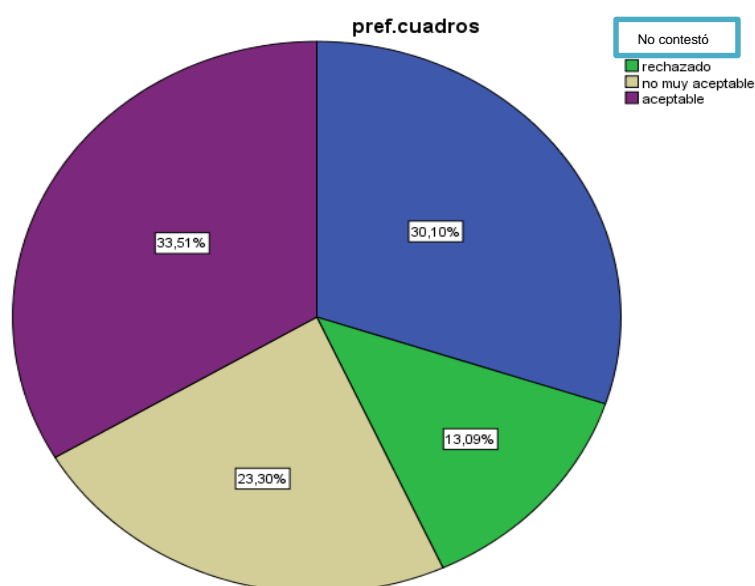


Figura 12. ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Inmediatamente de realizar un análisis profundo de la tabla anterior establece que en un tercio de la población ha determinado que estaría dispuesto a que en la gama de productos existiera cuadros decorativos por lo que sólo una pequeña cantidad compararía este producto, por ende no es muy

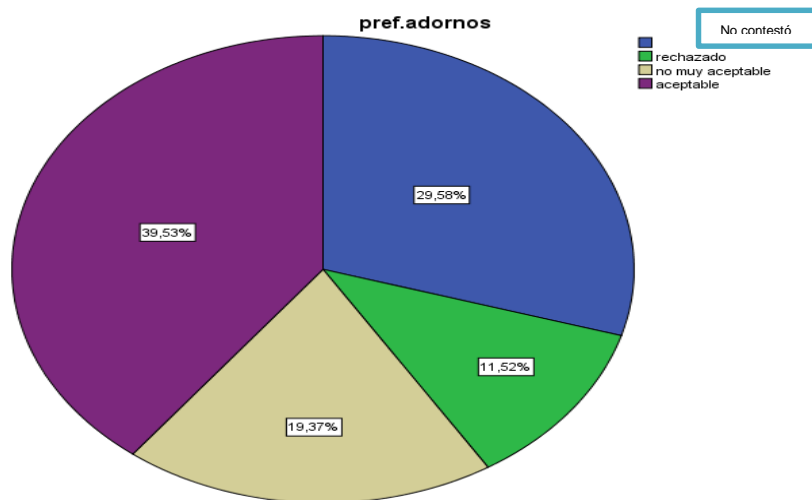
aconsejable que este producto no estaría en la gama, pero no se descarta de la investigación.

Tabla 13: ( **Adornos** )  
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	113	29,6	29,6	29,6
Rechazado	44	11,5	11,5	41,1
no muy aceptable	74	19,4	19,4	60,5
Aceptable	151	39,5	39,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 13 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En el análisis previo a la tabla y gráfica se implanta que una cuarta parte de la población piensa como una gama de productos en los adornos tanto para sala, comedor, cocina y baño ya que estarían dispuestos a comprarlo, en el cual se determina uno de los productos para la venta.

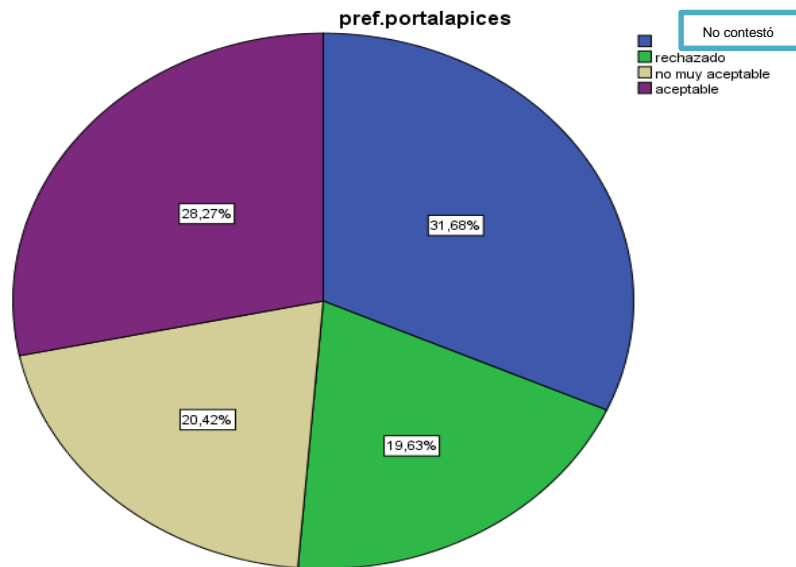
Tabla 14: (porta lápices)

¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	121	31,7	31,7	31,7
Rechazado	75	19,6	19,6	51,3
no muy aceptable	78	20,4	20,4	71,7
Aceptable	108	28,3	28,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 14 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

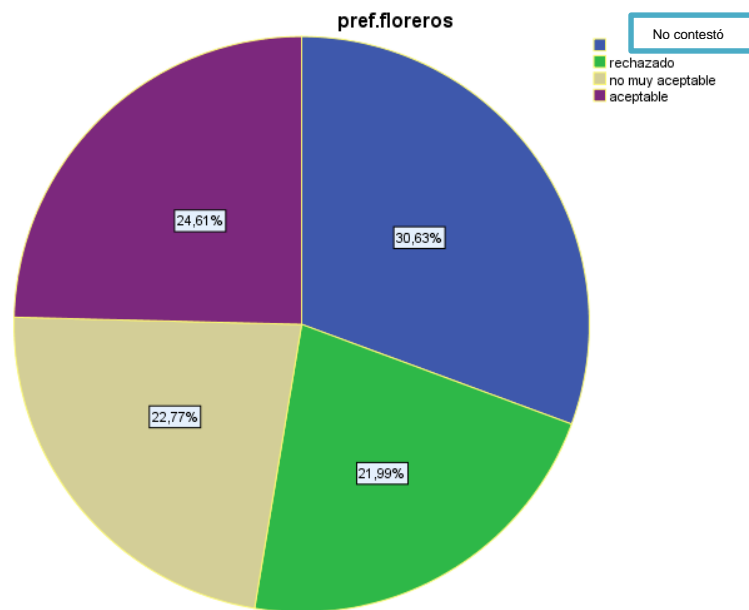
Análisis.- Solamente una pequeñísima cantidad de la población quisiera que existiera en la gama de productos los porta lápices, en el cual es un poco favorecedor para abrir en la gama de productos este artículo. Por lo cual no se recomienda abrir en la gama este producto, pero si dejarlo para investigaciones futuras.

Tabla 15: ( **Floreros** )  
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	117	30,6	30,6	30,6
Rechazado	84	22,0	22,0	52,6
no muy aceptable	87	22,8	22,8	75,4
Aceptable	94	24,6	24,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 15 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

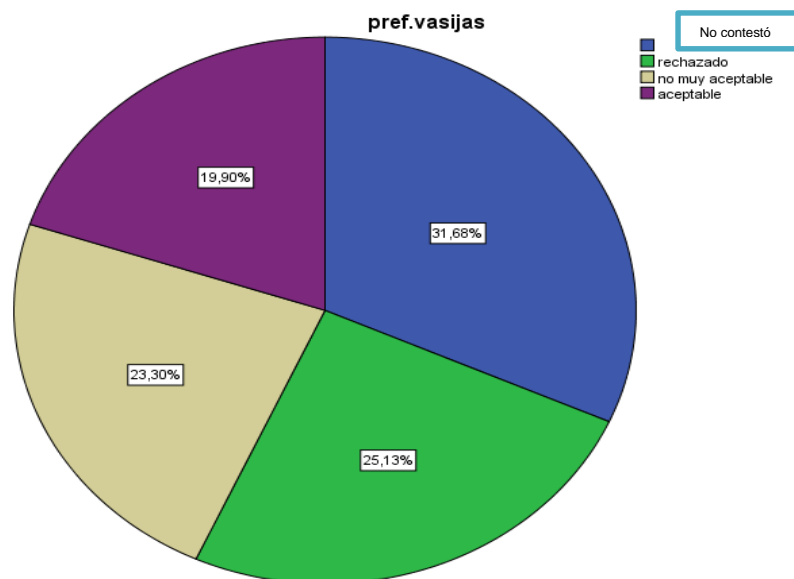
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Posteriormente de haber observado la preferencia por estos los floreros se falla que una pequeña cantidad acepta este producto, por lo cual este producto no está dentro de la gama de productos para la venta, en el cual la población rechaza este producto absolutamente.

Tabla 16: (Vasijas)				
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	121	31,7	31,7	31,7
rechazado	96	25,1	25,1	56,8
no muy aceptable	89	23,3	23,3	80,1
aceptable	76	19,9	19,9	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 16 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Absolutamente después de haber observado la tabla anterior se establece que en la gama de productos no estaría este artículo, por lo que la mayoría de la población rechaza este producto definitivamente, por lo que este producto no se vendería bien el mercado.

**Tabla 17: (Otros)**  
¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	171	44,8	44,8	44,8
Rechazado	92	24,1	24,1	68,8
no muy aceptable	60	15,7	15,7	84,6
Aceptable	59	15,4	15,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Elizabeth Benavides

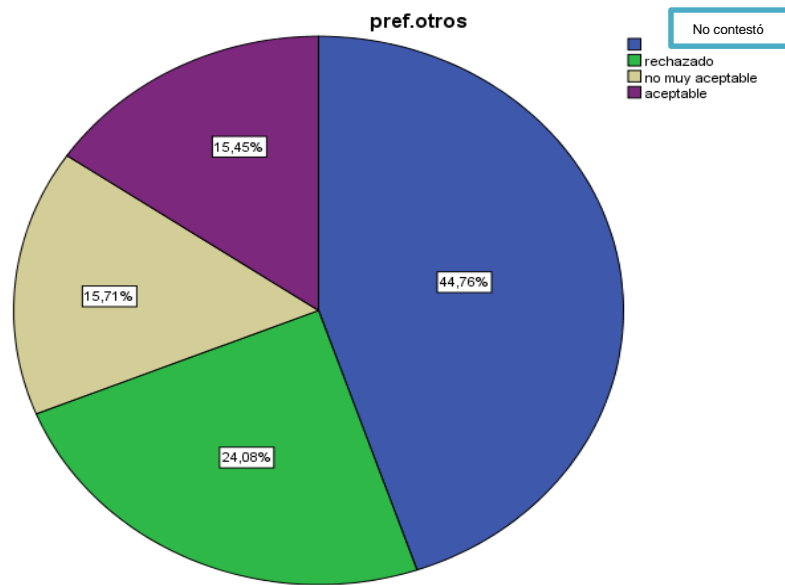


Figura 17 ¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Cuando se hicieron las encuestas se dispuso que una pequeñísima cantidad de la población no estaría dispuesto a comprar otros productos y en los pocos que mencionaron que si estarían dispuestos a comprar otros

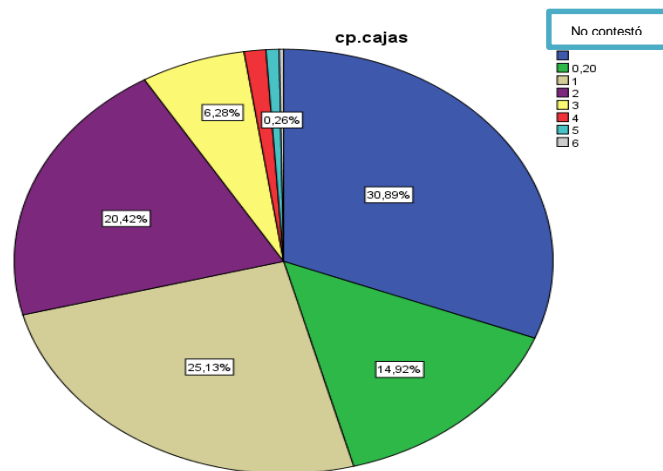
productos mencionaron adornos para baño y sala y esto ya está dispuesto en esta misma pregunta en el ítem anterior

**Tabla 18: (Cajas de regalo)**  
**¿Cuánto pagaría usted por?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	118	30,9	30,9	30,9
0,20	57	14,9	14,9	45,8
1	96	25,1	25,1	70,9
2	78	20,4	20,4	91,4
3	24	6,3	6,3	97,6
4	5	1,3	1,3	99,0
5	3	,8	,8	99,7
6	1	,3	,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 18. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

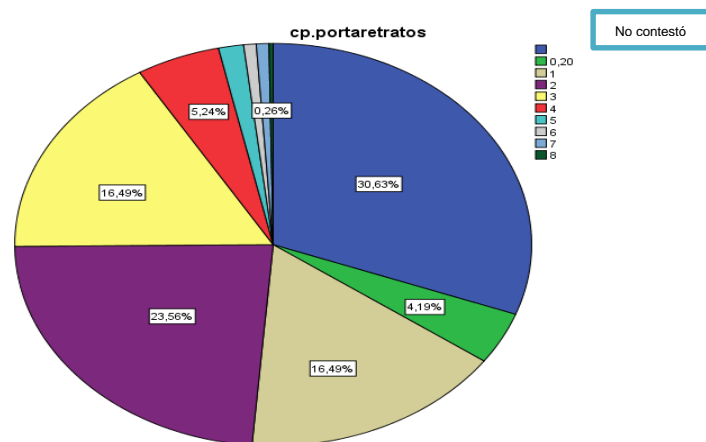
Análisis.- Determinando el análisis respectivo a esta tabla se puede observar que el porcentaje de la población pagaría 1 dólar por cada caja de regalo y la otra cantidad de población estaría dispuesta a pagar hasta 2 dólares, por lo tanto se puede estipular precios entre 1 y 2 dólares.

**Tabla 19: (Porta retratos)**  
**¿Cuánto pagaría usted por?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	117	30,6	30,6	30,6
0,20	16	4,2	4,2	34,8
1	63	16,5	16,5	51,3
2	90	23,6	23,6	74,9
3	63	16,5	16,5	91,4
4	20	5,2	5,2	96,6
5	6	1,6	1,6	98,2
6	3	,8	,8	99,0
7	3	,8	,8	99,7
8	1	,3	,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 19. ¿Cuánto pagaría usted por? (unidades en dólares)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



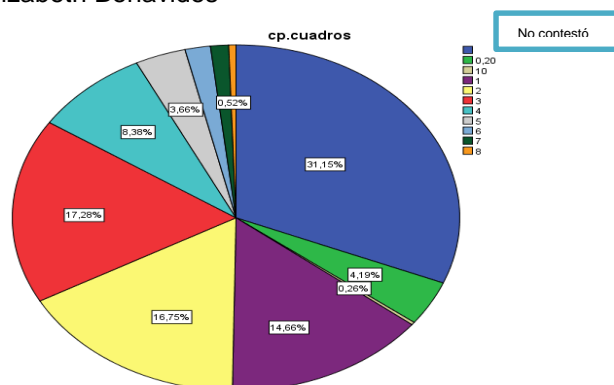
Análisis.- A continuación se describe un análisis profundo acerca de los datos recabados en la tabla de frecuencia anterior, en el que se determina que el precio que la población estaría dispuesto a pagar es de 2 a 3 dólares.

**Tabla 20: (Cuadros decorativos)**  
**¿Cuánto pagaría usted por?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	119	31,2	31,2	31,2
0,20	16	4,2	4,2	35,3
10	1	,3	,3	35,6
1	56	14,7	14,7	50,3
2	64	16,8	16,8	67,0
3	66	17,3	17,3	84,3
4	32	8,4	8,4	92,7
5	14	3,7	3,7	96,3
6	7	1,8	1,8	98,2
7	5	1,3	1,3	99,5
8	2	,5	,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 20. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En este punto se da a conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el consumidor por los cuadros decorativos, y las personas tulcanesas están dispuestos a pagar entre uno a tres dólares, por el cual este puede ser el precio de este producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	115	30,1	30,1	30,1
0,20	18	4,7	4,7	34,8
10	10	2,6	2,6	37,4
1	36	9,4	9,4	46,9
2	50	13,1	13,1	59,9
3	42	11,0	11,0	70,9
4	46	12,0	12,0	83,0
5	46	12,0	12,0	95,0
6	9	2,4	2,4	97,4
7	5	1,3	1,3	98,7
8	5	1,3	1,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

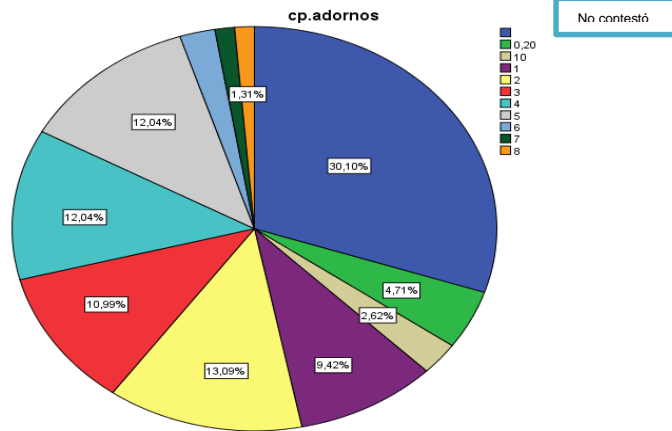


Figura 21. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Inmediatamente de la observación de la tabla de frecuencia se puede estipular unos precios de preferencia con respecto a adornos de papel reciclado estipulados entre 2, 4 y 5 dólares por cada unidad en la venta.

Tabla 22: (Porta lápices) ¿Cuánto pagaría usted por?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No objetado	119	31,2	31,2	31,2
0,20	27	7,1	7,1	38,2
1	111	29,1	29,1	67,3
2	54	14,1	14,1	81,4
3	25	6,5	6,5	88,0
4	22	5,8	5,8	93,7
5	15	3,9	3,9	97,6
6	6	1,6	1,6	99,2
7	2	,5	,5	99,7
8	1	,3	,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

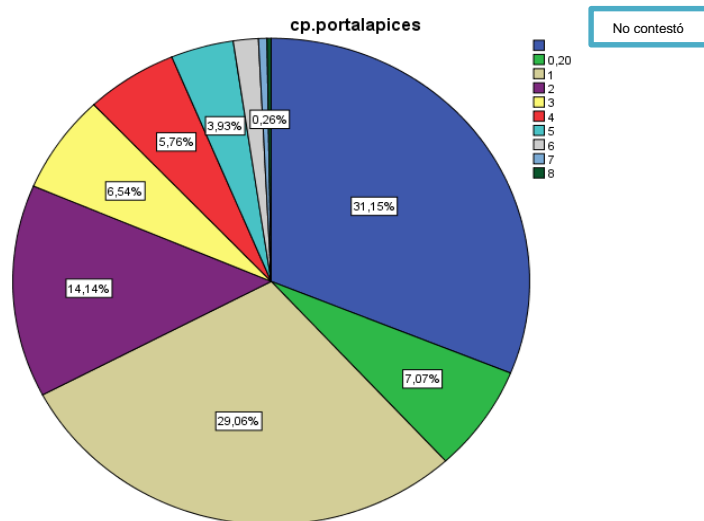


Figura 22. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Definitivamente para el artículo porta lápices se ha definido un precio de 1 a 2 dólares definidos por la ciudadanía de Tulcán, en el cual ellos son los que decidieron el posible costo de este producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	338	88,5	88,5	88,5
Tiendas	44	11,5	11,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

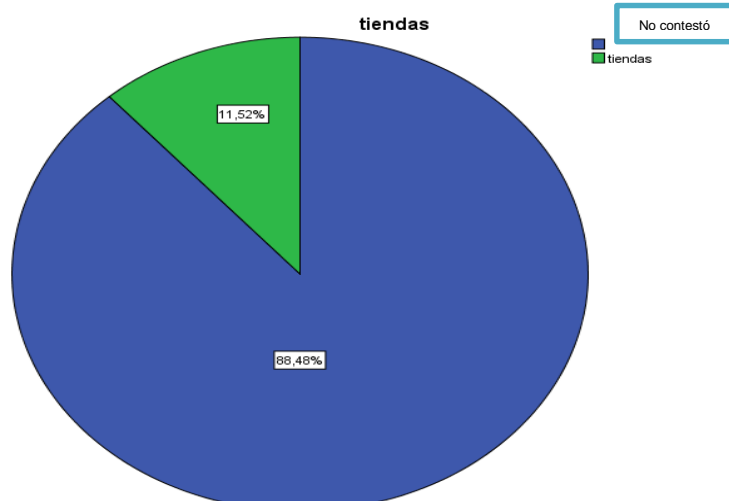


Figura 23 ¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

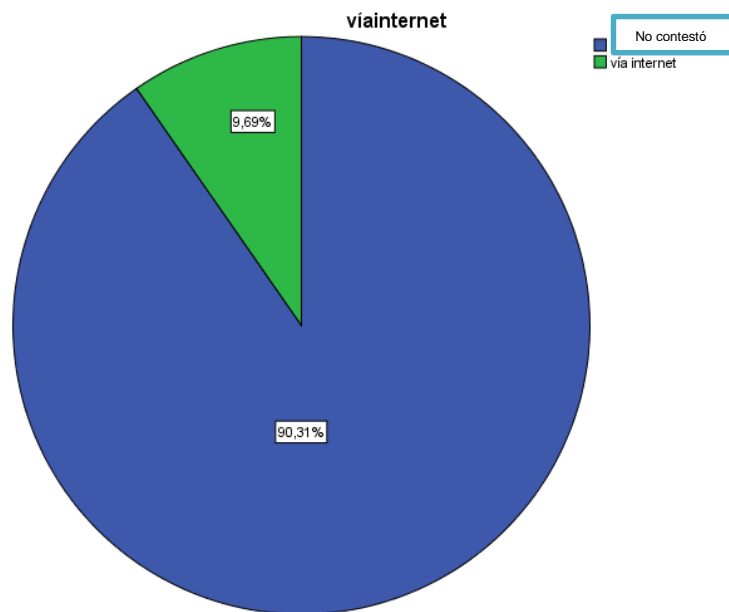
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Las tiendas no es buen lugar para vender los productos de papel reciclado debido a la investigación de campo efectuada, ya que la mayoría de la población no está de acuerdo con las tiendas, su gusto de preferencias no es bueno con las tiendas para comprar los productos de papel reciclado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	345	90,3	90,3	90,3
vía internet	37	9,7	9,7	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 24 ¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Examinando la tabla de frecuencias y concluyendo con la pregunta se determina que casi la totalidad de la población, no está de acuerdo en comprar vía internet por lo que después de haber estudiado toda la pregunta definitivamente estarían dispuestos a comprar en locales comerciales, es decir, se está determinando la preferencia de compra con respecto a la lugar.

Tabla 25: (Floreros) ¿Cuánto pagaría usted por?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	118	30,9	30,9	30,9
0,20	14	3,7	3,7	34,6
9	7	1,8	1,8	36,4
10	9	2,4	2,4	38,7
1	42	11,0	11,0	49,7
2	47	12,3	12,3	62,0
3	37	9,7	9,7	71,7
4	32	8,4	8,4	80,1
5	21	5,5	5,5	85,6

6	25	6,5	6,5	92,1
7	19	5,0	5,0	97,1
8	11	2,9	2,9	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

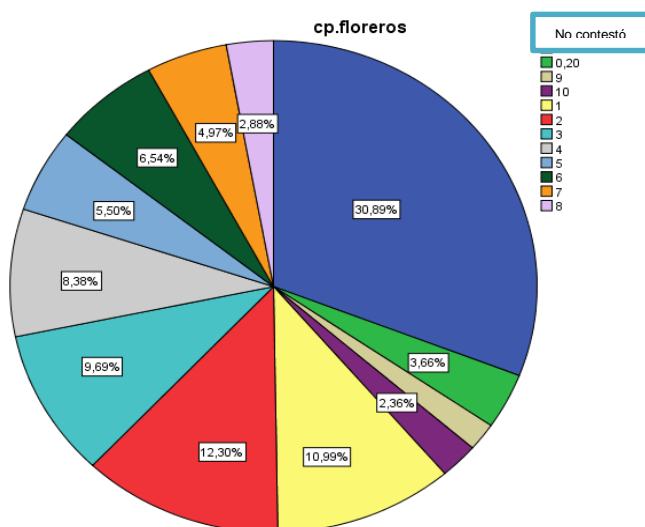


Figura 25. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- La determinación del precio en lo referente a floreros está dispuesta entre uno y dos dólares correspondientes según la determinación de las personas Tulcaneñas que han decidido este precio para este producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	118	30,9	30,9	30,9
0,20	15	3,9	3,9	34,8
9	12	3,1	3,1	38,0
10	25	6,5	6,5	44,5

1	35	9,2	9,2	53,7
2	41	10,7	10,7	64,4
3	30	7,9	7,9	72,3
4	24	6,3	6,3	78,5
5	30	7,9	7,9	86,4
6	20	5,2	5,2	91,6
7	20	5,2	5,2	96,9
8	12	3,1	3,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

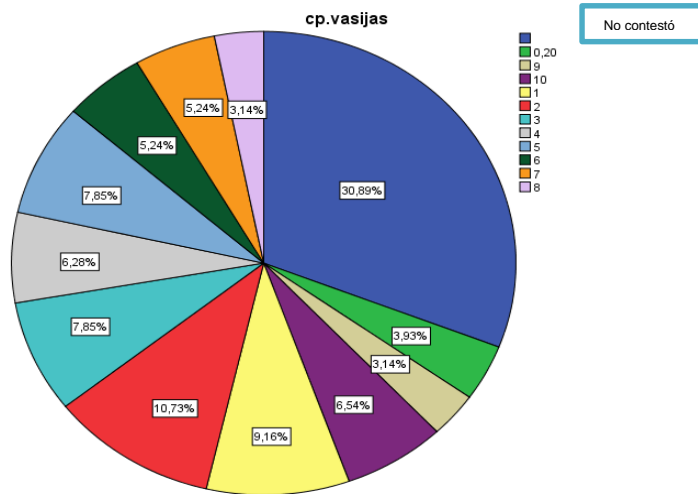


Figura 26. ¿Cuánto pagaría usted por?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- El precio para las vasijas pagaría entre un dólar hasta cinco dólares por lo que la información levantada según investigación de campo por lo cual es así como se determinan algunos de los precios en esta pregunta.



Tabla 27: (folletos) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	240	62,8	62,8	62,8
Folletos	142	37,2	37,2	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

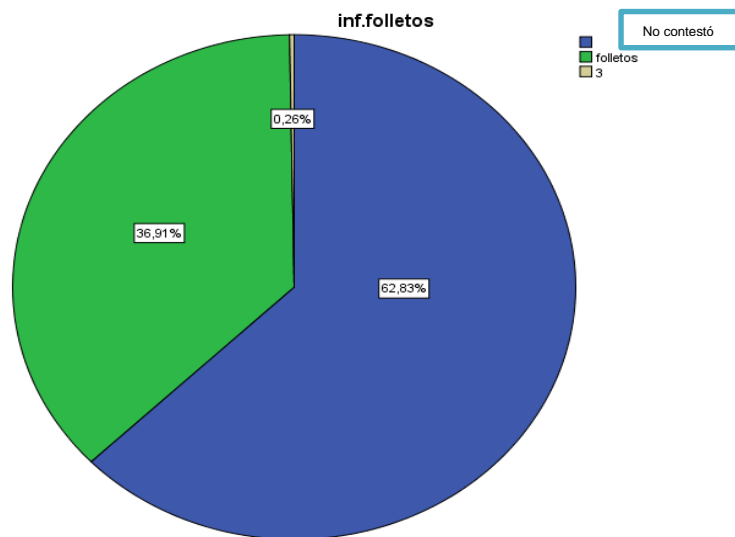


Figura 27 ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- La determinación de la tabla de frecuencias anterior arroja los datos de que casi un tercio de la población le gustaría obtener una información acerca de los productos de papel reciclado mediante folletos, es decir, volantes para dar a conocer tanto la empresa como su gama de productos.

Tabla 28: (Revistas) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	264	69,1	69,1	69,1
Revistas	118	30,9	30,9	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

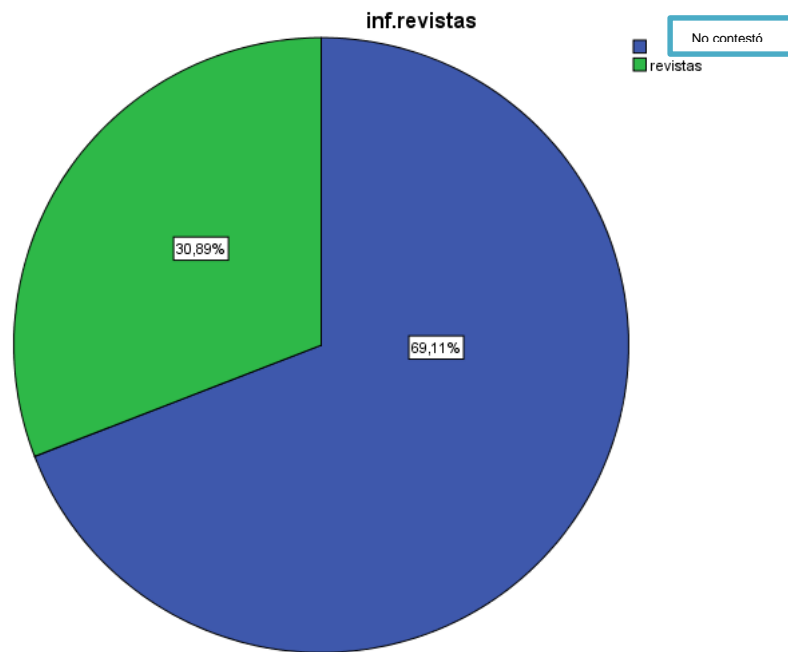


Figura 28 ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

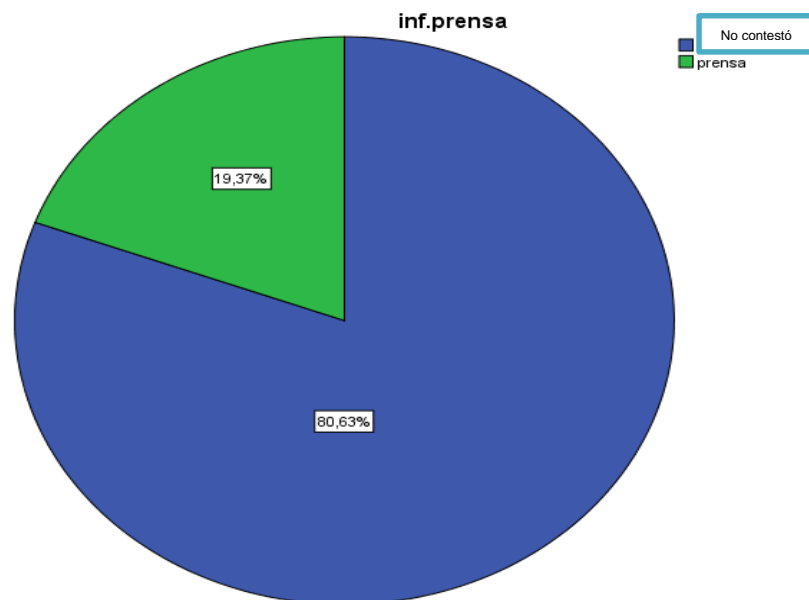
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Continuando el análisis de la pregunta en este punto indica que una fracción de la población indica que le gustaría recibir información acerca de los productos de papel reciclado mediante revistas debido a esta pregunta es muy bajo el porcentaje que arroja este punto.

Tabla 29: (Prensa) ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	308	80,6	80,6	80,6
Prensa	74	19,4	19,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides



Gráfica 29 ¿Cómo le gustaría obtener información acerca de productos de papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Una mínima cantidad de personas nos indican que la información acerca de productos de papel reciclado en la prensa, es por ello que esta información no sería bien puesta en la prensa de la localidad y sería un gasto innecesario.

## ENCUESTA A RECICLADORES

### Lugares donde encuentran papel

Tabla 30 ¿En qué lugares obtiene el papel reciclado?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Todos	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

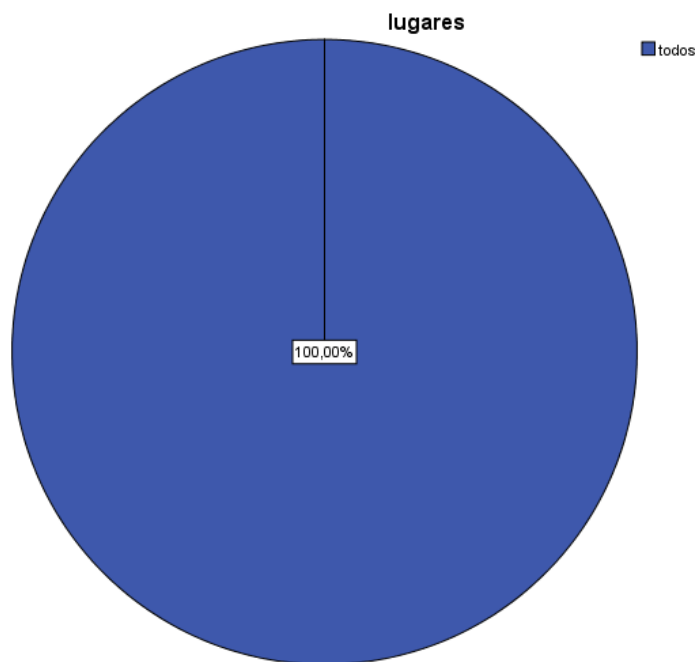


Figura 30 ¿En qué lugares obtiene el papel reciclado?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Las personas dedicadas a la recolección manifestaron en las encuestas la opción toda, es decir, que ellos reciclan en Instituciones tanto pública como privadas, en hogares de las personas tulcanéñas, en instituciones educativas, locales comerciales, por lo cual estos son los lugares de abastecimiento para el trabajo de reciclaje de papel.

## Relación Laboral

Tabla 31 ¿Cuál es su relación laboral?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
relación de dependencia	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

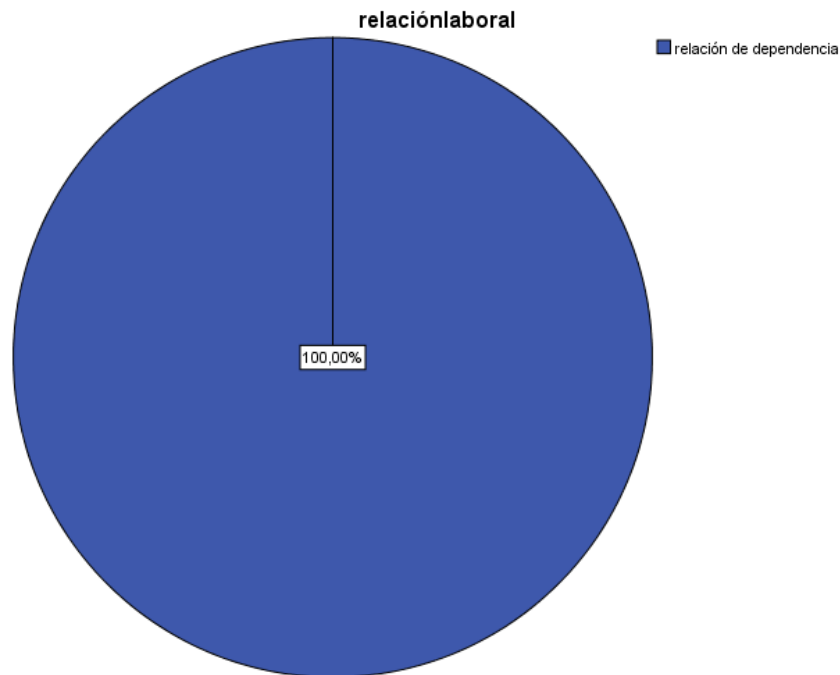


Figura 31 ¿Cuál es su relación laboral?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Después de la información que se refleja en la tabla anterior realizada con datos de los recicladores se determina que ellos trabajan bajo relación de dependencia, por lo tanto, estas personas tienen un patronal o empleador y no trabajan por cuenta propia es decir informalmente. Estas personas trabajan para **RECICLEMOS**.

## Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Tabla 32 ¿Está usted asegurado al IESS?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

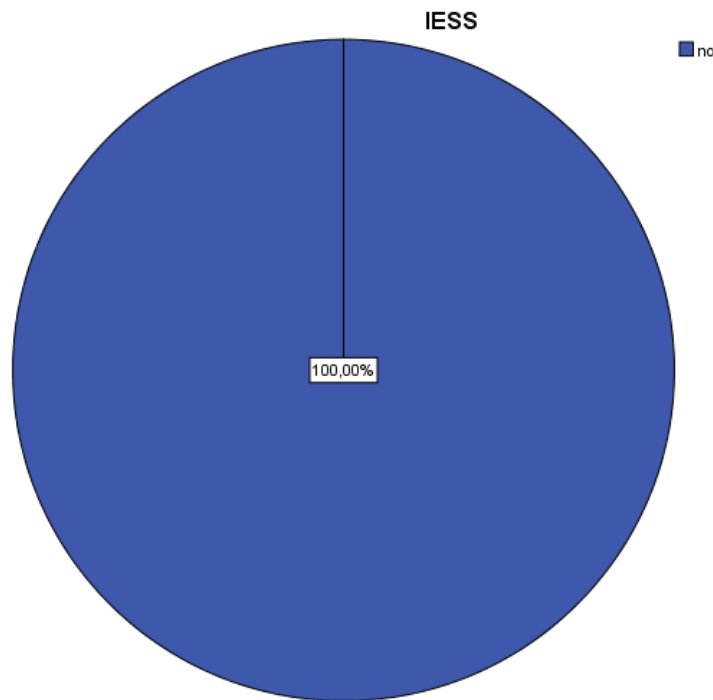


Figura 32 ¿Está usted asegurado al IESS?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- De acuerdo a la información recabada las personas dedicadas a la recolección no están aseguradas al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por ende la empresa que los ha contratado no cumple con los artículos 33 y 34 mencionado por la Constitución de la Republica y por ende están violando un derecho del trabajador.

## Horas de recolección

Tabla 33 ¿Cuántas horas dedica usted a la recolección?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
tiempo completo	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

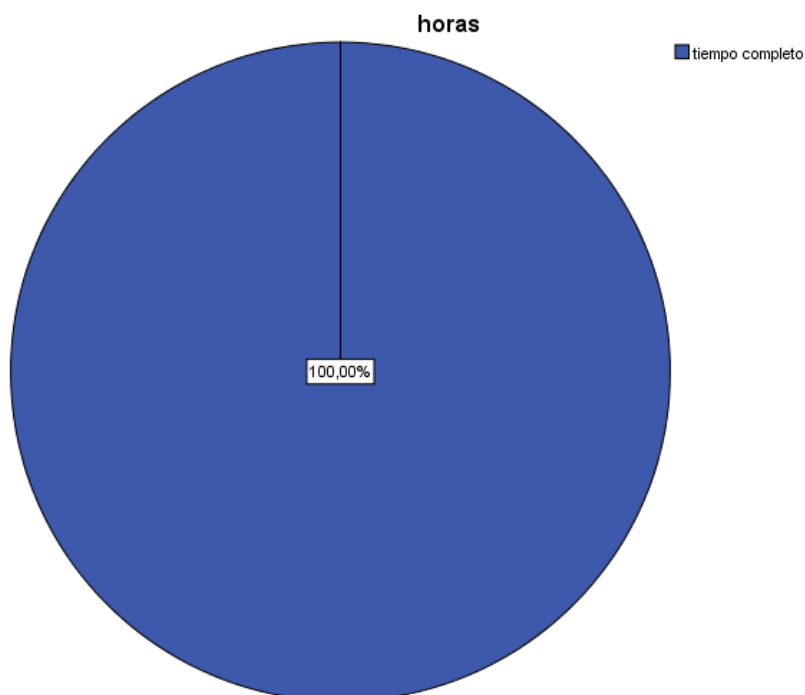


Figura 33 ¿Cuántas horas dedica usted a la recolección?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Las personas dedicadas a la recolección afirman que trabajan según lo estipulado con el ministerio de relaciones laborales que es el trabajo de tiempo completo estipulado de 8 horas diarias y además afirmaron que trabajan los sábados por la mañana. Ellos piensan que esta parte si se cumple con lo referente al gobierno actual.

## Personas estudiando

Tabla 34 ¿Cuántas personas estudian en su familia?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	10	66,7	66,7	66,7
1	2	13,3	13,3	80,0
2	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

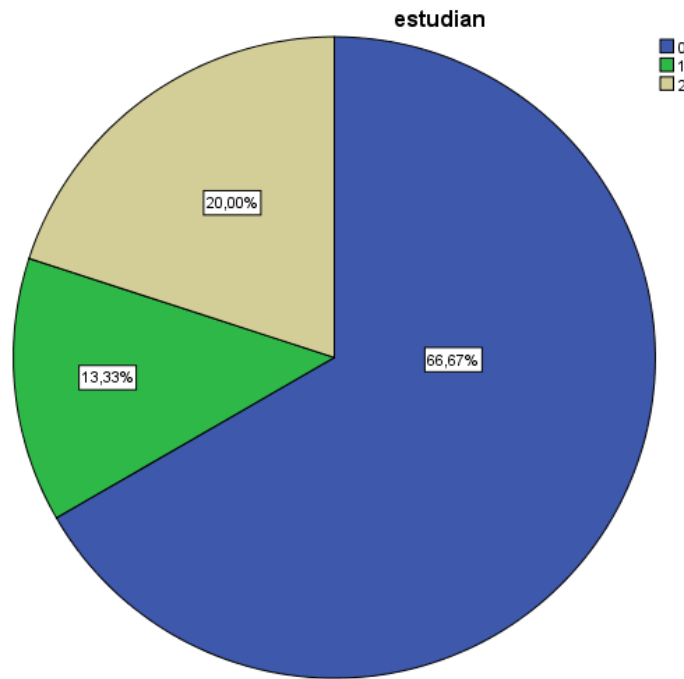


Figura 34 ¿Cuántas personas estudian en su familia?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- A continuación se detalla que los recicladores en su mayoría informan que nadie de su familia estudia por cuestión de ingresos en algunos y otros porque tienen que solventar otros gastos y este trabajo no les permite obtener muchos ingresos.



## Condición de vida

Tabla 35 ¿Cuál es su condición de vida?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

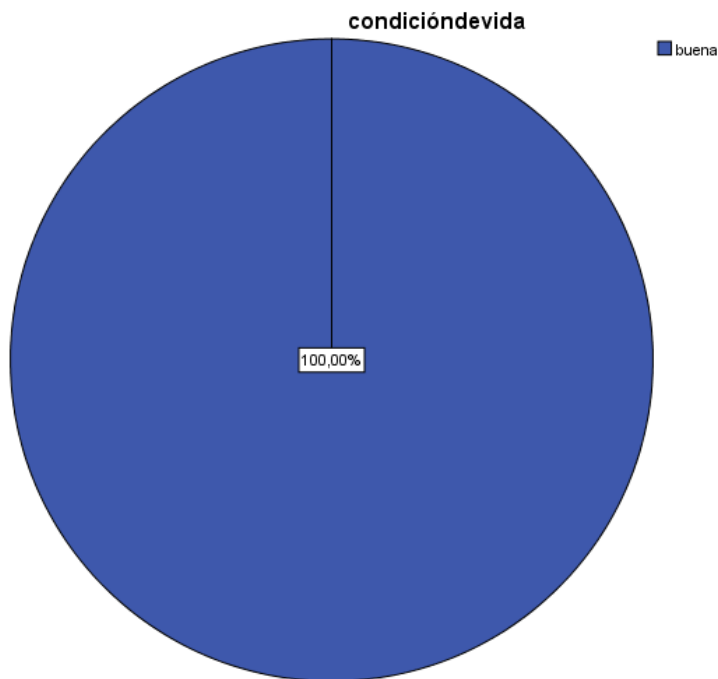


Figura 35 ¿Cuál es su condición de vida?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Posteriormente se determina que la totalidad de la población, piensan que tienen una buena calidad de vida por lo que no se encuentran tan contentos para poder definir como muy buena debido a circunstancias diferentes y personales de cada recolector.

## Dinero obtenido

Tabla 36 ¿Cuánto dinero obtiene por la recolección mensualmente? (proporción en dólares)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
100-250	7	46,7	46,7	46,7
251-350	7	46,7	46,7	93,3
351-450	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

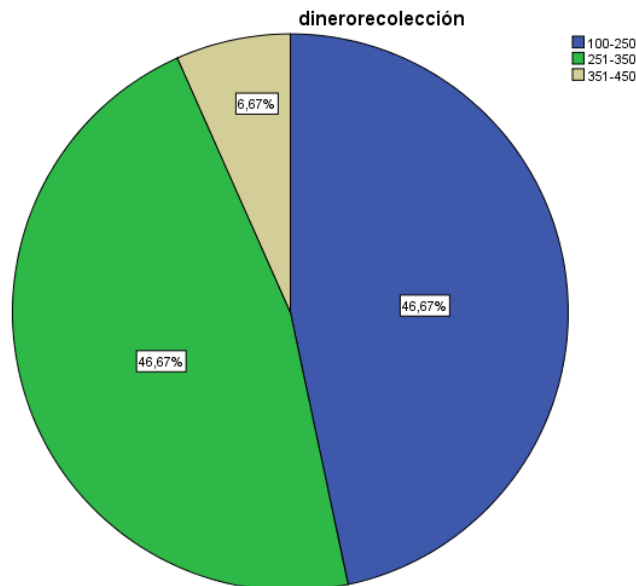


Figura 36 ¿Cuánto dinero obtiene por la recolección mensualmente? (proporción en dólares)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Esta pregunta se les hizo con el fin de saber si ellos contestarían de acuerdo con otra pregunta anterior sólo cambiado unas frases de la pregunta en el cual una cuarta parte de los recicladores estipulan que ganan de 200- 350 dólares dicho de esta forma un cantidad de ellos no reciben el sueldo básico.

## Personas que trabajan

Tabla 37 ¿Cuántas personas de su familia trabajan en la recolección?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	13	86,7	86,7	86,7
2	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

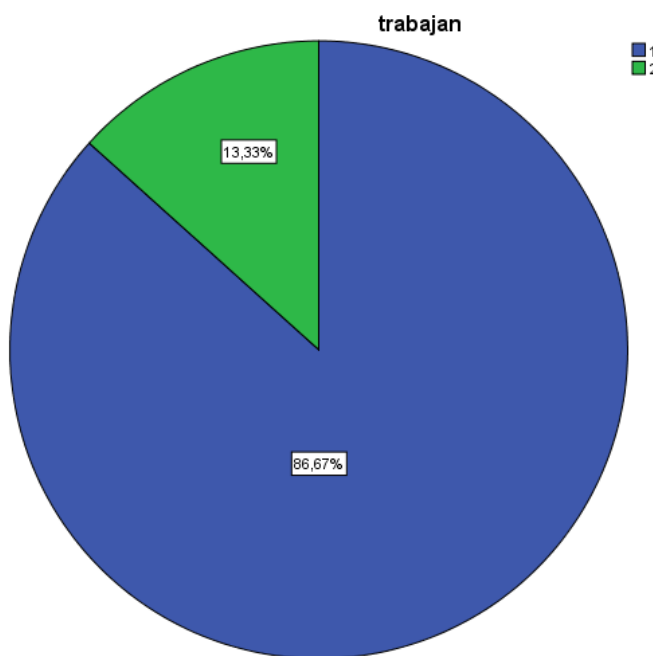


Figura 37 ¿Cuántas personas de su familia trabajan en la recolección?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- Del total de encuestados nos indica que las 13 personas trabajan una sola persona dedicadas a la recolección y las otras dos personas nos indica que dos personas de su familia se dedican a la recolección en general, por lo que deben de trabajar por cada familia en esta ocupación.

Tabla 38. (IESS) ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	10	66,7	66,7	66,7
IESS	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

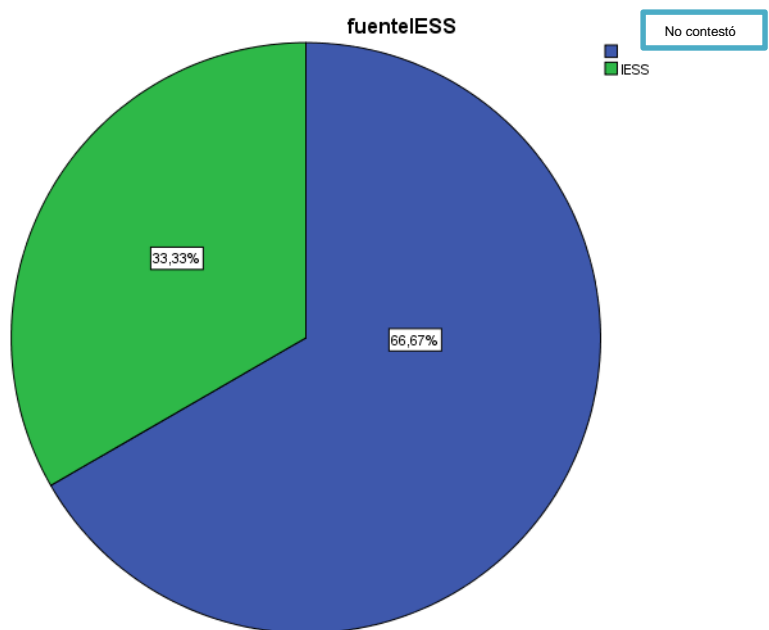


Figura 38 ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En esta pregunta una cantidad mínima determinan que les gustaría en una fuente de ingreso nueva que les ofrecieran la oportunidad de ser asegurados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Tabla 39: <b>(Otras)</b> ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestado	15	100,0	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

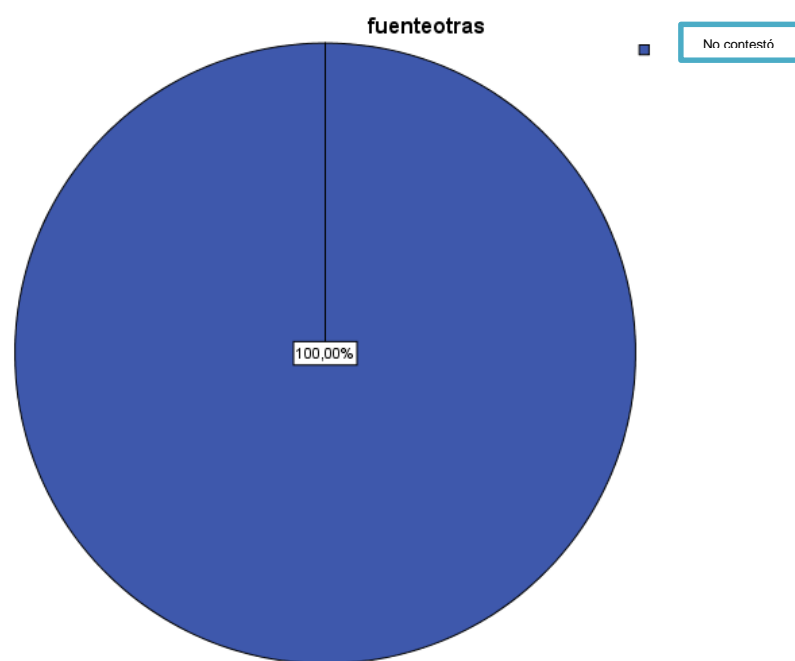


Figura 39 ¿Sí le dieran la oportunidad de mejorar sus ingresos con otra fuente de empleo que desearía que le ofrecieran?

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Benavides

Análisis.- En este ítem las personas dedicadas a la recolección no contestaron absolutamente nada, por lo tanto se concluye de la pregunta en total que los recicladores si les dieran la oportunidad de una nueva fuente de empleo les gustaría tener Décimo tercer sueldo y décimo cuarto sueldo, y también lo que más le gustaría son las comisiones.

## **La producción y comercialización de papel reciclado y su incidencia en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección de desechos de cartón y papel en la ciudad de Tulcán.**

*(Entregado 13/03/2015 – Revisado 18/03/2015)*

*Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC - ECUADOR)*



**Patricia Elizabeth  
Benavides Sánchez**

Ingeniera de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Atención al Cliente - Ventanilla Universal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2011)

e-mail: [patricia.benavides@upec.edu.ec](mailto:patricia.benavides@upec.edu.ec)

### **Resumen**

*La finalidad del presente artículo investigativo es estudiar el comportamiento y frecuencia de compra con respecto a la producción de papel reciclado, a su vez el nivel de ingresos y la necesidad de una nueva fuente de empleo para los recicladores en la ciudad de Tulcán.*

*Además se define la necesidad de compra en un lugar específico que expendía productos de papel reciclado en donde se establece que los artículos para la venta son las tarjetas y fundas de papel.*

*Se realizó una recopilación bibliográfica y se fundamenta nuestro estudio con investigaciones similares realizadas, se desarrollan conceptos y se fundamenta legalmente el desarrollo de nuestra investigación.*

*Se utilizó una investigación de tipo cuali- cuantitativa en donde podemos determinar los gustos y preferencias de nuestros clientes y el comportamiento de los recicladores en la ciudad de Tulcán. Para el desarrollo de esta investigación se realizó un total de 382 encuestas a la población tulcanaña y se ejecutó un censo a 15 personas encuestas de la población de recicladores de papel.*

*Con los resultados obtenidos en la investigación se propone realizar un estudio de factibilidad, para lo cual se inicia con un análisis situacional del mercado, se determina la demanda insatisfecha existente, se identifican recursos y procesos necesarios en la fabricación del producto, se define estructura organizacional y legal de la empresa, se determinan indicadores financieros y de sensibilidad, se desarrolla un análisis de impactos. De acuerdo a estos estudios se concluye que:*

## **Abstract**

*The purpose of this research paper is to study the behavior and purchasing frequency with respect to the production of recycled paper, turn the level of income and the need for a new source of employment for recyclers in the city of Tulcán.*

*Besides the need to purchase is defined in a specific place to expend recycled paper products where it is established that the items for sale are cards and paper bags.*

*Performed a literature and our study is based with similar investigations, concepts are developed and legally based the development of our research.*

*Qualitative research quantitative type where we can determine the tastes and preferences of our customers and the behavior of recyclers in the city of Tulcán was used. For the development of this research a total of 382 surveys were conducted to tulanecña population and a census was executed by 15 people population surveys paper recyclers.*

*With the results of the investigation will undertake a feasibility study, for which starts with a situational analysis of the market, the existing unmet demand is determined, resources and processes needed to manufacture the product is identified, organizational structure is defined Company and legal, financial and sensitive indicators are determined, an impact study is developed. Analyzing these studies concluded that:*

*Creating a recycled paper processing company in the city of Tulcán is feasible technically, economically and financially.*

*Keywords: Production, Marketing, revenue collection, demand.*

### **1. Introducción**

El cumplimiento de esta investigación se basó en demostrar los ingresos que obtienen las personas dedicadas a la recolección de papel y cartón, asimismo, se demostró la intención de comprar con respecto a los productos de papel reciclado.

Con la producción del papel reciclado se tendrá nuevas fuentes de empleo, que ayudará al ingreso no sólo de las personas dedicadas a la recolección, sino también de otras que necesiten un trabajo seguro y estable, a su vez fomentará la recolección adecuada de papel sin predisponer a las personas a contraer enfermedades provenientes de las inadecuadas condiciones de manejo y manipulación de desechos, de esta manera se contribuirá a mejorar la calidad de vida de acuerdo al Plan del Buen Vivir, establecido en la constitución 2008. El impacto que genera el presente artículo es ergológico y ecológico, porque beneficiará directamente a 15 personas dedicadas a la recolección de papel e indirectamente a la población tulanecña al evitar la acumulación de desperdicios, además tendrá beneficio para la no contaminación ambiental.

Con los datos presentados en este artículo se podrá mejorar los ingresos de las personas dedicadas a la recolección y a otras que necesiten trabajo fomentando fuentes de empleo y una seguridad social digna de acuerdo a lo que estipula la parte gubernamental, para el desarrollo de la sociedad.

Con el conocimiento adquirido se realizó un estudio técnico lo cual ayudará a la implementación de la planta de producción, la generación de nuevos recursos económicos y el desarrollo de la ciudad de Tulcán.

Para concluir, se detalla el proceso para determinar la factibilidad del proyecto en el cual se lo desarrolla la propuesta que contiene factores determinantes para analizar la factibilidad como es el TIR y el VAN.

## 2. Materiales y métodos

La presente investigación es de tipo descriptiva-exploratoria, ya que se estudió los gustos y preferencias de la ciudadanía de Tulcán, y a su vez los ingresos de las personas dedicadas a la recolección.

Dicho artículo presenta la modalidad cuali-cuantitativa en donde: la parte cuantitativa es aquella que: “tiene que ver con la cantidad y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo”. (Niño, 2011, p. 29). Esta modalidad permite obtener estadísticas sobre la cantidad de papel que es recolectada diariamente por las personas dedicadas a estas tareas así como identificar los niveles de ingresos provenientes de esta actividad. Además, la parte cualitativa es aquella que: “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles, exceptuando la numérica”. (Niño, 2011, p. 30). En esta modalidad prevalecerán las características más importantes de los productos de papel reciclado y los ingresos de las personas dedicadas a la recolección, tomando en cuenta la opinión clara de la población involucrada en este sector.

Seguidamente se recabó información de campo, para ello se utilizó como instrumento una encuesta, la misma que se aplicó a una muestra de 382 personas de la ciudad de Tulcán, escogidas aleatoriamente, así mismo, en un censo de 15 personas dedicadas a la recolección. Para poder sacar dichas muestras en la población tulcanesa se utilizó información de la página del INEC y se aplicó la fórmula de muestreo para conocer cuántas personas se debió encuestar.

Al final se presentan los resultados con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

## 3. Resultados y la discusión

Se determina que la producción del papel reciclado en la ciudad de Tulcán, si incide directamente en los ingresos de las personas dedicadas a la recolección ya que la ciudadanía si está dispuesta a comprar productos de papel reciclado y por consiguiente los recicladores se benefician con dicha recolección, efectivamente están dispuestos a cambiarse de fuente de empleo, por ende si se podrá mejorar los ingresos de estas personas y a su vez su calidad de vida. Para finalizar podemos expresar que es factible hacer el desarrollo de la creación del proyecto de factibilidad de una microempresa productora de productos de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, así mejorara los ingresos de las personas dedicadas a la recolección.

A través de la investigación efectuada se pudo determinar que el 73% de la población está dispuesta a comprar productos de papel reciclado; además, enfatizan que les gustaría comprar dicho producto en un local comercial exclusivo de la empresa, situado en la ciudad de Tulcán.

En los gustos y preferencias del consumidor opinan que les gustaría comprar los productos de papel reciclado por la buena calidad y la ayuda al medio ambiente; según dichos clientes les gustaría encontrar una gama de tamaños como grande, pequeña y grande.

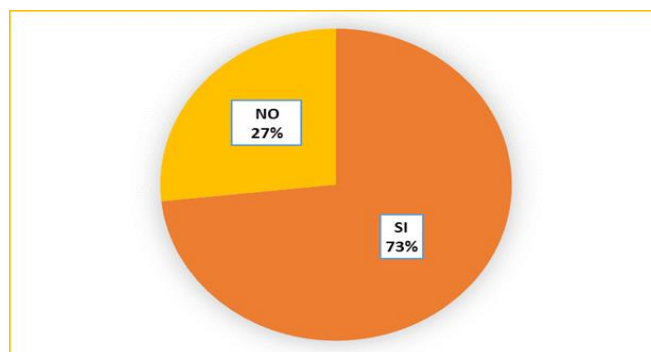
El 96% de la población indican que no han tenido la oportunidad de conocer una empresa de producción y comercialización de productos de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, mientras que el 4% han tenido la oportunidad de conocer solo productos artesanales a base de papel.

Finalmente, se pudo obtener información acerca de las personas dedicadas a la recolección en la ciudad de Tulcán, en donde se indica que dichas personas no se encuentran aseguradas y su remuneración mensual es menor al sueldo básico unificado; por lo tanto, estas personas indican que les gustaría tener una nueva fuente de empleo.



¿Compraría usted productos de papel reciclado?

<b>Tabla 1: Compra de productos de papel reciclado subir tabla</b>		
<b>Alternativas</b>	<b>frecuencia</b>	
Si	280	3,3
No	102	6,7
Total	382	00,0
Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Elizabeth Benavides		



**Gráfico N° 1: Alternativas de compra**

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Elizabeth Benavides

A la población encuestada se le preguntó si estaría dispuesto a comprar productos a base de papel reciclado en la ciudad de Tulcán, con lo que se obtuvo resultados satisfactorios debido a que el 73% de la población, si compraría el producto.

Con este dato corroboramos la intención de compra de los consumidores, ya que podemos afirmar que la población investigada en su totalidad mira como positivo el producir y comercializar productos de papel reciclado y determinamos que existe demanda para elaborar este producto, la población consumirá este producto. Sin embargo no descartamos un posible sesgo de error por cuanto la población encuestada.

Para determinar las ocasiones de compra y con qué frecuencia se determina una tabla de contingencia a continuación:

**Tabla 2: Genero \* Compra \* Frecuencia**

		Compraría		Frecuencia				
		Si	No	Diariamente	Semanalmente	Mensualmente	Anualmente	No contestó
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Genero	Masculino	100	73	0	12	84	5	72
	Femenino	180	29	7	27	94	47	34

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Se establece que existe una población encuestada que responde a un alto valor de compra de productos de papel reciclado, por lo que se determina que existe una gran ventaja en el estudio realizado, ya que se centra en la venta con frecuencia mensual de los productos de papel reciclado como tarjetas en fechas especiales, para cubrir el estudio de campo realizado que es satisfactorio. Dado este resultado se demuestra que si es posible realizar la producción del papel reciclado.

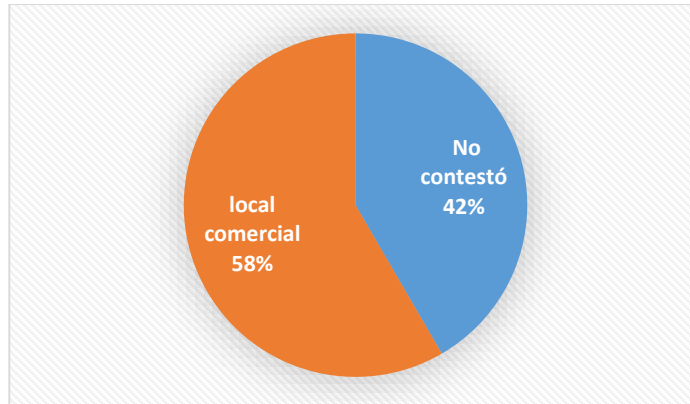
Siguiendo con dicha discusión se muestra información levantada en la investigación de campo:

**¿En qué lugar le gustaría comprar productos de papel reciclado?**

**Tabla 3: (local) Lugar de compra**

Alternativas	frecuencia	
No contestó	159	1,6
Local comercial	223	8,4
Total	382	00,0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Elizabeth Benavides



**Gráfico N° 2: Lugar de compra**

Fuente: Investigación de campo

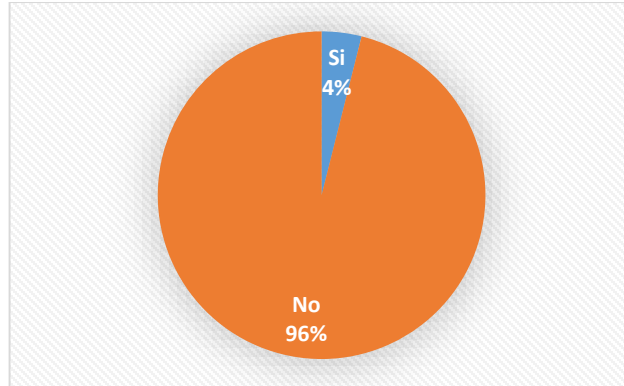
Elaborado por: Elizabeth Benavides

Es de suma importancia identificar en qué lugar les gustaría encontrar los productos de papel reciclado por cuanto sabremos elegir un canal de distribución correcto. En base a esta premisa identificamos que la población tulcanaña le gustaría adquirir nuestros productos en un local comercial exclusivo de la empresa en un 58%, pensamos que esta elección es por cercanía y disponibilidad del producto a toda hora.

¿Conoce usted un lugar donde produzcan o realicen productos de papel reciclado?

**Tabla 4: Competencia**

Alternativas	frec uencia	
Si	15	,9
No	367	6,1
Total	382	00,0
Fuente: Investigación de campo Elaborado por: Elizabeth Benavides		



**Gráfico N° 3: Competencia**

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Elizabeth Benavides*

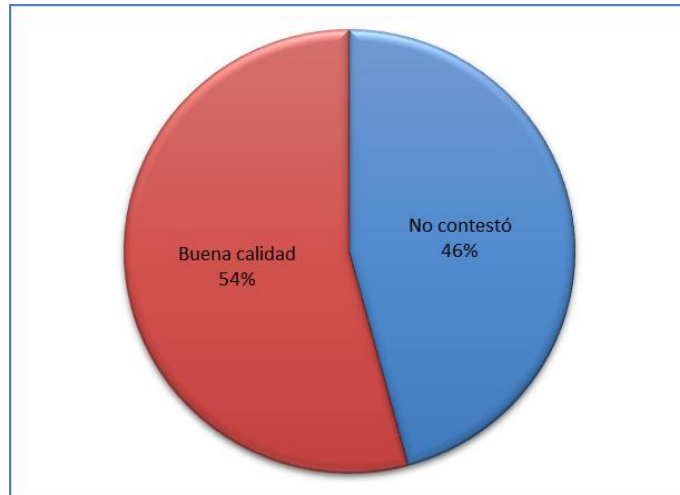
De acuerdo a la gráfica 4: con respecto a la competencia, la población tulcanesa supo manifestar que en un solo 4% de la misma conoce productores de artículos de productos de papel reciclado, sin embargo, dicha afirmación consiste en microempresas que elaboran productos artesanales sin ninguna transformación del papel.

¿Qué aspectos le gustaría encontrar al momento de comprar un producto reciclado?

**Tabla 5: (calidad) Aspecto de compra**

Alternativas	frec uencia	
No contestó	175	5,8
Buena calidad	207	4,2
Total	382	00,0

*Fuente: Investigación de campo*  
*Elaborado por: Elizabeth Benavides*



**Gráfico N° 4: Aspectos de compra**

*Fuente: Investigación de campo*

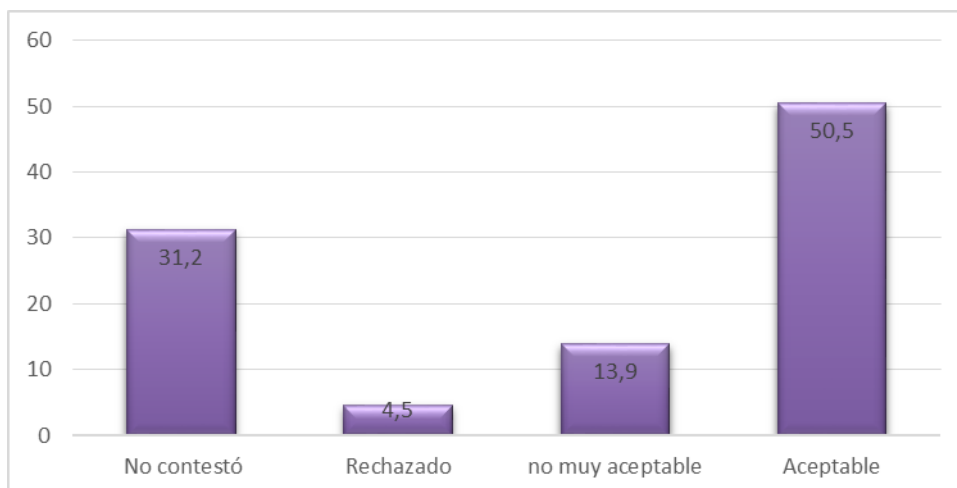
*Elaborado por: Elizabeth Benavides*

De acuerdo a la tabla anterior se define que uno de los aspectos que les gustaría encontrar en el producto es la buena calidad, por lo que la mayoría considera un factor indispensable en el producto, es por ello que los datos de esta pregunta son de índole positivo para el proyecto, por cuanto se consideran como aspectos de comportamiento de compra de los clientes.

*¿Qué productos serían de su preferencia a la hora de comprar productos de papel reciclado?*

**Tabla 6: (tarjetas) Preferencia de productos**

Alternativas	frec uencia	
No contestó	119	1,2
rechazado	17	,5
No muy aceptable	53	3,9
Aceptable	193	0,5
Total	382	00,0
<i>Fuente: Investigación de campo</i>		
<i>Elaborado por: Elizabeth Benavides</i>		



**Gráfico N° 5: Preferencia de productos**

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Elizabeth Benavides*

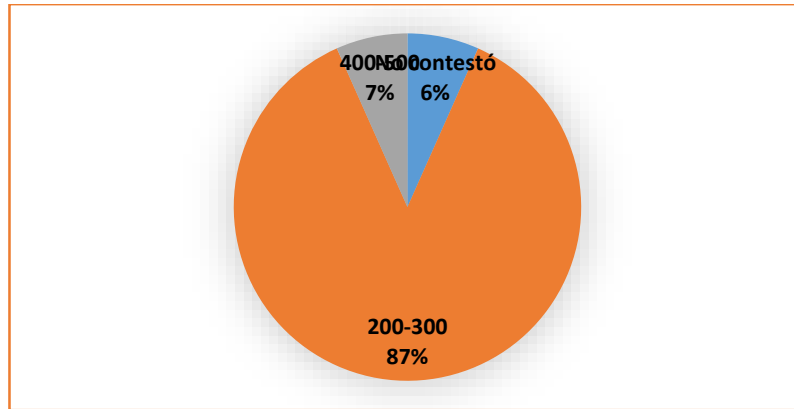
Una de las pautas para la buena comercialización es saber cuál es uno de los productos con mayor aceptación por la ciudadanía, por lo cual, se debe tomar en cuenta que más de la mitad de población tiene preferencia por las tarjetas, esto favorece a la distribución y venta de este producto, ya que al ser un producto de reciclaje y en general de calidad no tendrá problemas y será aceptado con facilidad entre los consumidores de Tulcán.

¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en la recolección?

**Tabla 7: Nivel de ingresos**

Alternativas	frecuencia	
No contestó	1	,7
200-300	13	6,7
400-500	1	,7
Total	15	00,0

*Fuente: Investigación de campo*  
*Elaborado por: Elizabeth Benavides*



**Gráfico N° 6: Nivel de Ingresos**

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaborado por: Elizabeth Benavides*

*En seguida de haber observado los resultados de las encuestas nos proyecta que una fracción máxima de los recicladores tiene un nivel de ingreso mensual entre los 200 a 300 dólares por lo que nos podemos dar cuenta que no perciben el sueldo básico unificado estipulado por el Gobierno de la República del Ecuador.*

Seguidamente se presenta los resultados de la factibilidad de la implementación de una empresa de producción de papel reciclado en los resultados del VAN y el TIR. A continuación se da a conocer:

VAN = \$ 36718,14; El valor actual Neto es de \$ 36718,14 es decir que el proyecto es factible, puesto que el valor es mayor que cero, pues estamos determinando que luego de descontar la inversión inicial nos quedará este valor como ganancia.

En el cálculo del TIR se obtuvo un 12% este es el porcentaje de la tasa de descuento máxima para este proyecto para ser rentable, tomando en cuenta que se utiliza la fórmula del VAN con una tasa de descuento de 7,28%. Por lo tanto se llega a la conclusión de que como la T.I.R. es superior a la tasa de descuento de la empresa, por lo tanto, se demuestra que el proyecto es factible.

## **2. Conclusiones**

- Después de haber culminado con el análisis de la investigación de campo se determina que existen gustos y preferencias por los productos de papel reciclado, en consecuencia, la información por las personas de Tulcán estipulan que el 73% están de acuerdo en comprar productos de papel reciclado.
- Según las preferencias de compra de las personas tulcanesas, afirman acerca de los productos de papel reciclado les gustaría encontrar aspectos como buena calidad y ayuda al cuidado del medio ambiente.

- Acorde con el comportamiento de lugar de compra afirman que les gustaría comprar los productos de papel reciclado en local comercial exclusivo que expenda sólo estos productos.
- Se concluye que la ciudadanía no conoce una empresa productora y comercializadora de papel reciclado en la ciudad de Tulcán.
- Con respecto a la población recicladora se establece que no perciben el sueldo básico unificado, por lo tanto después de la información levantada se determina que ellos están dispuestos a trabajar con otra nueva fuente de empleo.

### **3. Recomendaciones**

- Considerar como proveedores directos a los recicladores en lo que se realice un contrato notariado, estableciendo remuneración y cantidad de la materia prima que se recolectara diariamente.
- Realizar un estudio técnico en donde se verifiquen el aspecto de la empresa de productos de papel reciclado.
- Realizar análisis de impactos socioeconómicos, ambientales, y en lo posible establecer acciones de prevención de impactos ambientales que se generen en el desarrollo del proyecto.
- Diseñar un plan comercial en donde se estipule la publicidad para dar a conocer los productos de papel reciclado a la ciudadanía tulcanaña.
- Se recomienda hacer un estudio económico con el fin de saber la inversión que se proyectará para dicho estudio, en el cual se va a determinar todo aquel costo necesario para la creación de la empresa productora de papel reciclado.



#### 4. Bibliografía y linkografía

- Banco Central del Ecuador. (2014). Recuperado el 10 de noviembre del 2014 en [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=90&lang=es)
- Castells Xavier. (2009). *RECICLAJE DE RESIDUOS INDUSTRIALES*. ESPAÑA: DIAZ DE SANTOS.
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008)
- Chase Richard. (2014). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. Mexico: MCGRAW HILL.
- Chiavenato Idalberto. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: MCGRAW-HILL
- De Juan Vigaray. (2005). *COMERCIALIZACIÓN Y RETAILING DISTRIBUCION COMERCIAL APLICADA*. España: Pearson.
- Evans James Y Lindsay William. (2008). *ADMINISTRACION Y CONTROL DE LA CALIDAD*. Santa Fe: CENGAGE.
- INEC. (2010). Recuperado el 20 de diciembre del 2013 en <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Niño V. (2011) *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Plan Nacional del Buen Vivir*. (2013).
- SENPLADES. (2012). *Agenda Zonal para el buen vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial*. Quito.
- Valarino E, Yáber G, Cemborain M (2012). *Metodología de la investigación Paso a Paso*. México. Trillas.