

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

TEMA:

**“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN DE
DESECHOS SÓLIDOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA
CONFECCIÓN DE AMBATO.”**

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos.

AUTORA:

Viviana Magally Ortega Lema

TUTORA:

Jaqueline Peñaherrera, Mg.

Ambato – Ecuador

2017

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Viviana Magally Ortega Lema, declaro ser autor del Proyecto de Tesis, titulado “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE AMBATO.”, como requisito para optar al grado de Magister en Gestión de Proyectos Socioprodutivos”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los diez días del mes de Enero de 2017, firmo conforme:

Autora: Viviana Magally Ortega Lema

Firma:

Número de Cédula: 1803419561

Dirección: Montalvo y 17 de Abril cantón Quero

Correo Electrónico: trabe_preciosa@live.com

Teléfono: 0984999061

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutor, nombrado por el Honorable Consejo Superior de Posgrado de la Universidad Tecnológica Indoamérica:

CERTIFICO:

Que el trabajo de Investigación: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA CONFECCIÓN DE AMBATO.”, presentado por la Maestrante Viviana Magally Ortega Lema, estudiante del programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socioproductivos, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado evaluador que el H. Consejo de Posgrado designe.

Ambato, Enero de 2017

Ing. Jaqueline Penaherrera Mg.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos Socioproductivos, declara que los contenidos de éste Trabajo de Investigación con el Tema “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA CONFECCIÓN DE AMBATO.”, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del Autor.

Ambato, Enero de 2017

Ortega Lema Viviana Magally

C.I. 180341956-1

AUTORA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por el Honorable Consejo Superior, aprueban el Trabajo de Investigación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “INDOAMÉRICA”, para títulos de Posgrado del programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socioproductivos.

Ambato, Enero de 2017

JURADO

PRESIDENTE DEL JURADO

PRESIDENTE

VOCAL No. 1

VOCAL No .2

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar frente a las adversidades que se presentaban, enseñándome a encarar las dificultades sin perder nunca el decoro ni decaer en el intento. Para mi Madre hermosa Marlene Lema por su soporte, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos. A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar. A Marcelo Barreno por el ánimo y la alegría que me ha brindado durante este proceso. “El aprendizaje es un simple apéndice de nosotros mismos; dondequiera que estemos, está también nuestro aprendizaje.” William Shakespeare

Gracias

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud permanente:

A todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de esta meta, de este sueño que es tan importante para mí, agradecer todas sus ayudas, sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus consejos y su dedicación.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mi tutor de proyecto, quien con su conocimiento y su guía fue una pieza clave para que pudiera desarrollar una clave de hechos que fueron imprescindibles para cada etapa de desarrollo del trabajo.

Viviana Ortega

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN	ii
APROBACIÓN DE LA TUTORA.....	iii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
RESUMEN EJECUTIVO	xxii
SUMMARY	xxiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
Tema.....	2
Línea de Investigación	2
Planteamiento del problema.....	4
Contextualización.....	4
Macro	4
Meso.....	5
Micro.....	8

Análisis crítico	11
Prognosis	11
Formulación del problema	11
Delimitación del Objetivos de la Investigación	12
Justificación	12
Objetivos	13
Objetivo General	13
Objetivos Específicos	13
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
Antecedentes investigativos	14
Fundamentación Filosófica	19
Fundamentación Técnica	19
Fundamentación Legal	19
Categorías fundamentales	22
Categorías fundamentales	25
Marketing Responsable	25
Ética empresarial	26
Responsabilidad Social	28
Gestión	33
Gestión Ambiental	34
Gestión de desechos sólidos	35
Los aspectos económico-financieros y de gestión	36
Los aspectos medioambientales	36
Los aspectos sociales	37

Responsabilidad económica	37
Medición de la responsabilidad social y ambiental.....	38
Desempeño Ambiental	38
Contaminación	39
Tratamiento	40
Recuperación de materiales.....	41
Tratamiento de residuos	42
Impacto ambiental.....	44
Comportamiento social	45
Hipótesis.....	46
Señalamiento de variables.....	47
CAPÍTULO III	48
METODOLOGÍA	48
Enfoque	48
Modalidad básica de la investigación	48
Investigación Bibliográfica	48
Investigación de campo.....	49
Nivel o tipo de investigación	49
Investigación Correlacional	49
Investigación Explicativa	49
Población y muestra	50
Población.....	50
Muestra.....	50
Operacionalización de variables	52
Plan de recolección de información	54

Plan de procesamiento de información	54
Procesamiento y análisis	55
CAPÍTULO IV	56
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	56
Análisis de Resultados	57
Verificación de Hipótesis	75
Selección del nivel de significación	75
Decisión Final	80
CAPÍTULO V	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
Conclusiones	82
Recomendaciones.....	84
CAPÍTULO VI	86
PROPUESTA	86
Título de la propuesta.....	86
Datos informativos	86
Antecedentes	87
Objetivos	89
Objetivo General	89
Objetivos Específicos.....	89
Justificación	89
Análisis de Factibilidad.....	90
Política	90

Socio-cultural	90
Organizacional	91
Ambiental.....	91
Económico - Financiera	91
Legal.....	91
Fundamentación científico – técnica.....	92
Modelo Operativo de ejecución de la propuesta	94
Marco lógico	95
Estudio de necesidades.....	99
Población.....	99
Muestra.....	99
Tabulación e interpretación de resultados.....	101
Análisis de la demanda.....	111
Análisis de la oferta.....	113
Mercado potencial para el proyecto	116
Orientación estratégica.....	117
Estudio Técnico.....	121
Localización óptima de la planta.....	121
Distribución de planta	123
Ingeniería del proyecto.....	123
Estudio administrativo	134
Presentación de la empresa	134
Misión	134
Visión	134
Organigrama estructural.....	134
Marco legal.....	139

Permisos de constitución.....	139
Análisis de impacto ambiental	140
Estudio económico	141
Plan de inversiones.....	141
Plan de financiamiento.....	144
Capital de Trabajo	144
Cálculo de costos y gastos	145
Detalle de Costos	145
Proyección de costos	147
Detalle de gastos	148
Proyeccion de gastos	151
Mano de Obra.....	153
Proyección de la depreciación.....	155
Cálculo de ingresos	155
Flujo de caja	156
Punto de equilibrio	158
Estado de resultados proyectado	160
Evaluacion financiera.....	162
Indicadores	162
Valor Actual Neto	162
Tasa interna de retorno.....	164
Beneficio Costo.....	164
Periodo de recuperación.....	166
Razones	166
Liquidez	166
Rentabilidad	167

Definición del público objetivo.....	170
Plan promocional	171
Evaluación de Impacto.....	175
Bibliografía	176
Glosario.....	181
Anexos	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Descripción de datos	51
Tabla N° 2: Operacionalización V. I. (Responsabilidad Social).....	52
Tabla N° 3: Operacionalización V. D (Gestión de desechos sólidos).....	53
Tabla N° 4: Técnicas de recolección de información	54
Tabla N° 5: Preguntas básicas.....	55
Tabla N° 6: Tema de responsabilidad social.....	57
Tabla N° 7: Responsabilidad social	58
Tabla N° 8: Aplicación de RS.....	59
Tabla N° 9: Adopción de medidas	60
Tabla N° 10: Programas de responsabilidad social.....	61
Tabla N° 11: Actividades de desarrollo responsabilidad social.....	62
Tabla N° 12: Clasificar los desechos sólidos	63
Tabla N° 13: Clasificación.....	64
Tabla N° 14: Frecuencia	65
Tabla N° 15: Reciclaje	66
Tabla N° 16: Ha reciclado.....	67
Tabla N° 17: Organización.....	68
Tabla N° 18: Mejorará la estética del entorno	69
Tabla N° 19: Planes de comunicación	70
Tabla N° 20: Colaboración	71
Tabla N° 21: Género	72
Tabla N° 22: Edad.....	73
Tabla N° 23: Instrucción	74
Tabla N° 24: Valores Perceptibles Chi Cuadrado.....	77
Tabla N° 25: Frecuencias Observadas	78
Tabla N° 26: Frecuencias esperadas	79
Tabla N° 27: Cálculo Matemático Chi Cuadrado	79
Tabla N° 28 : Chi-Square Tests	80
Tabla N° 29: Matriz Marco lógico.....	95
Tabla N° 30: Componentes del Marco Lógico	96

Tabla N° 31: Componente N° 1 (Matriz Marco lógico).....	97
Tabla N° 32: Componente N° 2 (Matriz Marco lógico).....	97
Tabla N° 33: Componente N° 3 (Matriz Marco lógico).....	98
Tabla N° 34: Componente N° 4 (Matriz Marco lógico).....	98
Tabla N° 35: Tipo de producto.....	99
Tabla N° 36: Población	99
Tabla N° 37: Reciclaje	101
Tabla N° 38: Motivación.....	102
Tabla N° 39: Clasificación	103
Tabla N° 40: Generación de desechos.....	104
Tabla N° 41: Centro de acopio	105
Tabla N° 42: Basureros específicos	106
Tabla N° 43: Centro de acopio para material reciclado	107
Tabla N° 44: Dinero recolectado.....	108
Tabla N° 45: Frecuencia.....	109
Tabla N° 46: Cantidades	110
Tabla N° 47: Mercado objetivo	111
Tabla N° 48: Demanda.....	111
Tabla N° 49: Cálculo de la demanda en servicios.....	112
Tabla N° 50: Demanda.....	113
Tabla N° 51: Proyección	114
Tabla N° 52: Oferta	114
Tabla N° 53: Cálculo de la oferta en servicios.....	115
Tabla N° 54: Calculo de la oferta en servicios.....	115
Tabla N° 55: Mercado potencial para el proyecto.....	116
Tabla N° 56: Orientación estratégica	117
Tabla N° 57: Matriz de evaluación de factores internos	118
Tabla N° 58: Matriz de evaluación de Factores Externos	119
Tabla N° 59: Matriz de evaluación de Factores Externos	120
Tabla N° 60: Macro localización	121
Tabla N° 61: Localización.....	122
Tabla N° 62: Espacio físico.....	122

Tabla N° 63: Ponderación	122
Tabla N° 64: Plástico.....	124
Tabla N° 65: Conversión.....	126
Tabla N° 66: Cartón	127
Tabla N° 67: Conversión cartón.....	129
Tabla N° 68: Descripción de maquinaria	131
Tabla N° 69: Descripción de muebles y enseres de oficina	131
Tabla N° 70: Descripción de equipos de computación	131
Tabla N° 71: Descripción de equipos de protección	132
Tabla N° 72: Descripción de Gasto de servicios.....	132
Tabla N° 73: Descripción de recurso humano	132
Tabla N° 74: Descripción de personas	133
Tabla N° 75: Administrador/a	135
Tabla N° 76: Contador/a	136
Tabla N° 77: Operarios	137
Tabla N° 78: Vendedor	138
Tabla N° 79: Plan de inversión	141
Tabla N° 80: Capital de trabajo.....	144
Tabla N° 81: Forma de financiamiento	145
Tabla N° 82: Detalle de costos	146
Tabla N° 83: Proyección de costos	148
Tabla N° 84: Detalles de gastos	149
Tabla N° 85: Gastos Ventas	150
Tabla N° 86: Proyección de gastos	152
Tabla N° 87: Cálculo de sueldos técnicos.....	153
Tabla N° 88: Provisiones de gastos.....	153
Tabla N° 89: Cálculo de las depreciaciones de ventas.....	154
Tabla N° 90: Cálculo de depreciaciones de ventas anual.....	155
Tabla N° 91: Proyección de ingresos anual	156
Tabla N° 92: Flujo de caja.....	157
Tabla N° 93: Total de costos	159
Tabla N° 94: Estado de resultados proyectado.....	161

Tabla N° 95: Costo promedio ponderado de capital	163
Tabla N° 96: Calculo del VPN.....	163
Tabla N° 97: TIR.....	164
Tabla N° 98: Beneficio Costo	165
Tabla N° 99: Período de recuperación.	166
Tabla N° 100: Indicadores.....	166
Tabla N° 101: Indicadores.....	167
Tabla N° 102: Línea de acción	169

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Desechos sólidos no clasificados	7
Gráfico N° 2: Desechos industrializados	8
Gráfico N° 3: Árbol de problemas	10
Gráfico N° 4: Categorías fundamentales	22
Gráfico N° 5: Constelación de ideas (variable independiente).....	23
Gráfico N° 6: Constelación de ideas (variable independiente).....	24
Gráfico N° 7: Tema de responsabilidad social	57
Gráfico N° 8: Responsabilidad social	58
Gráfico N° 9: Aplicación de RS.....	59
Gráfico N° 10: Adopción de medidas	60
Gráfico N° 11: Programas de responsabilidad social	61
Gráfico N° 12: Actividades de desarrollo responsabilidad social	62
Gráfico N° 13: Clasificar los desechos sólidos.....	63
Gráfico N° 14: Clasificación.....	64
Gráfico N° 15: Frecuencia	65
Gráfico N° 16: Reciclaje.....	66
Gráfico N° 17: Ha reciclado	67
Gráfico N° 18: Organización	68
Gráfico N° 19: Mejorará la estética del entorno	69
Gráfico N° 20: Planes de comunicación	70
Gráfico N° 21: Colaboración	71
Gráfico N° 22: Género	72
Gráfico N° 23: Género	73
Gráfico N° 24: Instrucción.....	74
Gráfico N° 25: Análisis de contingencia	78
Gráfico N° 26: Función de la Densidad del Chi Cuadrado.....	81
Gráfico N° 27: Modelo operativo	94
Gráfico N° 28: Ha reciclado.....	101
Gráfico N° 29: Motivación de reciclaje	102
Gráfico N° 30: Dificultad de la clasificación de desechos.....	103

Gráfico N° 31: Que desechos se generan más en el MM.....	104
Gráfico N° 32: Participación en reciclado.....	105
Gráfico N° 33: Clasificación de desechos.....	106
Gráfico N° 34: Empresa recicladora	107
Gráfico N° 35: Responsabilidad social	108
Gráfico N° 36: Frecuencia de reciclaje	109
Gráfico N° 37: Frecuencia de reciclaje	110
Gráfico N° 38: Demanda en personas	112
Gráfico N° 39: Demanda en servicios.....	113
Gráfico N° 40: Oferta en personas	114
Gráfico N° 41: Oferta en servicios	115
Gráfico N° 42: Oferta en servicios	121
Gráfico N° 43: Distribución de planta.....	123
Gráfico N° 44: Flujograma proceso de plástico	125
Gráfico N° 45: Flujograma proceso de cartón	128
Gráfico N° 46: Flujograma proceso de comercialización	130
Gráfico N° 47: Organigrama estructural	134
Gráfico N° 48: Punto de equilibrio	160
Gráfico N° 49: Basureros recicladores.....	171
Gráfico N° 50: Flyers	172
Gráfico N° 51: Banner.....	173
Gráfico N° 52: Facebook.....	174

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Ordenanza	184
Anexo N° 2: Encuesta a los socios del sector de la confección.....	187
Anexo N° 3: Encuesta del estudio de mercado.....	188
Anexo N° 4: Reglamento para la prestación del servicio público de gestión	189
Anexo N° 5: Cotización (Compactadora)	198
Anexo N° 6: Cotización (balanza)	199
Anexo N° 7: Tabla de amortización.....	200

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

TEMA: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA GESTIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS EN EL MERCADO MAYORISTA DE LA CONFECCIÓN DE AMBATO.”

AUTORA:

Viviana Magally Ortega Lema

TUTORA:

Ing. Jaqueline Peñaherrera. Mg.

Enero de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se orientó en la problemática de manejo de residuos sólidos en el Mercado Mayorista de Ambato, es una tendencia moderna aplicada a todas las actividades asociadas con la gestión de los residuos sólidos dentro de la sociedad. Su meta básica es que desde el sitio de generación hasta el destino final, los residuos sean manejados de una forma que garantice su aprovechamiento y valorización. El manejo adecuado de residuos sólidos es uno de los problemas más complejos que enfrentan las municipalidades a nivel mundial. Está asociado a los niveles de consumo y desarrollo económico, a los estilos de vida e identificación con valores ambientales y de conservación de la sociedad y priorización de las inversiones que se requieren en equipos e infraestructuras para la disposición final, a los niveles de educación y participación ciudadanas.

A razón de ello el presente proyecto de investigación se ha enfocado en el estudio y análisis del desaprovechamiento de los desechos sólidos, con el objetivo investigar las acciones de responsabilidad social y su relación con la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato. En función a los datos obtenidos a través de la investigación se ha determinado la inexistencia de programas de reciclaje en dicho lugar, dejando palpar el desconocimiento general acerca de cómo se deberían trabajar con los temas de responsabilidad social, consideran que reciclar, reducir y reutilizar los desechos es el mejor método para poder reducir la gran cantidad de basura no clasificada, es por ello que se debe concientizar sobre el destino final de los desechos de manera tal que se pretenda dar una posible solución al desaprovechamiento de los desechos sólidos generados en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato. De esta forma la propuesta resultante de la investigación es el proceder a diseñar alternativas que nos ayuden a mejorar la imagen del mercado mayorista por medio de la ubicación de tachos de clasificación específica de desechos sólidos y venta de los mismos obteniendo ingresos para el mantenimiento del mismo.

Palabras calves: Marketing social, Impacto ambiental, Comercialización, Comunicación, Promoción, gestión de Desechos sólidos.

TECHNOLOGICAL UNIVERSITY INDOAMERICA
CENTER GRADUATE STUDIES
MASTERS IN MANAGEMENT OF SOCIOPRODUCTIVE PROJECT

TOPIC: “Social responsibility and solid waste management in the wholesale clothing market in the city of Ambato””

AUTHOR:

Viviana Magally Ortega Lema

TUTOR:

Ing. Mg. Jaqueline Peñaherrera

January 2017

SUMMARY

The present research work focused on solid waste management in the Wholesale Market of Ambato, is a modern trend applied to all activities associated with the management of solid waste within society. Its basic goal is that from the site of the generation to the final destination, the waste is managed in a way that guarantees its use and valorization. Proper management of solid waste is one of the most complex problems faced by municipalities worldwide. It is associated with levels of consumption and economic development, lifestyles and identification with environmental values and conservation of society and prioritization of investment required in equipment and infrastructure for the final end, at the levels of education And Citizen Participation.

One reason for the present research project has been focused on the study and analysis of the waste of the solids, with the objective to investigate the actions of social responsibility and its relation with the management of solid waste in the market Wholesaler of the confection of the city Of Ambato. Based on the data obtained through the investigation has been determined the absence of recycling programs in that place, leaving aside the general lack of knowledge about how to work with social responsibility issues, consider recycling, reduce and reuse Waste is the best method to reduce the large amount of unclassified garbage, so it is necessary to know about the final destination of the fashion waste so as to provide a possible solution to the wastage of the solid wastes generated in The Wholesale Market of the confection of the city of Ambato. In this way, the research proposal is the process of designing alternatives that do not help to improve the image of the wholesale market by means of the location of specific grades of solid waste classification and the sale of the same to obtain the income for the maintenance of the same.

Descriptors: Social marketing, marketing plan, communication, promotion, management of solid waste.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene seis capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el capítulo I, se muestra información sobre la línea de investigación, el planteamiento del problema, la contextualización, el análisis crítico en el cual se detalla las causas y efectos que se genera a partir de una inadecuada gestión de desechos sólidos, se presenta el análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema, la delimitación del objetivo, la justificación y los objetivos que marcaron el lineamiento a seguir durante la investigación.

El capítulo II, se procedió a desarrollar el marco teórico donde se describen los antecedentes investigativos, la fundamentación, las categorías fundamentales, la hipótesis y el señalamiento de variables. Que tienen cabida dentro de la gestión de desechos sólidos y la responsabilidad social

En el capítulo III, se muestra la metodología que se aplicó durante la investigación de la gestión de desechos. En este capítulo de determino la población y la muestra y se implementó la operacionalización de variables donde se determinaron las preguntas para el cuestionario.

En el capítulo IV se realizó el análisis e interpretación de resultados, donde se obtuvieron el resultado de las encuestas para el posterior análisis de frecuencias y comprobación de la hipótesis a través de la prueba estadística Chi cuadrado.

En el capítulo V se determinaron las conclusiones y recomendaciones que ayudaron a dar una respuesta a los objetivos iniciales, de la gestión de desechos.

Y en el capítulo VI se realizó la propuesta, la cual fue inspirada en los resultados de las encuestas realizadas en el capítulo IV, para poder obtener alternativas de mejoramiento de gestión de desechos por medio de la responsabilidad social. Y como último punto se muestra el marco referencial y anexo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

“La responsabilidad social y la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de Ambato.”

Línea de Investigación

La Universidad Tecnológica Indoamérica, entre sus políticas de investigación, promueve las que tienen que ver únicamente con las investigaciones que den paso a soluciones de los problemas de la sociedad (UTI, 2011). El Mercado Mayorista de la confección de Ambato es un proyecto que se llevó a cabo por la municipalidad de Ambato debido a que en Ambato no tenía un centro de acopio para la gran cantidad de demanda de los productos líderes en la provincia de Tungurahua. La ciudad de Ambato por tener una ubicación estratégica en el entorno regional de la sierra centro ha permitido convertirse en centro de acopio y distribución textil agrícola y frutícola de la región, se establece la distribución a las ciudades principales del país entre las más notables están Guayaquil, Quito, encabezando el consumo interno en Ambato y sus cantones. Lago Agrio, Cuenca, Machala, Manta, Portoviejo, Loja, Riobamba, Tena, Coca, Milagro, entre otras ciudades. El Mercado Mayorista de la confección de Ambato.

Cuenta con 1500 espacios para que personas se encuentren catastradas como comerciante, además cuenta con espacios para productores e introductores que

realizan la oferta de sus productos, a la gran cantidad de demandantes que visitan este mercado popular, creando un inconveniente con los desechos sin clasificar que se ven reflejados al terminar la jornada laboral que son los días domingos y lunes de cada semana. Desde su creación han experimentado un crecimiento comercial, acorde al desarrollo nacional. Se inicia la construcción de este centro de acopio y distribución en el año 1992 regulada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, en diferentes fases y etapas hasta culminar en el año 2000 con la infraestructura y equipamiento. Las 8 asociaciones que integran el Mercado Mayorista de la confección de Ambato, son representadas por ECUADOR SOBERANO la cual fue creada mediante la ordenanza municipal, discutida y aprobada en sesiones ordinarias del 23 de septiembre del 2008 y el 7 y 14 de julio del 2009, en la actualidad su presidente es el señor Cristian Riera, por el elección democrática el 06 de junio del año 2016. Hasta hace 15 años todo el comercio se realizaba alrededor de las principales plazas y mercados del centro de Ambato como son: 1 de mayo, Colon, pachano Urbina, Dolorosa, entre otras, provocando serios congestionamientos y desorden urbano en todo el casco central. Como medida de cambio a esta situación con anterioridad se había previsto la implantación de un Mercado Mayorista. (UTI, 2011) 1 línea de investigación, propuestas por la Universidad, se enfocan en apoyar a la sociedad que tanto necesita solucionar diversas dificultades que tienen los individuos y poblaciones. Entonces este es específicamente el papel o el rol que las universidades tomen en primer plano, para de esa manera vincular directamente al proceso del desarrollo socioeconómico y productivo de los habitantes del cantón. De manera conjunta, la Universidad a través del investigador y Ecuador Soberano, arriman el hombro con pie firme para entrar a la era del Sumak Kawsay; de acuerdo los estadales puntuales del Buen Vivir en la Constitución Política del Ecuador, es la convivencia en alegría, paz, en armonía entre las personas y conjuntamente con Nuestra madre tierra ya que éste es un derecho irrenunciable del ser humano, (Constitución Política del Ecuador, 2008).

Planteamiento del problema

Contextualización

Macro

La responsabilidad social en las empresas surgió desde 1960, y en los últimos años esta acción se ha venido replicando en varias empresas, un hecho importante que sucedió en marzo del 1989, donde la petrolera Exxon, derramó 11 millones de galones de petróleo en Alaska causando un problema ambiental inconmensurable, dejando una huella de más de 1120 kilómetros. Este hecho fue la base para que las empresas tengan la pauta inicial para hablar sobre la responsabilidad social y sostenerse en este tema para mejorar su imagen.

En la actualidad la gestión de desechos sólidos, es un factor que se toma en cuenta dentro de la sociedad entre los cuales se pueden mencionar el uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos como agua, usos de energía alternativa etc., y con esto se pretende culturalizar a las personas. Ya que como se ha mencionado es un problema que se ha manejado en los últimos años pero de manera ligera, aún hay mucho por hacer para que los desechos sean clasificados por las instituciones públicas, privadas y sobre todo educativas, considerando que es una cuestión de cambio de mentalidad de las personas.

“La responsabilidad social empresarial es un conjunto de acciones innovadoras de una organización, basada en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos... con las responsabilidades de las actividades sobre la sociedad y el medio ambiente”. (Martínez Herrera, 2011, pág. 8), como afirma el autor, mediante la RSE se pretende cambiar la mente de las personas y así ayudar a las Empresas dándose a conocer de manera positiva en el mercado y de alguna manera estar al frente de la competencia.

Según el informe del Banco Mundial (BM) “What a Waste: A Global Review of Solid Waste Management”. Estamos produciendo cada vez más basura, es preocupante saber que ahora la basura crece más rápido que la tasa de urbanización del mundo. Esto quiere decir que se producen más desperdicios de los que se pueden reutilizar o desechar de manera correcta sin que dañe el medio ambiente.

Se estima que en el 2025 más de 1.400 millones de personas existirán en el planeta. Y en promedio cada una producirá 1,42 Kg de basura durante el día, esto es más del doble de lo producido hoy (0,64 Kg). Lo que significa que en menos de 10 años se producirá 680 millones de toneladas de desechos en las ciudades al año a 2.200 millones.

Según la página de [ecuadorinmediato](#), en el país se generan aproximadamente 4'000.000 de toneladas de basura anualmente, cerca de la mitad (43%) proviene de Quito y Guayaquil, ya que son las ciudades más grandes y las que poseen más industrias que son las mayores generadoras de desechos, es importante mencionar que el 39% de los municipios bota los residuos sólidos en rellenos sanitarios sin realizar mayores actividades de clasificación.

En la actualidad en pocas ciudades del Ecuador existe una gestión apropiada de desechos sólidos; Loja, Cuenca y Galápagos son las ciudades que menos desechos generan debido a un trabajo conjunto realizado por municipios de estas ciudades y la disponibilidad positiva de los habitantes con relación a planes que contribuyen con el cuidado al medio ambiente.

Meso

Para el Ecuador, la importancia del comercio es evidente en movimiento con más números de establecimientos, con 269.751 locales y cerca de un millón trescientas mil personas que trabajan en actividades relacionadas (21% de la población ocupada) lo que la convierte en la segunda actividad generadora de empleo, así mismo en la contribución de impuestos el comercio está a la 5

vanguardia; es el sector que más contribuye a las cuentas fiscales lo que lo convierte en la segunda actividad con mayor importancia, superada apenas por la industria manufacturera. (Diario el Herald, 10/02/2012) En Tungurahua desde períodos muy tempranos hasta no menos de los años 1980, el comercio se vio favorecido por la red de ferias de “Tungurahua” beneficiando a los productores que se fueron transformando gradualmente en comerciantes, primero como actividad complementaria a las labores agropecuarias y luego como actividad principal (Ospina, Peralta P. & et. 2010); Ambato como su capital es la ciudad más representativa de la práctica de la actividad. Ambato es una potencia nacional en el área comercial, esta ciudad se ha caracterizado por ser eminentemente productiva por lo que se ha constituido en creador de fuentes de trabajo a través del tiempo; una línea importante es el comercio artesanal como la confección de ropa, calzado, cuero, elementos que los podemos encontrar para su distribución en el Mercado Modelo, (Segundo piso), Centro comercial Ferroviario y en forma particular y mayorista para su distribución en el Mercado Mayorista de Ambato, Sección Ropa y afines.

La cantidad de desechos generados, se podrían reciclar, pero debido a la falta de programas de reciclaje en Ambato no se ha logrado culturalizar a las personas sobre el tema de la recolección selectiva de basura. Un 10% de los desechos son casi imposibles de reciclar ya que son arrojadas en quebradas, terrenos baldíos o en algunos casos optan por la incineración de los desechos, produciendo contaminación ambiental en forma masiva ya que no pueden ser tratados de forma apropiada, lo que ayuda a la propagación de plagas que arrastran enfermedades a la población.

En la ciudad de Ambato ya hace más de una década se incrementaron los Ecotachos, los cuales funcionan en el sistema de recolección de desechos sólidos que en los últimos años se ha extendido hasta varias de las parroquias que no se encuentran en el centro de la ciudad.

Según información obtenida por EPM GIDSA (empresa pública municipal, gestión integral de desechos sólidos de Ambato), esta empresa es la encargada de la recolección transporte y deposición final de desechos sólidos no clasificados, como gerente al Dr. Mauricio Carranza, ofrece los datos que a continuación podemos observar, la cantidad (Kg.) de desechos sólidos de la ciudad de Ambato en el año 2015, suman un total de 97.087.370.00 kg. (97.087.37 Tn.) Mensuales de desechos que no mantienen una clasificación adecuada.

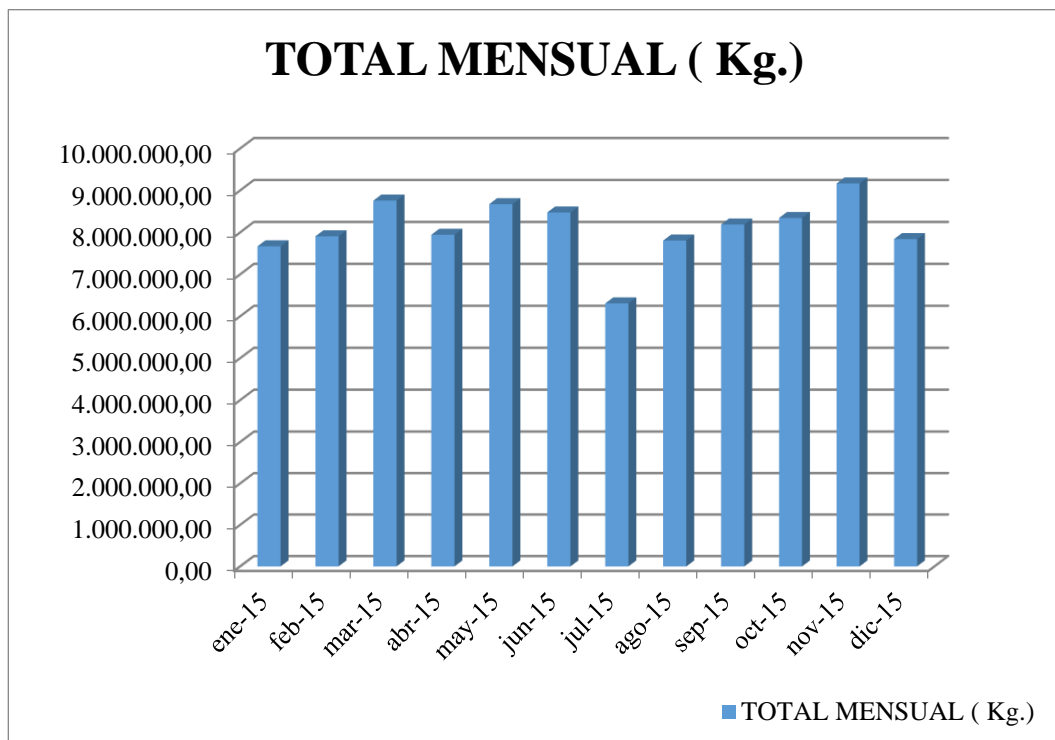


Gráfico N° 1: Desechos sólidos no clasificados

Fuente: Adaptado de EPM GIDSA

Elaborado por: Viviana Ortega

Como se observa en el grafico 1 en el mes de noviembre del año 2015 se recolecto 9000000.00 kg. En la ciudad de Ambato, dejando palpar que es el mes donde más basura se produjo en relación al promedio del año 2015. Mientras que en los desechos industriales del año 2015 tenemos lo siguiente:

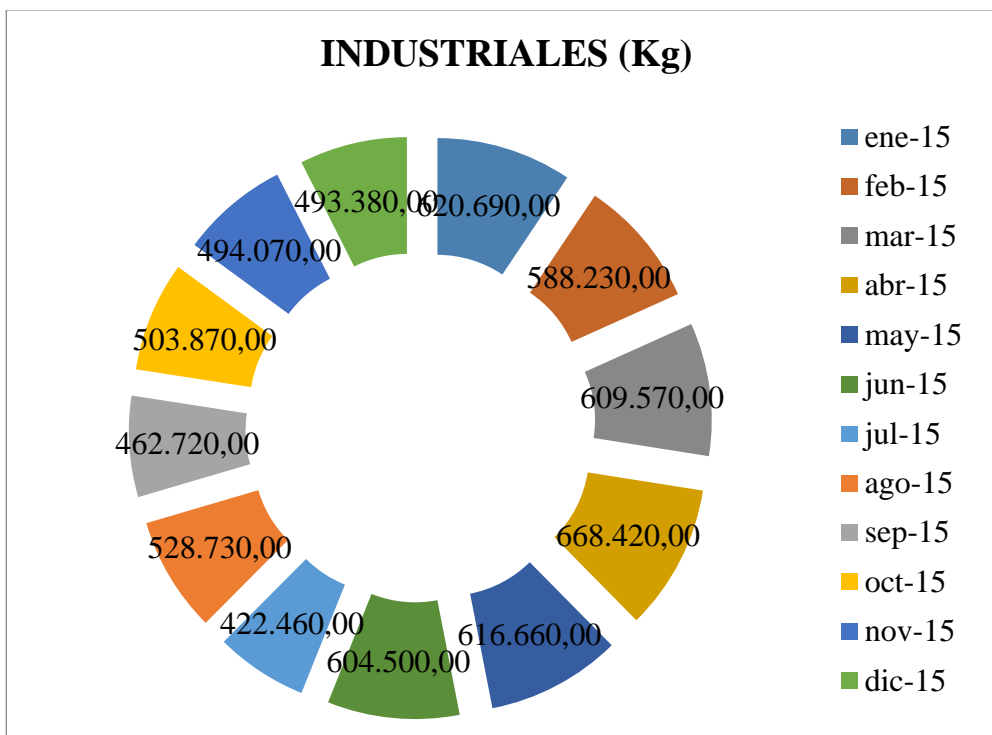


Gráfico N° 2: Desechos industrializados

Fuente: Adaptado de EPM GIDSA

Elaborado por: Viviana Ortega

Obteniendo un total de 6.613.300,00 Kg. De desechos industrializados por lo tanto en el mes de julio los desechos industrializados fueron de 422.460,00 Kg. Manifestando que fue el mes en el que estos desechos disminuyeron notablemente en relación a los otros meses del año 2015.

Micro

En la ciudad de Ambato existe 138848 negocios es decir un 74,28% de los que se encuentra en la provincia de Tungurahua, este dato fue tomado del Servicio de Rentas Internas – RUC (2014, p. 1) Esta cifra muestra que existe una gran actividad económica además sirve para analizar el impacto ambiental que estas producen en la ciudad. Esto demuestra que existe un problema que afecta directamente a la naturaleza, a la empresa y por ende a la población. No obstante esto se puede corregir aplicando planes estratégicos de sostenibilidad y ayuda en el cuidado de medio ambiente.

El Mercado Mayorista de Ambato fue fundado el Primero de Junio de 1992 regulada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, como importante centro de distribución para la provincia y el país, para precautelar la actividad comercial y a los mercantes que se agrupa en diversas asociaciones que laboran dentro de las instalaciones de dicho mercado. Estas tienen por objeto defender y contribuir al incremento de las rentas de sus miembros así como la mejora de sus condiciones de trabajo y, en general, a la elevación del nivel de calidad de vida de los asociados.

En el Mercado Mayorista de Ambato no existe un adecuado sistema de recolección de desechos, incluso después de la ubicación de botes de basura las personas aún siguen botando desechos en el piso. No existe una cultura de reciclaje.

Basura que es desechadas en los contenedores que se encuentran en Mercado Mayorista no abastecen las cantidades de basura generada, por lo tanto es imprescindible aplicar técnicas de responsabilidad social para Generar conciencia en la mente de los socios y demandantes que visitan dicho mercado, para de esta forma mejorar la gestión de desechos sólidos dentro de las instalaciones, especialmente en el área de la confección, donde hay una cantidad mayor de visitantes, y es el área que se puede manejar de mejor manera y esta gestión ayudara a reducir los desperdicios, de tal manera evitar problemas plagas que afecten a la buena imagen del Mercado.

Árbol de problemas



Gráfico N° 3: Árbol de problemas
Elaborado por: Viviana Ortega.
Fuente: Investigación de campo

Análisis crítico

Como se puede apreciar en el árbol de problemas, existen varias causas por las cuales existe una escasa aplicación de responsabilidad social en el Mercado Mayorista de Ambato que ayude a la implementación de una adecuada gestión de desechos sólidos, donde se observa que debido a la desorganización dentro del Mercado Mayorista, la inexistencia de programas de gestión de desechos sólidos, la ausencia de ecotachos destinados para la clasificación de basura, la desinformación respecto a la clasificación de desechos por parte de los miembros del Mercado Mayorista, la información limitada de responsabilidad social en el medio comercial, la insuficiente aplicación de planes de responsabilidad social y la inapropiada gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista.

Prognosis

Si a futuro no se da una solución rápida y técnica al problema de la crisis socioambiental por contaminación, causado por el inadecuado manejo de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de Ambato, a posterior el bienestar social y ambiental del sector se verá dañado y afectado por el aumento progresivo de agentes contaminantes, que genera la acumulación de animales callejeros (roedores, perros) los mismos que son partícipes de diversas enfermedades que afectan a los habitantes del sector, sin dejar de lado la contaminación, daño en el medio ambiente, además de provocar conflictos sociales y políticos. Que desequilibren la calidad de vida de los habitantes en aspectos de bienestar físico.

Formulación del problema

¿Cómo influye la responsabilidad social ante la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de Ambato?

Delimitación del Objetivos de la Investigación

- Campo: Administrativo
- Área: Responsabilidad social
- Aspecto: Gestión de reciclaje de desechos sólidos
- Límite espacial: Mercado Mayorista sector de la confección
- Límite temporal: La presente investigación se realizará en la durante el Periodo Septiembre 2015 – enero 2017.

Justificación

El presente trabajo se realizó con el fin de generar cultura en los socios y visitantes del Mercado Mayorista y clasificar los desechos sólidos de manera adecuada, siendo responsables con el entorno y conocer la predisposición de los socios y visitantes para apoyar con las iniciativas que se plantean en la siguiente tesis, y de esta forma buscar estrategias que ayuden a generar una mejor imagen del Mercado Mayorista, mediante la responsabilidad social y de este modo disminuir los costos de recolección y clasificación de los residuos evitándose problema de salud.

En la actualidad existen trabajos investigativos que ayudan a conocer más sobre la GRS y con la responsabilidad social, donde se puede tomar ideas para mejorar la imagen tanto del mercado como de la ciudad, llamando la debido a que a dicho lugar llegan visitantes de todas las provincias, por encontrarse en una zona estratégica, la zona centro del país.

Este tema de investigación tiene por objeto influir en el comportamiento de las personas, con el fin de mejorar el bienestar de la sociedad, implementando una correcta gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista. Por lo antes indicado, la presente investigación tiene como fin influir en el comportamiento de las empresas, para generar una conciencia ambiental, para que cada una de ellas esté comprometida con el cuidado y protección de la naturaleza mediante la

optimización de recursos. Debido a que en la en la ciudad de Ambato, representa un 74,28% del total de del comercio de toda la provincia.

Debido a que los problemas ambientales en la actualidad se deben considerar como uno los más importantes en la sociedad, de los cuales es fundamental darle solución o al menos disminuir sus efectos de manera gradual, y por lo tanto se ha visto la necesidad de realizar actividades para mejorar la imagen del Mercado Mayorista, involucrando a los socios para que se implemente el sistema de clasificación y recolección de desechos de manera organizada,

Para finalizar se debe establecer una adecuada gestión de desechos sólidos como herramienta, es necesario contar con el compromiso de las personas, y mediante esta estrategia se pretende beneficiar tanto a los socios, visitantes y habitantes, dando la oportunidad de generar pequeños ingresos para Ecuador soberano.

Objetivos

Objetivo General

Investigar las acciones de responsabilidad social y su relación con la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los principales aspectos a emprender de responsabilidad social en el Mercado Mayorista de la confección de Ambato.
- Determinar que dificultades se presenta al momento de gestionar los desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de Ambato.
- Diseñar un proyecto encaminado a implementar la Responsabilidad Social de manera que mejoren la gestión de los desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

Luego de la investigación y análisis de algunas investigaciones respecto al tema a desarrollarse en múltiples fuentes que reposan en las diferentes instituciones de Educación Superior, se ha encontrado estudios sobre el tema similares entre las cuales podemos mencionar.

De la Universidad Técnica de Ambato “la responsabilidad social empresarial y el crecimiento empresarial del sector textil de la zona de planificación n° 3.”, Autor Coba Molina, Edison Marcelo, 2015 llegando a lo siguiente:

Como objetivo general es estudiar la relación del grado de la responsabilidad social y el crecimiento empresarial del Sector Textil de la Zona de Planificación N° 3. Ofreciendo una conclusión definida de su trabajo, por medio de la recolección de datos. La mayor parte de la población encuestada trabaja en las textileras no menos de 2 años hasta más de 10 años, lo que nos indica que el sector textil ofrece estabilidad laboral con todos los beneficios de ley, además de un excelente clima laboral. Por lo tanto, un pequeño porcentaje del sector textil no exporta su producción debido a que la mayor parte de estas industrias son muy jóvenes en el mercado, entre otros factores como el no contar con tecnología de punta, o a la gran inversión que implica los trámites y procesos de exportación.

El sector textil demuestra un nivel medio en conocimientos de temas relacionados a la responsabilidad social empresarial, a pesar de que se practiquen algunas actividades enmarcadas en este contexto, para mucho este tema es nuevo. Lo que manifiestan las empresas dedicadas al textil, actúan en acciones de responsabilidad social; considerando únicamente aspectos legales y económicos, dejando de lado aspectos ambientales, éticos, filantrópicos y sociales. El sector textil de la zona de planificación 3 del Ecuador expone que los grupos de interés son participativos de los valores de sus empresas lo que favorece las relaciones entre ellos y por ende la colaboración es efectiva. Una de las características del sector no existe mayor impacto ambiental en cuanto a al manejo de desperdicios o desechos, es por ello que las empresas no se ven en la necesidad de implementar medidas. Mientras que varias empresas del sector apoyan patrocinios, donaciones y entre otras obras sociales, como proyectos de asfalto, alcantarillado, construcción de letrinas, apoyos económicos. Al igual que otras entidades apoyan al desarrollo de la comunidad dentro de sus capacidades económicas, porque son empresas jóvenes en pleno crecimiento empresarial. Al mirar los datos de los directivos del sector textil están conscientes de que si tuvieran una cultura organizacional en ser socialmente responsables, sus negocios tendrían mayor expansión y crecimiento en el mercado.

Se puede brindar las siguientes sugerencias que al realizar un modelo de balance social en donde se pueda apreciar los resultados de la aplicación de los indicadores, así como todas las fortalezas y oportunidades que se obtenga con su aplicación. Al patrocinar o financiar con mayor actividad en obras y eventos sociales que favorezcan a los grupos vulnerables. Lo que nos da paso a crear productos o procesos que conviertan los desechos en nuevas materias primas. Formar grupos de mejora continua y grupos de interés social. Y proceder adquirir un seguro extra para los empleados en caso de accidentes. Logrando realizar más actividades de concientización ambiental como proyectos de reciclaje y conservación del medio ambiente.

De la Universidad Tecnológica Ambato “Estudio de la contaminación del agua y el inadecuado manejo de los desechos líquidos en el área de faena miento de bovinos del camal frigorífico Ambato”, Autor Guevara Freire, Deysi Alexandra, 2011 llegando a lo siguiente:

Objetivo General de este trabajo es el estudiar el grado de contaminación medioambiental generado por la evacuación de los desechos líquidos en el área de faenamamiento de bovinos del Camal Frigorífico Ambato

Dejando palpar una de las conclusiones es el inadecuado manejo y disposición del rumen, sangre, estiércol, pedazos de carne y vísceras generados durante el proceso de faenado del ganado bovino ocasionan una elevada cantidad de materia orgánica en las aguas residuales, incrementando el DBO5 en 11666 mg/l en los efluentes que se sedimenta en los tanques imhoff y un DBO5 de 4197,76 mg/l, cuando empieza a evacuarse al sistema de alcantarillado hasta desembocar al río Cutuchi ocasionando una grave contaminación al estar fuera de los límites permisibles por el TULAS. Mediante la matriz causa-efecto de Leopold se evaluó 82 impactos ambientales de los cuales 19 son positivos que benefician al personal, consumidor e introductores y 63 son impactos negativos, que afectan al medio ambiente. Por lo tanto las causas más usuales de contaminación del agua se deben al desaprovechamiento de la sangre, la falta de dispositivos de control del agua (medidores), inadecuado proceso de limpieza, falta de capacitación y sensibilización de los operarios, con la contaminación y desperdicio del agua. De acuerdo a la prueba no paramétrica Ji Cuadrado se acepta la hipótesis alternativa que menciona que “La deficiente capacitación en el manejo de los subproductos y del agua provoca el inadecuado manejo de los efluentes líquidos influyendo en la contaminación ambiental”, lo cual se corrobora con los resultados de las encuestas y se verifica con los análisis de laboratorio fisicoquímicos y microbiológicos de los efluentes líquidos reportados en el informe de la OSP. Encontrando que las menuderas realizan un lavado inadecuado de vísceras, patas y cabezas lo cual a ser comercializadas se convierten en potenciales generadores de enfermedades transmitidas por alimentos ETAS y la inexistencia de un programa de seguridad

industrial provoca un alto riesgo de accidentes por golpes y cortaduras en las comercializadoras de vísceras, personas particulares y operarios.

Guevara manifiesta que la administración debe gestionar de manera urgente el mantenimiento y arreglo de los tanques Imhoff y de la volqueta de evacuación de rumen con el fin de disminuir la cantidad de materia orgánica en los efluentes líquidos. Dejando en flote las conclusiones obtenida al realizar un control más estricto en el ingreso de personas ajenas al proceso de faenamiento, en especial los introductores, para evitar posibles accidentes y precautelar la sanidad de las canales. Por lo tanto la administración del camal deberá hacer cumplir la normativa con respecto al descanso de animales antes del faenamiento, la cual indica que es mínimo 12 horas para bovinos. Este aspecto mejorará considerablemente la calidad del agua residual, al permitir recuperar la sangre, a la vez de mejorar la calidad de la carne, al estar el animal descansado y des estresado al momento de su faenamiento. Asegurar al piso las rejillas para evitar que los trabajadores las separen del desagüe y eliminen los residuos sólidos al sistema de alcantarillado. Sin dejar de lado en la limpieza de paredes y piso utilizar elementos mecánicos como cepillos y escobas, que disminuyan el uso del agua, así como también promover el uso de detergentes que cumplan con las especificaciones de salubridad y no estén caducados Para controlar que las vísceras no sean lanzadas al piso, pisoteadas ni arrastradas por las señoras menuderas, para ayudar en la seguridad alimentaria. Sin dejar de realizar periódicamente análisis de laboratorio de las aguas residuales y compararlos con los parámetros máximos permisibles según el Texto Unificado de la Legislación Ambiental.

De la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Mecánica. “Proceso de Manejo de Desechos contaminantes del área producción de la Empresa LAVADORA CHELO'S y la Reducción del Impacto Ambiental en el cantón Pelileo”, Autores Sánchez Llerena, Shirley Malena, 2014 llegando a lo siguiente: El Objetivo General es analizar el manejo de desechos contaminantes del área de producción de la empresa LAVADORA CHELO'S que permita reducir el efecto negativo del impacto ambiental en el cantón Pelileo.

Al observar el trabajo que nos facilita Shirley podemos acoplar la presente conclusiones, existen deficiencias en el manejo de desechos contaminantes en el área de producción de la empresa LAVADORA CHELO'S ya que la misma no cuenta con una herramienta administrativa que permita reducir la contaminación ambiental en el cantón Pelileo. De forma que el tema ambiental no se encuentra en un primer plano en la empresa LAVADORA CHELO'S, ya que existe poca gestión administrativa con respecto a las actividades necesarias para minimizar el efecto negativo del impacto ambiental causado por el inadecuado manejo de desechos contaminantes. Mientras que la opinión de los clientes señala que la empresa no se encuentra responsablemente comprometida con su gente y la comunidad, puesto que la contaminación ambiental que ha producido esta, pone en riesgo la salud de todos los habitantes en el cantón Pelileo. Dentro de la empresa existe poca gestión administrativa con respecto al manejo de desechos contaminantes, lo que incrementa el impacto ambiental (contaminación). Tras la investigación realizada se observó que la empresa LAVADORA CHELO'S requiere de una herramienta administrativa, que proporcione los lineamientos necesarios para un adecuado manejo de desechos contaminantes del área de producción de la empresa, propiciando la reducción del impacto ambiental.

Las recomendaciones que se manifiestan en este trabajo es capacitar con frecuencia al personal que labora dentro de la empresa, manifestando el cumplimiento de sus obligaciones y el modo más adecuado de realizar las tareas de manera ecológica; en especial al personal nuevo que ingresa a laborar dentro del área de producción. LAVADORA CHELO'S debe desarrollar una política ambiental, la misma que le permita tener delimitados los objetivos y metas hacia los cuales se direcciona la empresa en el ámbito ambiental y alcanzar el camino trazado por esta, en pro de la excelencia ambiental. Manejándose como la empresa debe implementar un Manual de Gestión Ambiental basado en la norma ISO. 14001:2004, el cual ayude a realizar una producción con pocos e imperceptibles impactos ambientales. De forma que se puede informar y sociabilizar con los empleados y clientes la función y beneficios de la implementación de un Manual de Gestión Ambiental, mismo que servirá de guía para aplicar buenas prácticas

ambientales; y a la vez que contribuya a disminuir los impactos en el medio ambiente

Fundamentación Filosófica

En la presente investigación se utiliza el ejemplo crítico de acuerdo a estudios realizados anteriormente, para la evaluación y consideración las recomendaciones de ofrecidas en dicha búsqueda. Como objetivo, aplicarla en una propuesta que permita dar solución a la abandono de estrategias de responsabilidad social y de gestión de desechos sólidos, y pretende hacer conciencia en las personas sobre el manejo y la clasificación de desechos sólidos producidos en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato.

Fundamentación Técnica

En la investigación se utilizará el enfoque cualitativo y cuantitativo, que ayudaran a describir cualidades de la investigación y cantidades numéricas que se van a tabular para la verificación de la hipótesis por medio de los resultados que obtenemos de las encuestas, logrando mantener una idea clara y objetiva de la probática de investigación. Y a la vez designa pautas para la propuesta, que se ofrecerá al final de la misma.

Fundamentación Legal

MARCO LEGAL DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE GESTIÓN INTEGRAL DE DESECHOS SÓLIDOS GIDSA. Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

El artículo 1 de la Ordenanza de creación de la Empresa Pública Municipal se constituye con domicilio en la ciudad de Abato, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los desechos sólidos del cantón Ambato, como persona jurídica de derecho público, autonomía,

administrativa, financiera, operativa y patrimonial. (GIDSA, 2010). La misma ordenanza habla sobre el objeto de la empresa, el cual hace énfasis al barrido de vías y espacios públicos en coordinación con las instancias pertinentes y los gobiernos autónomos parroquiales rurales para desarrollo y buen manejo de la recolección y transporte de desecho, disposición temporal de los desechos sólidos y disposición final de los desechos sólidos del cantón Ambato y la implementación de plantas procesadoras de desechos orgánicos e inorgánicos. Lo que proceda a la venta de los subproductos obtenidos en las plantas procesadoras municipales.

De manera que para honrar en los estudio de la responsabilidad social dentro de la CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR EN EL ARTICULO 52, 66, 85, 283, 284 334,335 describe que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

De manera que las personas pueden realizar actividades económicas con libertad siempre y cuando estas sean lícitas conjuntamente con el derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

Los ciudadanos aportaran a la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, para producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Manejándose por la política económica con los objetivos de asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional. Para proceder a

incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, como la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional. Logrando asegurar la soberanía alimentaria y energética. Por último se impulsará un consumo social y ambientalmente responsable.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. Ver anexo 1

Categorías fundamentales

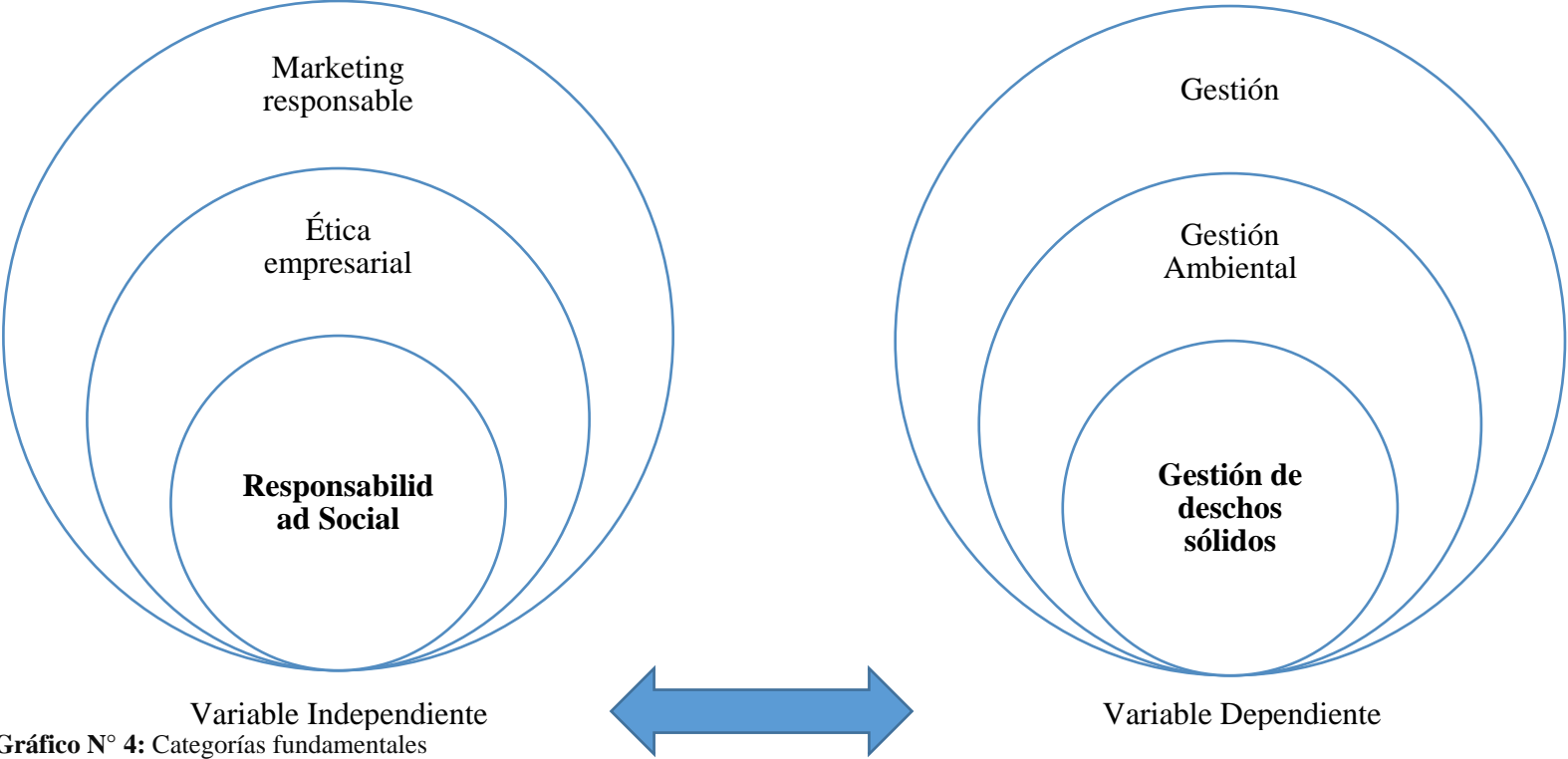


Gráfico N° 4: Categorías fundamentales
Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: Viviana Ortega



Gráfico N° 5: Constelación de ideas (variable independiente)
Fuente: Investigación bibliográfica
Elaborado por: Viviana Ortega

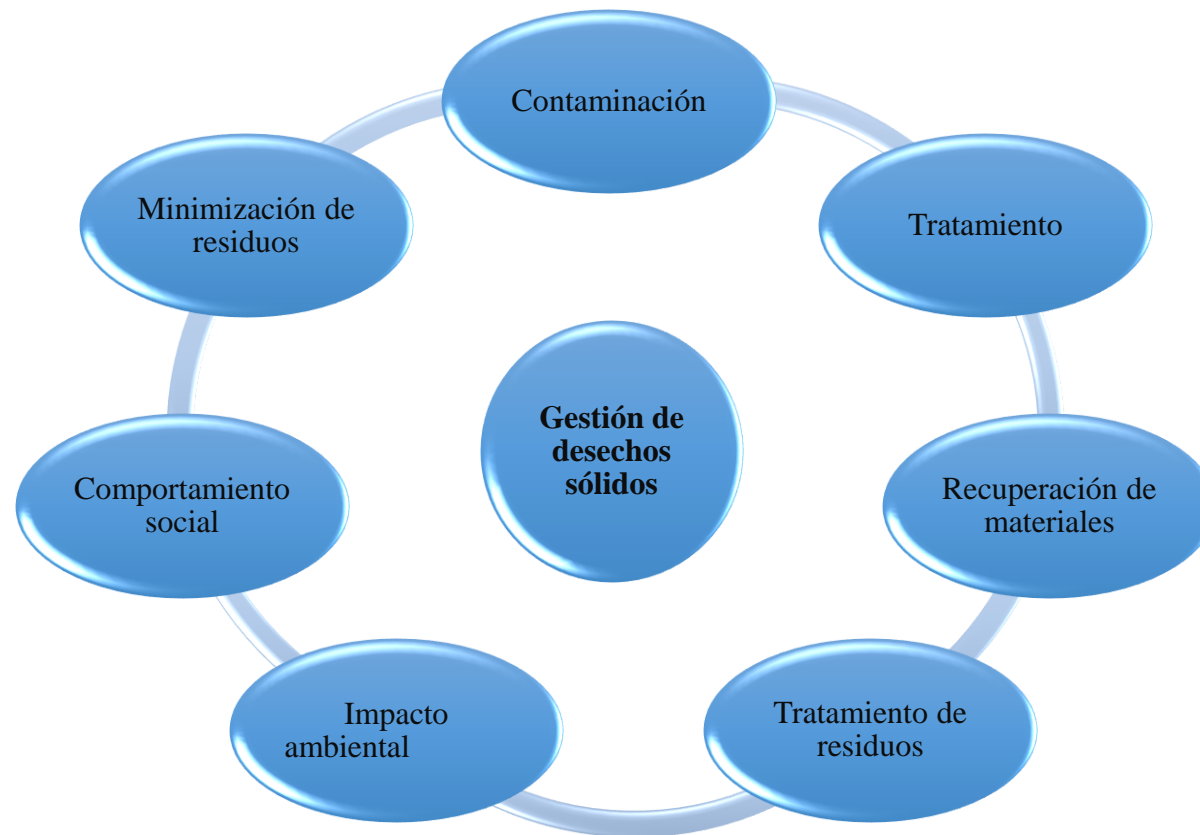


Gráfico N° 6: Constelación de ideas (variable independiente)

Fuente: Investigación bibliográfica

Elaborado por: Viviana Ortega

Categorías fundamentales

Marketing Responsable

Marketing Responsable (Santos, 2011 , pág. 123) señala que es la ética y la transparencia con relación a la información suministrada por las empresas al momento de publicitar, informar, comercializar o mercadear un producto”. ”Además (González S. Tito, 2012, pág. 25) agrega que es el que define las relaciones de la compañía con sus consumidores”. Es el vínculo que mantiene el cliente y la empresa, manifestando que la empresa no tiene como objetivo únicamente las ventas si no también que se preocupa por las necesidades sociales en las que se desarrolla el individuo, ayudando a un grupo específico de la comunidad, a tener un mejor estilo de vida.

Por su parte (García Leal, 2013, pág. 36) tiene que ver con la responsabilidad medioambiental,” que en general, se ha dado un cambio desde “el comprador precavido” hacia una ética en la cual las empresas se encuentran a la expectativa de soportar una gran responsabilidad derivada de la integridad, uso y consecuencias de sus productos y servicios”. Definiendo como la gestión comercial de manera justa y ética de las empresas con el objetivo de atraer, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades por medio de productos que se perfeccionan diariamente.

Marketing responsable para (García Leal, 2013, pág. 36) es” el respeto no solo de sus derechos de los consumidores sino el respeto por los derechos humanos de quienes participan directa o indirectamente en la cadena de fabricación o comercialización se ha vuelto un punto de honor a la hora de escoger un producto o un servicio”. Desempeña un papel fundamental en el logro de variaciones en los patrones de consumo que impulsan la implantación de la RSE en las empresas que ofrecen bienes y servicios de diferente índole, para aplicarlos en los grupos de interés dentro de la sociedad.

Según (Robbins, 2012, pág. 490) Define el Marketing responsable como “el poder del marketing sobre el consumo es muy grande, por eso mismo si es transparente y responsable puede ser transformador por lo tanto se podría decir que el marketing responsable bien hecho está en sintonía con el consumo responsable”. Identifica el impacto social y medioambiental del producto o servicio, comercializado por la empresa que procede a tomar las medidas eficaces para intentar minimizar la falencia producida por el residuo del producto.

Con el advenimiento del enfoque humanístico lo define (Campiña Gema, 2010, pág. 160), que es “el enfoque humanístico, la preocupación por la máquina y por el método de trabajo, por la organización formal y los principios de administración aplicables a los aspectos organizacionales, ceden prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos”. Cabe recalcar que la responsabilidad social no se enfoca únicamente con los consumidores externos si no también con los colaboradores internos ya que la empresa cuenta con una estructura organizacional que mantiene el énfasis en el bienestar de las personas que trabajan o que participan en las organizaciones.

Tomado del libro de (De la Peña de León, 2012, pág. 16) Manifiesta que es “todo un proceso que incluye (en términos generales) planificación, organización, dirección y control para un adecuado uso de los recursos de la organización (humanos, financieros, tecnológicos, materiales, de información) y para la realización de las actividades de trabajo. Tiene el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz; es decir, lograr los objetivos con el empleo de la mínima cantidad de recursos”.

Ética empresarial

Para (Domínguez, 2011, pág. 232) Ética empresarial “es el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos en

condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte”. Se ha convertido en un tema obligado por las empresas ya que no buscan solo profesionales aptos para desarrollar su cargo sino también que mantengan un buen desarrollo social, para lograr los objetivos propuestos con mayor facilidad y apoyo empresarial.

Ética empresarial es “el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque” así lo define (Brull, 2011, pág. 87). Se preocupa en las normativas de naturaleza moral por medio de las conductas del mercado y decisiones comerciales, las cuales se desarrollen en un ambiente saludable, productivo y económico.

(Camacho Laraña, 2013, pág. 201) Establece que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios. Por su parte (Sanagustín Fons, 2013, pág. 130)) indica que es crear vínculos recíprocos dentro de esa comunidad que es la empresa para que valores como la lealtad, transparencia, responsabilidad y cuidado hacia los demás, entre otros, encuentren sus raíces. Y (Gómez Aranzubia, 2014) agrega que un conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa, para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad. Regula las relaciones y conductas de los individuos dentro del mundo de los negocios manejados por cuestiones de índole moral que trabajaran y fomentaran al empleado que realicen las actividades de manera implicada con la empresa y la sociedad incorporando valores y principios. En conclusión son las acciones correctas e incorrectas que se aplican como estándares de productividad en las empresas, que mantienen un vínculo con las conductas, cambios y preferencia de los clientes.

La ética estudia qué es lo moral y cómo se debe aplicar en los diferentes ámbitos de la del día a día de consumo masivo, la ética es solo un arte de vivir bien. La ética empresarial forma parte de la ética, es por eso que para (Schmidt, 2015, pág. 56) “La ética empresarial consiste, por tanto, en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidas por una sociedad pluralista (valores que componen una ética cívica) al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario“.

Así también para (Duran, 2014, pág. 34) La ética empresarial “consiste en transitar dentro de la empresa de una ética individual hacia una ética social, de lo intersubjetivo (ética de las personas) a lo intersubjetivo de las organizaciones, donde los miembros de la comunidad están unidos por lazos de compromisos mutuos, afectos y sentidos de pertenencia. Permitiendo crear vínculos recíprocos dentro de esa comunidad que es la empresa para que valores como la lealtad, transparencia, responsabilidad y cuidado hacia los demás, entre otros.

Con lo que concuerda (Torres Hernández, 2014, pág. 55) La ética empresarial puede considerarse como un subconjunto de valores de la sociedad vista como un todo“. La conducta ética de los empresarios se rige a los elementos sociales, de manera que jamás se puede romper la comunicación entre estos elementos.

Responsabilidad Social

Según (Pierre, 2010, pág. 21) es “el carácter social de las actividades económicas que hace que la empresa este comprometida con el bien común de la comunidad en la que desenvuelve sus actividades“. Es la contribución activa y voluntaria del mejoramiento ambiental, económico y social por parte de las empresas, optimizando la situación corporativa ofreciendo un valor agregado a la demanda, mejorando la perspectiva que la sociedad tiene de la oferta.

(Vera Cantillo, 2012, pág. 23) La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es “la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en

cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general“. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto.

(Rodríguez, 2011) La responsabilidad social de la empresa (RSE), “también denominada responsabilidad social corporativa (RSC) es esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica la calidad del medio ambiente“. Es la reprocessad que tienen Las empresas con los clientes que dan vida a estas empresas para de esta manera mejorar su estilo de vida.

Por otro lado (Carballo Penela, 2016, pág. 80) indica que es la práctica de una organización respecto a terceros o, lo que es lo mismo, alude al modo en que una empresa se relaciona con la sociedad“. Es una forma de administrar las empresas basadas en la gestión de los impactos que su actividad ya sean negativas o positivas las cuales se genera sobre sus clientes, empleados, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.

En conclusión es compromiso que mantiene las empresas con la sociedad basados en el impacto que tiene la mercadería ofertada en el mercado.

(Arroyo, 2011, pág. 33) “Agrega que esta incorpora la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. En conclusión la responsabilidad social de las empresas es el aporte e integración de sus actividades y el compromiso con la sociedad para un aporte en la sostenibilidad, respeto a sus derechos y mejorar la calidad de vida“. En definitiva es la conciencia moral de las

empresas frente a los residuos que producen los productos al terminar su vida útil, dándoles de esta manera un nuevo comienzo en diversos sub productos, disminuyendo así el exceso de residuos en el medio ambiente.

(Mendoza Reyes, 2008) “El término responsabilidad social de las empresas (RSE) o “responsabilidad empresarial”, es satisfacer la demanda de los clientes y gestionar, al mismo tiempo, las expectativas de otras partes interesadas: los trabajadores, proveedores y la comunidad de su entorno. Contribuir de forma positiva a la sociedad gestionando el impacto medioambiental de la empresa. La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa“. En otras palabras las empresas son reciprocas en el manejo de necesidades sociales y medioambientales en las que actualmente se desarrolla la sociedad devolviéndoles un poco de los que ellas les brindan.

Según (Mendiola Germán, 2011, pág. 116)) “La demanda de responsabilidad social es cada vez más fuerte. La sociedad exige unos comportamientos éticos de las organizaciones y que los valores de:

- Igualdad
- Libertad
- Solidaridad
- Respeto activo
- Diálogo

En este texto, se puede observar que existen varios motivos para que a las empresas les resulte favorable ser responsables socialmente como: la presión de los clientes, competidores, inversores.

Según (Guibert Ucin, 2010, pág. 116) “El concepto de responsabilidad social es analógico y no unívoco, pues cambia según la situación concreta de las empresas. Una empresa puede legítimamente decir parafraseando al filósofo español Ortega y Gasset: “yo soy yo y mis circunstancias”. Tenemos que tomar conciencia de que no

se puede seguir siendo el país más violento del mundo y uno de los más inequitativos. Sin un corazón lleno de amor y de solidaridad no podremos construir un nuevo país. El proyecto de la Responsabilidad Social Empresarial es construir una cultura de la solidaridad, una civilización del amor donde haya justicia social, respeto por los derechos humanos y libertad para todos”. De manera que no se puede decir que la responsabilidad social está vinculada únicamente con el medio ambiente, su objetivo es cambiar la mentalidad de las personas de manera positiva frente a cualquier problema que presenta la sociedad.

Según (Académico, 2011, pág. 45) Aunque en los foros de debate se emplean indistintamente los términos Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Responsabilidad Social de las Empresas (RSE), este último es el empleado por el Ministerio de Trabajo y su Foro de Expertos. En este libro utilizaremos el término RSC, al considerar que tiene mayor alcance y está más extendido, sobre todo en la vertiente internacional de la empresa. Últimamente se están desarrollando numerosas variantes del término RSC/RSE para ajustarlo más adecuadamente al tipo de organización responsable y así podemos encontrar los siguientes tipos de RS aplicada:

- Responsabilidad social organizacional (RSO), término muy amplio que incluye no solamente la tradicional RSC (corporativa o de empresa) sino también la de otro tipo de organizaciones no lucrativas (ONG, fundaciones, sindicatos, administraciones públicas, organizaciones religiosas, etc.).
- Responsabilidad social universitaria (RSU).
- Responsabilidad social corporativa interna (RSC). Referida a la responsabilidad de la empresa con sus trabajadores, siendo la gestión de recursos humanos un pilar esencial.
- Responsabilidad social individual (RSI) término de nuevo cuño que poco añade al concepto de responsabilidad, pues se trata de responder por los propios actos cuando actuamos como consumidor, trabajador, directivo o ciudadano“. La responsabilidad social corporativa no es manejo exclusivo de las empresas, porque ellas dependen de los clientes, lo que nos da a

entender que todos consumimos productos ofertados por aquellas empresas, haciéndonos participantes activos del este proceso de compromiso para mejorar nuestro estilo de vida como individuos y como sociedad.

Según (Figuroa, 2014, pág. 85) “La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra. Se trata de valorar además de la dimensión económica, la dimensión moral, la cual puede ser fácil de vulnerar y no tanto de controlar”. Denominando de esta manera una línea estratégica, como un conjunto de normas que aportan valor a las empresas, para impulsar el desarrollo sostenible de la sociedad.

(Martínez Herrera, 2011, pág. 33) Lo manifiesta como un término, hubo que esperar hasta el 18 de julio de 2001 para sentar las bases conceptuales de este término y para fijar los tipos de responsabilidad social. Con esta fecha, y por mandato del Consejo Europeo de Gotemburgo de junio del 2001. La Comisión de las Comunidades Europeas publica su Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas donde define la responsabilidad social corporativa como la integración por parte de las empresas de las cuestiones sociales y medioambientales en las actividades empresariales, en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores o partes interesadas (stakeholders): accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, administraciones públicas y comunidades locales en base a una iniciativa de carácter voluntario. Aunque nos parezca lo contrario, la responsabilidad social no es algo nuevo en el mundo empresarial. Cualquier empresa que analicemos desarrolla diversidad de acciones de responsabilidad social respecto a los principales grupos de interés con los que se relacionan, trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general”.

La responsabilidad social aporta de manera positiva a la sociedad generando cambio de mentalidad en los miembros de la sociedad y constituyendo con el apoyo voluntario de manera que se administre mejor de los residuos generados.

Gestión

Para (Velasco, 2009, pág. 100) la gestión es “proceso que desarrolla actividades productivas con el fin de generar rendimientos de los factores que en él intervienen. Diligencia que conduce al logro de un negocio o satisfacción de un deseo”. Son los pasos lógicamente dirigidos para el cumplimiento de un objetivo en común manejando sutilmente el pro y contras del mismo.

Según (Merli, 2012, pág. 97) Gestionar es “coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos, implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener”. Dentro de una empresa se planifica y estructura estrategias que nos ayuden a mejorar los diversos procesos internos que lleguen a satisfacer a la demanda. Para realizar una gestión de procesos se debe mantener una comunicación activa con los clientes ya que ellos ofrecen pautas para obtener objetivos más precisos, optimizando recursos y a menor tiempo.

Como lo describe (Gault, 2010, pág. 143) la gestión es “quizá uno de los elementos más abstractos contenidos dentro del argot gerencial moderno. Anteriormente, manejar una empresa se resumía en el cumplimiento de varios procesos administrativos fundamentales y muy precisos, a través de los cuales era posible convertir los recursos de la empresa en productos. Entender la gestión a la luz de planificar, ejecutar, dirigir, controlar y evaluar provee una visión bastante elemental, que deja de lado una diversidad de aspectos involucrados en la coordinación de grupos humanos y recursos limitados para alcanzar objetivos”. De manera que si se aplica los recursos de forma adecuada no solo se podrá obtener objetivos a menor tiempo si no también podrá adquirir ideas más extensas de las expectativas que mantienen los clientes en relación al producto.

Gestión Ambiental

Según (García del Junco julio, 2014, pág. 116) “Un sistema de gestión medio ambiental, es una manera sistemática y proactiva de mejorar el comportamiento medioambiental de una empresa con la idea de prevenir un impacto sobre el entorno de la comunidad y detectar y capturar oportunidades de ahorro en el uso de recursos.” Es la gestión que la empresa puede realizar a favor del medio ambiente para de esta manera mejorar el estilo de vida de las personas que se encuentran relacionadas en su entorno.

“Se denomina gestión ambiental o gestión del medio ambiente al conjunto de diligencias conducentes al manejo integral del sistema ambiental. (Cordero, Gestión ambiental: camino al desarrollo sostenible, 2011, pág. 65). Por lo tanto son las acciones negativas que la sociedad, en las que se visto afectado el cuidado del medio ambiente, lo que dado como resultado la excesiva cantidad de basura, sin clasificar.

Según (Olcese, 2007, pág. 122) La gestión ambiental es “la interacción y desarrollo de los procesos establecidos para el cumplimiento de sus objetivos misionales. Su punto de partida es el conocimiento de la situación físico-biótica y socio-económica de los diferentes ecosistemas existentes en su área de jurisdicción, que permite con la participación de los diferentes actores sociales, diseñar instrumentos para la recuperación y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, propiciando su desarrollo sostenible”.

Llegando a tener un equilibrio adecuado para el desarrollo socio económico, teniendo en cuenta el crecimiento diario de la población, y el uso irracional de recursos nos da una pauta para ayudar a la protección y conservación del ambiente.

(Rizo, 2012, pág. 112) Se refiere a la gestión ambiental responde al “cómo hay que hacer” para conseguir lo planteado por el desarrollo sostenible, es decir, para conseguir un equilibrio adecuado para el desarrollo económico, crecimiento de la

población, uso racional de los recursos y protección y conservación del ambiente“. Mantenido la comunicación constante con los clientes y tenido en cuenta las necesidades socio ambiental del entorno, se puede desarrollar estrategias de clasificación de desechos para el las empresas puedan optimizar recursos, aportando al mejoramiento del estilo de vida de un grupo de persona.

Gestión de desechos sólidos

Según (Montalvo, 2001, pág. 23) describe la gestión de residuos como “ referidos estrictamente a residuos domiciliarios, es la recolección, transporte, procesamiento, tratamiento, reciclaje o disposición de material de desecho, generalmente producida por la actividad humana, en un esfuerzo por reducir efectos perjudiciales en la salud humana y la estética del entorno.” A raíz del creciente desarrollo de la población, se ha podido visualizar las grandes cantidades de residuos sin clasificarlos mismos que son orgánicos e inorgánicos, emitido por los consumidores.

(Macfadyen, 2011, pág. 137) Manifiesta como conclusión que es “toda actividad técnica administrativa de planificación, coordinación, concertación, diseño, aplicación y evaluación de políticas, estrategias, planes y programas de acción de manejo apropiado de los residuos sólidos de ámbito nacional, regional, local y empresarial”. La gestión de desechos es una de las mejores estrategias con las que cuenta sociedad hoy en día, ya que hay individuos que se dedican a clasificación y reciclaje desechos sólidos en buen estado, para proceder venderlos a las diferentes empresas recicladoras, con el fin de que sean reutilizadas, obteniendo un efecto positivo tanto económico como ambiental.

Tomado del libro de (F. J. Colomer Mendoza, 2011, pág. 214) define a la gestión de residuos sólidos como “la reducción desde el origen implica un esfuerzo para reducir los residuos peligrosos y otros materiales modificando la producción industrial. Los métodos para la reducción desde el origen implican cambios en la tecnología de fabricación, entradas de materia prima, y la formulación del

producto”. El aspecto de contaminación ambiental está en auge, manejándolo como un problema mundial el que no se encuentra una solución a corto plazo, por lo tanto las empresas, gobiernos, ONG, y otros. Realizan campañas a favor del medio ambiente tratando de provocar una concientización la sociedad, y aún más en las futuras generación para preservar el ecosistema.

Los aspectos económico-financieros y de gestión

Según (Corella, 2012, pág. 141) El objetivo último de cualquier organización empresarial es “obtener el máximo beneficio económico; sin embargo, para una empresa socialmente responsable, el objetivo será la rentabilidad económica alcanzada de una forma sostenible y en armonía con el medio natural y social, así como una total transparencia informativa en su gestión”. Un buen manejo de gestión de desechos, pone en evidencia la responsabilidad ambiental que mantiene la empresa con el entorno, ya que la contaminación del medio ambiente es un problemas que nos llega a afectar de una u otra manera, dejando al descubierto el exceso de residuos no clasificados y el aumento de animales callejeros portadores de enfermedades.

Los aspectos medioambientales

Según (Baca Urbina, 2014, pág. 28) Las normas y reglamentos de calidad ambiental es la normativa jurídica vigente, que rigen actualmente en el país con el fin de proteger recursos naturales, es decir los ecosistemas, especies de fauna y flora así como también el agua y suelo, lo cual permita garantizar el respeto al derecho colectivo de todos los habitantes a vivir en un ambiente sanos, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación”. El cambio climático y los diversos efectos ambientales que se está produciendo en el mundo nos conllevan a hacer conciencia sobre la poca importancia que se le brinda al cuidado del medio ambiente. Para lo cual debemos conocer sobre las posibles soluciones aplicadas en el manejo de residuos sólidos (orgánicos e inorgánicos).

Los aspectos sociales

Para (Hupperts, 2013, pág. 123) esta última faceta de la RSC tiene por objeto “que la empresa contribuya al desarrollo y beneficio social del entorno en el que desarrolla su actividad, consiguiendo la satisfacción de las expectativas. Desde este punto de vista, la empresa responsable ha de destinar parte de su esfuerzo a «devolver» a la sociedad un porcentaje del beneficio económico que obtiene”. Evidentemente, dentro de este aspecto social, la preocupación de la empresa por uno de sus principales grupos de interés como son los trabajadores asalariados, proveedores y sobre todo la competencia, considerándolos también colaboradores en acciones de beneficio social.

(Raufflet, 2012, pág. 98) Respecto a la introducción de la RSC en materia laboral, es necesario diferenciar entre dos bloques principales: “Respeto a los derechos humanos y laborales fundamentales y el compromiso por evitar y combatir la explotación laboral, en referencia, principalmente, a la actividad productiva desarrollada en los países en vías de desarrollo. Preocupación (en los países desarrollados) por la consolidación de un empleo de calidad y la búsqueda de unas condiciones de trabajo cada vez mejores que permitan contar con trabajadores motivados y bien formados, que puedan desarrollar todas sus capacidades, conjugándolas con el desarrollo de su vida personal y familiar”.

Una empresa depende de los clientes externos e internos para que su desarrollo comercial siga en marcha, por lo tanto debe cuidar en gran parte la imagen que brinda a sus consumidores, la venta de los productos se realizan en su mayor parte por la percepción una o mala que los demandantes tengan de ella para clasificar si una empresa es mejor que otra, así oferten el mismo tipo de producto.

Responsabilidad económica

Según (Ena Ventura & Delgado González, 2012, pág. 35) Independiente del enfoque stakeholders o shareholders, es un objetivo “ineludible de la empresa el

obtener beneficios. Lo que varía es a costa de qué y de quién se maximiza ese beneficio. Pero en la responsabilidad económica es necesario tener en cuenta a los grupos de interés, sus opiniones y deseos, respecto a la sociedad que comparten con la empresa, así como también el desarrollo sostenible de la misma, prestando una especial atención a la gestión del medioambiente”. El compromiso económico es el objetivo de las empresas, por lo tanto el vínculo de la oferta y la demanda no se debe romper ya que se debe ir acorde a las exigencias y variaciones del mercado, para poder cumplir con las necesidades de los consumidores.

Medición de la responsabilidad social y ambiental

Según (Heras, 2011, pág. 65)“Medir el desempeño no-financiero permite ver el valor real del negocio. La lealtad de clientes y empleados, la reputación, y todos los beneficios mencionados en el apartado anterior, pueden ser fuente de valor, pero si no se miden no se pueden aprovechar. El seguimiento del desempeño a través de mediciones permite implementar mejoras en los proceso, en el reporte y en la rendición de cuentas, evaluar el progreso frente a los objetivos, identificar las actividades que no dan resultados, y asignar de forma más eficiente los recursos a las actividades que son críticas para el éxito.” Tomamos en consideración las dimensiones básicas de una empresa -visión y estrategia del dueño gerente, relaciones con clientes, procesos internos, resultados financieros y los efectos del entorno- y construimos un modelo para clasificar las variables identificadas.

La evaluación del desempeño frente a los objetivos a través de factores de medición permite implementar mejoras en los proceso, optimización de recursos incrementar los ingresos, manejando un grupo humano con una misión y visión acorde a la meta planteada por la empresa.

Desempeño Ambiental

Desempeño ambiental “Pérdida o perjuicio causado al medio ambiente o a cualquiera de sus componentes naturales o culturales.” de esta forma lo describe

(Naresh K. Malhotra, 2011, pág. 46). Dar a conocer a la sociedad formas de disminuir el efecto negativo que se mantiene con el medio ambiente por medio de acciones oportunas y campañas informativas.

Desempeño ambiental (Sainz de Vicuña Ancin, 2012, pág. 259) es “Entender la interrelación y problemática entre desarrollo y medio ambiente implica entender el concepto de desarrollo sostenible, concepto reciente que surge como una necesidad de enmarcar una nueva forma de entender el desarrollo económico y la necesidad de conservar lo natural”. La poca información de cuidados del medio ambiente y el desinterés social por esta clase de temas nos conllevan a realizar esta investigación, para crear estrategias básicas de reciclaje de residuos sólidos y la forma de optimizarlos para poder ayudar al medio ambiente.

Contaminación

La definición que ofrece la autora (Comba Pietro, 2011, pág. 208) “La contaminación es la alteración nociva del estado natural de un medio como consecuencia de la introducción de un agente totalmente ajeno a ese medio contaminante, causando inestabilidad, desorden, daño o malestar en un ecosistema, en un medio físico o en un ser vivo”. La contaminación es producida por el ingreso de agentes totalmente diferente al entorno siendo esta uno de los problemas más grandes que enfrentan las grandes poblaciones, por su creciéndote industrial, formándose el impacto ambiental que crece día a día.

La contaminación para el autor (Perez, 2012, pág. 314) es “la introducción en un medio cualquiera de un contaminante, es decir, la introducción de cualquier sustancia o forma de energía con potencial para provocar daños, irreversibles o no, en el medio inicial. Se denomina contaminación ambiental a la presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico) o bien de una combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal, o impidan el uso

normal de las propiedades y lugares de recreación y goce de los mismos. La contaminación ambiental es también la incorporación a los cuerpos receptores de sustancias sólidas, líquidas o gaseosas, o mezclas de ellas, siempre que alteren desfavorablemente las condiciones naturales del mismo, o que puedan afectar la salud, la higiene o el bienestar del público”. La contaminación es la introducción en un medio cualquiera de un contaminante puede clasificarse según el tipo de fuente al que pertenezca como sustancias químicas, petroleras, radioactivas o sociales, es decir, la introducción de cualquier sustancia o forma de energía con potencial para provocar daños, irreversibles, en el medio ambiente.

Se denomina contaminación ambiental según el autor (García del Junco Julio, 2014, pág. 75) es “la presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico) o bien de una combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal, o impidan el uso normal de las propiedades y lugares de recreación y goce de los mismos. La contaminación ambiental es también la incorporación a los cuerpos receptores de sustancias sólidas, líquidas o gaseosas, o mezclas de ellas, siempre que alteren desfavorablemente las condiciones naturales del mismo, o que puedan afectar la salud, la higiene o el bienestar del público”. Podemos definir que la contaminación es el deterioro del ambiente como consecuencia de gases, químicos, y deforestaciones por la extensión de la población, solo se puede proveer sus consecuencias y minimizar sus efectos.

Tratamiento

En ingeniería ambiental según (Ribas, 2012, pág. 2012) define que es “el tratamiento de aguas es el conjunto de operaciones cuya finalidad es la eliminación o reducción de la contaminación o características no deseables de las aguas”. Por lo tanto el tratamiento ambiental es un conjunto de medidas que se utilizan para aliviar la contaminación en el agua, el aire y la tierra.

Mientras que en ingeniería ambiental el autor (Glynn, 2011, pág. 445) describe que el tratamiento de desechos es “el conjunto de operaciones cuya finalidad es la eliminación o reducción de la contaminación o características no deseables de los desechos”. En la responsabilidad social y sostenibilidad del medio ambiente es de aplicación a cualquier tipo de estructura empresarial y no solo a aquellas cuya actividad tiene una clara relación con el uso de fuentes naturales, cambio climático y la pérdida del ecosistema. Si no también para la contaminación socio ambiental del entorno.

“En el ámbito del protocolo social, tratamiento se usa como sinónimo de título. Es el modo de dirigirse a una persona” de esta forma lo (Cajigas, 2012, pág. 153). Es la transformación que se genera de un determinado componente, para formar parte de un todo o ser un nuevo producto, este puede ser negativo o positivo.

Recuperación de materiales

Según (Romero A. , 2010, pág. 129) se “basa en la utilización de los desechos generados en otro proceso distinto del que lo produjo, este se puede introducir directamente o puede sufrir algún tipo de manipulación o tratamiento. Tiene su fundamento en tres puntos:

- El poder calorífico de los desechos que pueden usarse como fuentes de energía mediante la combustión.
- La recuperación de componentes que pueden ser separados y usados por otras industrias con fines diferentes.
- El aprovechamiento directo de los desechos por otras industrias”.

En esta primera etapa de la recuperación de los materiales, el menor porcentaje de materiales clasificados y recuperados lo realiza concisamente el consumidor. Una forma de recuperación que está teniendo auge en algunos grupos determinados, es por ejemplo la comunicación, clara y concisa impartida en las unidades

educativas. Esta práctica se está llevando a cabo con algunos problemas, básicamente de transporte y de mercado.

“Los escombros son los desechos producidos en obras de demolición, remodelación y construcción. Habitualmente son clasificados como desechos urbanos, aunque están más relacionados con una actividad industrial que doméstica, es el concepto que nos ofrece el autor (Callister, 2012, pág. 302)”. Uno de los principales problemas que presenta la clasificación de desechos es que las autoridades tienen claro el problema, pero no realiza acciones pertinentes para mejorar el entorno. Si bien es cierto existen tachos para cada tipo de material a vista de los consumidores que depositan en ellos sus residuos, pero el recolector no los mantiene clasificados.

La ingeniería de materiales para el estudio del autor (Pere Molina, 2011, pág. 167) es “una rama de la ingeniería que se fundamenta en las relaciones propiedades-estructura y diseña o proyecta la estructura de un material para conseguir un conjunto predeterminado de propiedades. Esta ingeniería está muy relacionada con la mecánica y la fabricación”. Los gobiernos autónomos pueden combinar medidas económicas y ambientales. La estructuración de centros de acopio puede generar nuevos empleos y al mismo tiempo el resultado de disminuir el impacto al ambiente.

Tratamiento de residuos

Según el autor (Calvo, 2011, pág. 299) es “un tratamiento es un conjunto de medios que se utilizan para aliviar o curar una enfermedad, llegar a la esencia de aquello que se desconoce o transformar algo. El concepto es habitual en el ámbito de la medicina. En este caso, la noción de tratamiento suele usarse como sinónimo de terapia. Puede tratarse de un conjunto de medios de cualquier clase: quirúrgicos, fisiológicos, farmacológicos, etc. Su objetivo es paliar o curar los síntomas detectados a través de un diagnóstico”. El mejor objetivo en este punto es el

reciclaje como la mayor parte los componentes son plástico, cartón, vidrio, etc. Para lograr una constante minimización de desechos no clasificados.

Para el autor (Castells, Reciclaje de residuos industriales, 2011, pág. 478) la ingeniería ambiental es “un tratamiento es un conjunto de operaciones que buscan reducir o eliminar la contaminación del agua o el suelo. Puede hablarse de tratamiento de aguas (para mitigar las características no deseables en este líquido) o tratamiento de desechos (para minimizar el material a confinar, ya sea a través del reciclaje u otros métodos)”. El tratamiento en el manejo de los desechos sólidos tiene como objetivo proteger la salud y mejorar el entorno socio económico en el que estas se desarrollan.

Según (Serope Kalpakjian, 2012, pág. 184) la Ingeniería de Materiales es “una rama de la ingeniería que se fundamenta en las relaciones propiedades-estructura y diseña o proyecta la estructura de un material para conseguir un conjunto predeterminado de propiedades. Esta ingeniería está muy relacionada con la mecánica y la fabricación”. Se podría decir q es la estructura de reciclaje de desechos comerciales, industriales, caseros, entre otros. Para logara un mejoramiento en la calidad de vida de las personas por medio de la disminución de desechos sin clasificar.

Para el autor (Careaga, Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes, 2013, pág. 310) la Ingeniería de Materiales es “un título reconocido en todo el mundo y que está dedicado al diseño, fabricación y comportamiento de todo tipo de componentes y estructuras, utilizando tanto materiales tradicionales como de nuevo diseño. Los coches, la ropa y el calzado, el equipo deportivo, los ordenadores o las prótesis y dispositivos biomédicos se fabrican con materiales cada vez más modernos, incluso basados en la nanotecnología”. Entre las alternativas estimadas se debe elegir la solución más adecuada a las condiciones técnicas y socioeconómicas locales, sin dejar de analizar los posibles de contagio de enfermedades que la basura sin clasificar provoca.

Impacto ambiental

Según el concepto que nos ofrece (Grethel Aguilar Rojas, 2012, pág. 357) se entiende por impacto ambiental “el efecto que produce una determinada acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o eventos naturales. Las acciones humanas, son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos”. Es efecto que produce la actividad humana ya que todas nuestras acciones cotidianas dañan el planeta, la necesidad de hacer una vida menos complicada y más cómoda provoca siempre efectos catastróficos en la naturaleza.

El concepto de Impacto Ambiental según (Córdova, Barcelona., pág. 518) se “refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos, en términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural”. La explotación económica frente al cuidado ambiental, desde un punto de vista empresarial como actividad la clasificación de desechos incrementando las plazas de empleo y utilizando materiales que cuiden el medioambiente implican un mayor costo al valor final de un producto, lo que no es muy rentable frente a los competidores.

Para (Sbarato, 2016, pág. 66)La evaluación del impacto ambiental es ”uno de los instrumentos de la política ambiental con aplicación específica e incidencia directa en las actividades productivas, que permite plantear opciones de desarrollo que sean compatibles con la preservación del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales”. Los problemas del ecosistema representa la disminución de recursos naturales, que se ven afectados por el crecimiento de la población y su desmesurado consumo de productos.

(López Vázquez, 2013, pág. 52) La Evaluación del Impacto Ambiental (EIA) es un procedimiento jurídico-administrativo de recogida de información, análisis y predicción destinada a anticipar, corregir y prevenir los posibles efectos directos e indirectos que la ejecución de una determinada obra o proyecto causa sobre el medio ambiente. Permitiendo a la Administración adoptar las medidas adecuadas a su protección”. Es un documento descriptivo de una actividad que se debe realizar, para que la empresa pueda tomar decisiones con el aprovechamiento de los recursos naturales, como objetivo principal el equilibrio ecológico. Disminuyendo la contaminación del aire, desechos petroleros, guerras, desechos radioactivos, entre otros.

Comportamiento social

Según (Romero L. A., Marketing social: Teoría y práctica, 2014, pág. 244) el comportamiento social o conducta social, en biología, psicología y sociología es “el comportamiento o conducta dirigido hacia la sociedad o que tiene lugar entre miembros de la misma especie. Mientras muchos comportamientos sociales intraespecíficos son parte de una comunicación (comunicación animal) pues provocan una respuesta, o cambio de comportamiento del receptor, sin actuar directamente sobre él; la comunicación entre miembros de diferentes especies no se considera comportamiento social. La forma más original del comportamiento social humano es el lenguaje humano”. La sociedad en su vida diaria para satisfacer sus necesidades, ha desarrollado productos que ayuden a mantener un estilo de vida cómodo, existiendo un cambio.

Según (Sbarato, 2016, pág. 66) La y contaminantes generados (desechos y emisiones al aire y al agua) que precisan un tratamiento o eliminación final. Esto se consigue por medio de la reducción en su origen y, cuando ésta no es posible, a través del reciclaje o la recuperación de materiales secundarios. La minimización constituye una opción ambientalmente prioritaria para resolver los problemas asociados a los desechos y también una prometedora oportunidad microeconómica, para reducir costos de producción y aumentar la competitividad de las empresas”,

son políticas aplicadas a reducir cantidades de residuos, por una persona o sociedad. Esto implica minimización de recursos y disminución de energía durante la fabricación, general mente una menor cantidad de material usado conlleva a una menor cantidad de residuos. Para que la minimización de residuos, se ponga en marcha se requiere mantener una clara información de los procesos.

El concepto de minimización de desechos que describe (Castells, Reciclaje de residuos industriales, 2010, pág. 266) se define “como la adopción de medidas organizativas y operativas que permitan disminuir, siempre hasta niveles económica y técnicamente factibles, la cantidad y peligrosidad de los subproductos y contaminantes generados (desechos y emisiones al aire y al agua), que precisan un tratamiento o eliminación final”. Estas metodologías conducen a la prevención en las manufacturas produciendo menor cantidad de contaminantes, por medio de la adopción de medidas operativas, organizativas técnicas, estrategias y económicamente variables. Para lograr el objetivo final de protección del medio ambiente.

Este concepto de minimización podemos encontrar varias definiciones, (Ramn Carreras Planells, 2012, pág. 432) podemos decir que “la minimización tiene por objeto sustituir la gestión clásica de los desechos por prácticas de reducción, recuperación y reciclaje”. Cabe recalcar que este tema no es solo responsabilidad de las organizaciones, empresa o gobiernos. Si no también de los hogares en donde se puede apagar luces innecesarias, calificar los desechos como orgánico e inorgánico, disminuir el uso del vehículo (caminar), usar fundas de tela para adquirir las compras, etc. Por lo tanto estas acciones pueden ser tomadas como información en las unidades educativas para que empecemos a formar ciudadanos más concientes y responsables con el ambiente.

Hipótesis

La responsabilidad social influye en la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato

Señalamiento de variables

Variable independiente

Responsabilidad social

Variable dependiente

Gestión de desechos sólidos

Unidad de observación

Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque

Esta investigación se desarrolló bajo la investigación Cualitativa y Cuantitativa, la investigación cualitativa ayudo a determinar las cualidades del problema, en relación a la responsabilidad social y la gestión de desechos sólidos, mientras que la investigación cuantitativa permitió explorar los datos de manera numérica, en el campo de la estadística, y lo cual permitió medir los resultados.

Modalidad básica de la investigación

Se presentan a continuación las siguientes modalidades que se tomaron en el presente trabajo investigativo:

Investigación Bibliográfica

Según (Pineda Ramírez, 2004, pág. 110) afirma que la investigación bibliográfica es un escrito que “contiene y comunica los resultados de la indagación efectuada a través de la consulta de diversas fuentes bibliográficas, hemerográficas o electrónicas”.

La investigación bibliográfica fue fundamental utilizarla debido a que en el marco teórico se requirió para establecer conceptos básicos de libros, revistas destacadas, etc., además de la utilización de internet, libros y artículos de la red.

Investigación de campo

Según (Bird, 2008, pág. 40) “Esta investigación pone al investigador en contacto directo con el consumidor, producto o servicio. Suele estar diseñada meticulosamente para garantizar que los individuos o grupos ofrezcan suficiente material para el análisis. La investigación de campo está desarrollada por investigadores que salen a la calle o que prueban el producto o servicio en su entorno. Por tanto, este tipo de investigación podría incluir entrevistas, discusiones de grupo, visitas a tiendas o pruebas de un producto por parte del público”.

La investigación de campo fue necesaria para la recolección de datos mediante encuestas y la entrevista que sirvió para ser procesados que a la vez brindaron información importante para dar solución al problema.

Nivel o tipo de investigación

Investigación Correlacional

De acuerdo con este autor (Faus, 2010, pág. 113) “uno de los puntos importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra. En otras palabras, la correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro”.

La investigación correlacional ayudo a relacionar las variables responsabilidad social y gestión de desechos sólidos, que ayudo a verificar la hipótesis determinando el impacto que tienen las unas de las otras.

Investigación Explicativa

Según (Facal Fondo, 2015, pág. 25) “Las investigaciones explicativas se denominan también de prueba de hipótesis, y son las que, desde un punto de vista

estricto, se consideran científicas, porque tienen por objeto la búsqueda de relaciones de causalidad”.

La investigación explicativa ayudo a definir las características más importantes de la responsabilidad social y la gestión de desechos sólidos las cuales son aplicadas para realizar una propuesta acorde a las necesidades en el Mercado Mayorista.

Población y muestra

Población

Según (Casnova, 2010, pág. 286) “La población es el conjunto de referencia sobre el que haremos las observaciones”.

La población es el total de socios registrados en el Mercado Mayorista conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano, debido a que la población si es grande, es fundamental sacar una muestra para determinar las necesidades del estudio.

Muestra

Tomado del libro de (Casnova, 2010, pág. 286) “Muestra: es un subconjunto del conjunto de la población. Individuo: es cada uno de los componentes de la población”.

El Mercado Mayorista en el sector de la confección tiene 1500 socios conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano, los cuales son la población de la investigación de la cual se ha sacado una muestra que se presenta a continuación.

Descripción

Tabla N° 1: Descripción de datos

Porcentajes	
N=población	1500 socios
K=error de muestreo	0,05
n=tamaño de la muestra	316 U.M.
p=porcentaje de la población que posee la característica de interés.	0,5
p(1-p)=dispersión	(0.50)(1-0.50)

Fuente: Mercado Mayorista de Ambato

Elaborado por: Viviana Ortega

Debido a que la población es menor a 100,000, es decir es una población finita, de 1500 socios, conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano, se aplicó la siguiente fórmula, la cual da como resultados 316 encuestas

$$N \leq 100\,000$$

$$n = \frac{4Np(1-p)}{K^2(N-1) + 4p(1-p)}$$

$$n = \frac{4(1500)(0.50)(1-0.50)}{0.05^2(1500-1) + 4(0.50)(1-0.50)}$$

$$n = \frac{1500}{4,75}$$

$$n = 316 \text{ unidades muestrales}$$

Se realizaron 316 encuestas a socios conformados por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano.

Operacionalización de variables

Hipótesis: La responsabilidad social mejorará la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato

Tabla N° 2: Operacionalización V. I. (Responsabilidad Social)

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICAS
Esta responsabilidad social puede implicar necesidades que se demandan por la sociedad o el medio ambiente y que son muy esperados, porque probablemente muchos de ellos son básicos, actividades, entre otras. Mientras tanto, esta responsabilidad es importante que sea promovida desde todos los sectores y niveles. El estado debe ocupar un rol primordial en este sentido desarrollando políticas que luego otros imiten, y el sector privado, más allá de obrar en búsqueda de beneficios económicos en la mayoría de los casos, debe ser consciente que también debe contribuir en este aspecto.	Necesidades Social Necesidades Ambiental Necesidades Financiero	#Personas afectadas #Personas beneficiadas # Necesidades de responsabilidad encontradas Costos de reciclaje	¿Conoce usted acerca del tema de responsabilidad social? ¿Se ha realizado algún tipo de eventos de responsabilidad social en el Mercado Mayorista? ¿Cree que es necesario realizar planes de comunicación para incentivar la gestión de desechos plásticos en el Mercado Mayorista? Según su criterio ¿cuál de los siguientes puntos de responsabilidad social considera, más importantes para ser puesto en práctica? De los puntos nombrados a continuación ¿Cuál de los siguientes grupos considera Ud. deberían trabajar con responsabilidad social? ¿Considerando que el reciclaje de DS al momento de la venta tiene un costo bajo, estaría dispuesto a colaborar?	Encuesta dirigida a socios

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 3: Operacionalización V. D (Gestión de desechos sólidos)

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS
La gestión de desechos, referidos estrictamente a desechos sólidos, es la recolección, transporte, procesamiento, tratamiento, reciclaje o disposición de material de desecho, generalmente producida por la actividad humana, en un esfuerzo por reducir efectos perjudiciales en la salud humana y la estética del entorno.	<p>Cantidad de desechos</p> <p>Disposición del material</p> <p>Satisfacción de necesidades</p>	<p>Frecuencia</p> <p>Cantidad</p> <p>Procesamiento</p> <p>Manejo de desechos</p> <p>Características del desecho solido</p> <p>Acciones de gestión de desechos</p>	<p>¿Qué tipos de desechos sólidos elimina con más frecuencia?</p> <p>¿El recolector de basura transporta los desechos sólidos adecuadamente?</p> <p>¿Los socios realizan clasificación de los desechos sólidos?</p> <p>¿Cómo le parecería a Ud. si el Mercado Mayorista de Ambato implementa un sistema de gestión de desechos sólidos para mejorar el medio ambiente?</p> <p>¿Usted participaría activamente en estas actividades de gestión de desechos sólidos?</p> <p>¿Ha reciclado alguna vez?</p> <p>Cree Ud. que reciclar sirve para:</p> <p>¿Qué tipo de desechos cree Ud. podría clasificarse en el Mercado Mayorista?</p> <p>¿Qué aspecto cree que dificulte esta clasificación?</p> <p>¿Piensa usted que la implementación de un sistema de gestión de desechos en el Mercado Mayorista mejorar la estética del entorno?</p>	<p>Encuesta dirigida a socios</p>

Elaborado por: Viviana Ortega

Plan de recolección de información

Tabla N° 4: Técnicas de recolección de información

TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
PRIMARIA	Encuestas	Instrumento ocupado: Cuestionarios
SECUNDARIA	Estudios realizados previamente sobre el tema investigado, los cuales ya existen en libros, investigaciones previas, documentos, etc.	Documentación bibliográfica, de internet y otros medios.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ortega

Plan de procesamiento de información

La recolección de datos se realizó mediante la encuesta, a través de la instrumentación del cuestionario a los socios del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano.

El procesamiento y análisis de datos, se realizó mediante el programa estadístico SPSS versión 18.0

Tabla N° 5: Preguntas básicas

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué investigar?	Para analizar la solución a la gran cantidad de desechos generados en el Mercado Mayorista.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Sujetos: Mercado Mayorista.
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Responsabilidad social y la gestión de desechos sólidos
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigadora
5.- ¿Cuándo?	Año 20116
6.- ¿Dónde?	Mercado Mayorista
7.- ¿Cuántas veces?	316 encuestas
8.- ¿Cómo? ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas
9.- ¿Con qué?	Cuestionarios
10.- ¿En qué situación?	Ninguna específica

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ortega

Procesamiento y análisis

Se tomó en cuenta las respuestas de los socios del Mercado Mayorista conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano para fundamentar la hipótesis planteada para el análisis e interpretación de los resultados y a la vez sirvió para realizar la interpretación de las conclusiones.

EPM GIDSA (EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL, GESTIÓN INTEGRAL DE DESECHOS SÓLIDOS DE AMBATO), manifiesta que los desechos recolectados del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato, son de 192.730.00 Kg. Promedio de los doce meses del año 2015.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de aterrizar u operar las variables a través de la técnica del cuestionario y escoger el instrumento de la encuesta se procede a tabular los resultados para su posterior análisis. La encuesta fue dirigida a los socios del sector de la confección del Mercado Mayorista de Ambato con el objetivo de recopilar información que ayude a fundamentar la investigación con respecto a la responsabilidad social y la gestión de desechos plásticos, dicho instrumento constó de diez y ocho (18) preguntas donde se trata de recolectar la mayor para de información que contiene cada una de las subvariables que se derivan de las variables llamadas también dimensiones, en el presente caso se elaboró para la primera variable que es responsabilidad social seis (6) preguntas donde lo que se quiso saber es como perciben la responsabilidad social los socios y como estos pueden identificar y mejorar estrategias para una mayor gestión de responsabilidad social y para la segunda variable en este caso, gestión de desechos sólidos se construyó ocho (8) preguntas que de igual forma se quiso ver como los socios tienen la predisposición para participar, gestionar, mejorar, organizar e implementar un sistema de gestión de desechos sólidos que de igual forma lo han venido haciendo de forma inadecuada y finalmente 3 preguntas que revelan el género, edad y grado de instrucción que de igual manera ayuda a determinar el nivel de intelectualidad de los socios. Las preguntas son cerradas de opción múltiple con una duración de un (1) minuto por pregunta y con un promedio de 18 a 20 minutos. El levantamiento de información y la aplicación del instrumento tuvieron lugar en las instalaciones del Mercado Mayorista Ambato, donde se procedió a visitar local por local de laboran los socios, a continuación los resultados.

Análisis de Resultados

1. ¿Conoce usted acerca del tema de responsabilidad social?

Tabla N° 6: Tema de responsabilidad social

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	27	9%
No	289	91%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

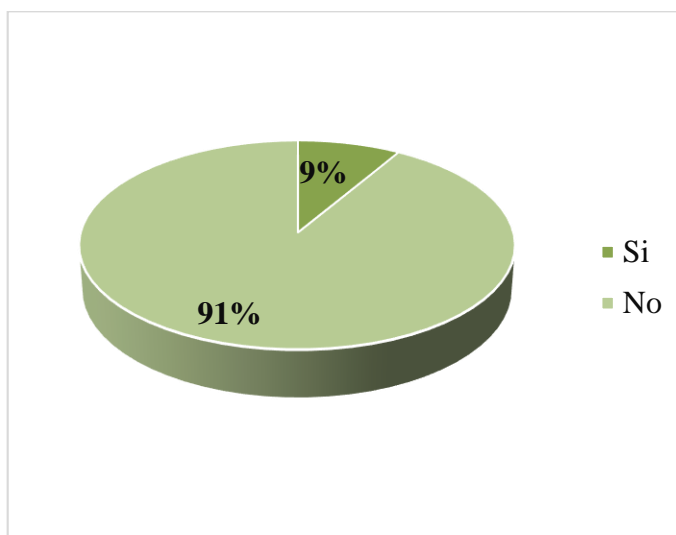


Gráfico N° 7: Tema de responsabilidad social

Fuente: Pregunta N° 1

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Según el gráfico 7, el 91% de las personas encuestadas manifiestan no conocen acerca del tema de responsabilidad social y tan solo el 2% de los encuestados manifiestan que están al tanto de dicho tema.

2. ¿Cuál de los siguientes grupos considera Ud. deberían trabajar con responsabilidad social?

Tabla N° 7: Responsabilidad social

Entidad	Cantidad	Porcentaje
Empresas	13	4%
Comunidad	237	75%
Gobierno	66	21%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

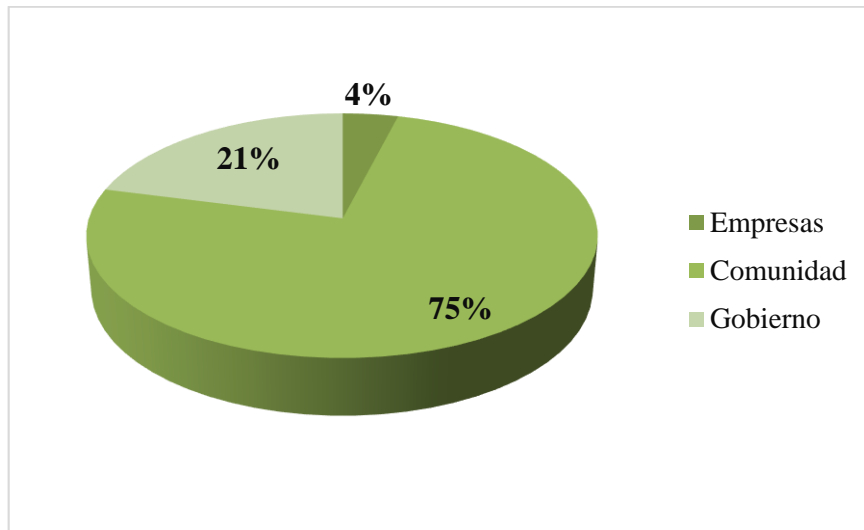


Gráfico N° 8: Responsabilidad social

Fuente: Pregunta N° 2

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Según el gráfico 8 se puede observar que la mayoría de personas encuestadas consideran que la comunidad son los principales actores que deberían trabajar en el tema de responsabilidad social. Por lo tanto es fundamental realizar estrategias que involucren a estas a la comunidad para el mejor manejo de desechos sólidos.

3. ¿Según su criterio ¿cuál de los siguientes puntos de responsabilidad social considera, más importantes para ser puesto en práctica?

Tabla N° 8: Aplicación de RS

Opción	Cantidad	Porcentaje
Dar un mejor trato a los consumidores	2	1%
Dar más empleo y mejorar sueldos	1	0%
No dañar la naturaleza	19	6%
Ayudar a la comunidad	32	10%
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura	262	83%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

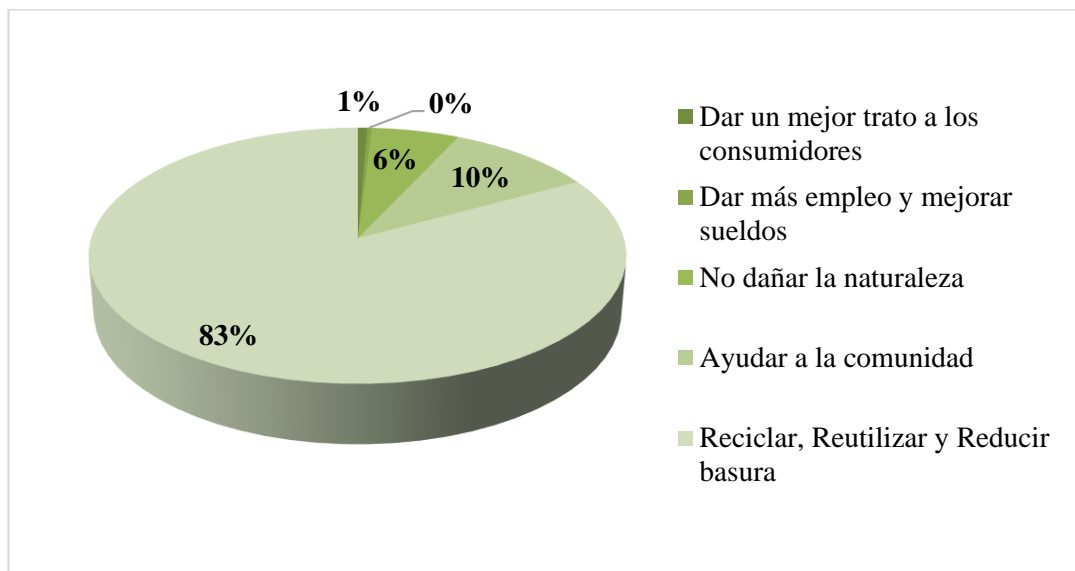


Gráfico N° 9: Aplicación de RS

Fuente: Pregunta N° 3

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

En el gráfico 9 se puede apreciar que el 83% de encuestados consideran que lo más importante a ser aplicado de la RS es Reciclar, Reutilizar y Reducir basura y no dañar la naturaleza.

4. Puede identificar el tiempo en que debería aplicar la responsabilidad social dentro del Mercado Mayorista de la confección:

Tabla N° 9: Adopción de medidas

Opción	Cantidad	Porcentaje
Inmediata	217	69%
A medio plazo	63	20%
A largo plazo	24	8%
No sabe	12	4%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

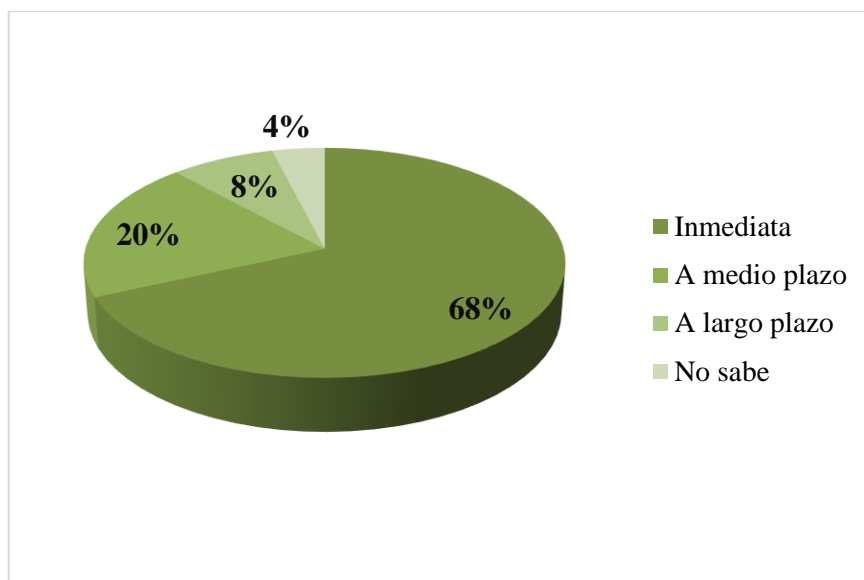


Gráfico N° 10: Adopción de medidas

Fuente: Pregunta N° 4

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Con 217 personas encuestadas se puede definir que la mayoría de encuestados opinan que el tiempo para aplicar la responsabilidad social debe ser inmediata.

5. ¿Se ha realizado algún tipo de eventos de responsabilidad social en el Mercado Mayorista?

Tabla N° 10: Programas de responsabilidad social

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	7	2%
No	309	98%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

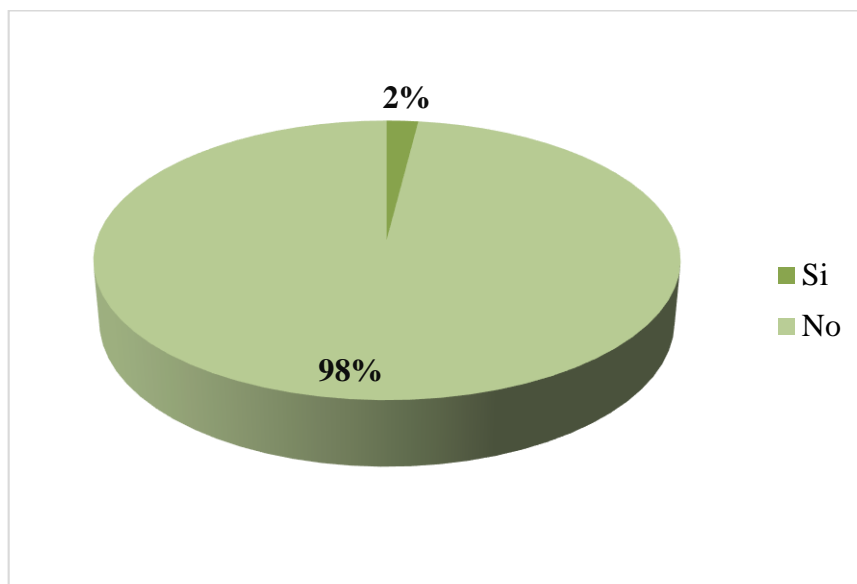


Gráfico N° 11: Programas de responsabilidad social

Fuente: Pregunta N° 5

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 98% de las personas encuestadas opinan que no se han realizado ningún tipo de programas de responsabilidad social.

6. ¿Usted está dispuesto a participar en las actividades de responsabilidad social que se ejecuten en el Mercado Mayorista?

Tabla N° 11: Actividades de desarrollo responsabilidad social

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	206	65%
No	8	3%
Tal vez	102	32%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

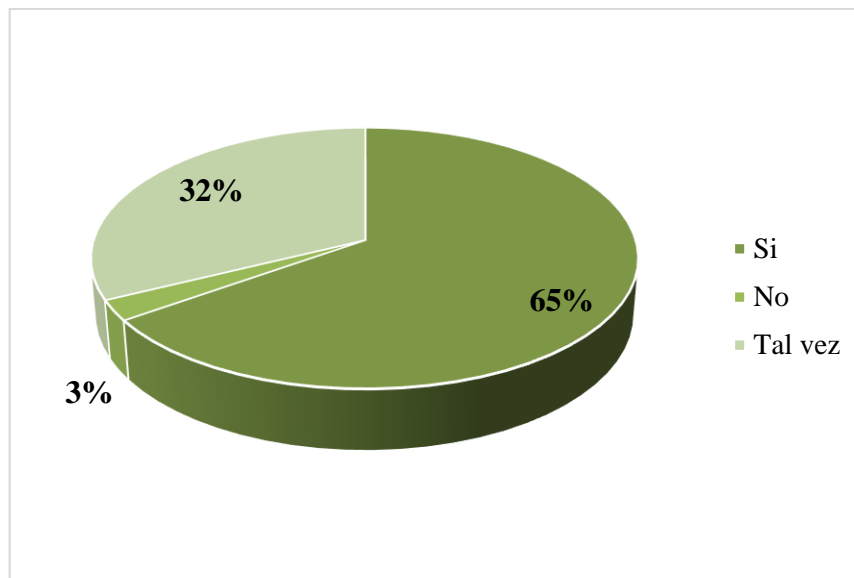


Gráfico N° 12: Actividades de desarrollo responsabilidad social

Fuente: Pregunta N° 6

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 65% de las personas opinan que si participarían en actividades de responsabilidad social que se ejecuten en el Mercado Mayorista, el 32% opina que tal vez lo harían y el 3% no participarían.

7. ¿Usted como socio realiza, clasificación los desechos sólidos dentro de su puesto de trabajo en Mercado Mayorista?

Tabla N° 12: Clasificar los desechos sólidos

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	4	1%
No	312	99%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

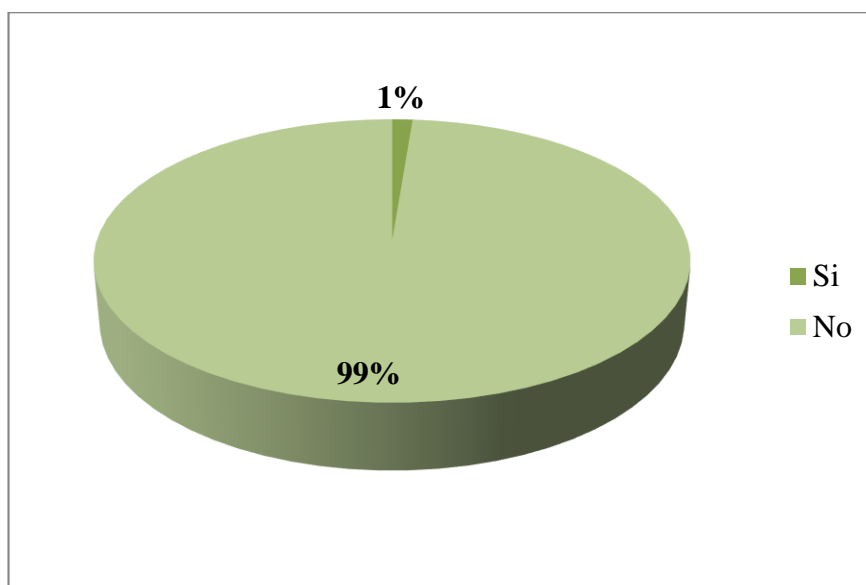


Gráfico N° 13: Clasificar los desechos sólidos

Fuente: Pregunta N° 7

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 99% de las personas encuestadas no han realizado un procesamiento especial para clasificar desechos sólidos en su puesto de trabajo, tan solo el 1% de los encuestados lo sí han realizado estas prácticas.

8. ¿Qué es lo que más se le dificultaría al momento de clasificar desechos?

Tabla N° 13: Clasificación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Falta de espacio	41	13%
Pérdida de tiempo.	12	4%
Desconocimiento de la forma de hacerlo	165	52%
Desconocimiento de las ventajas para el futuro	98	31%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

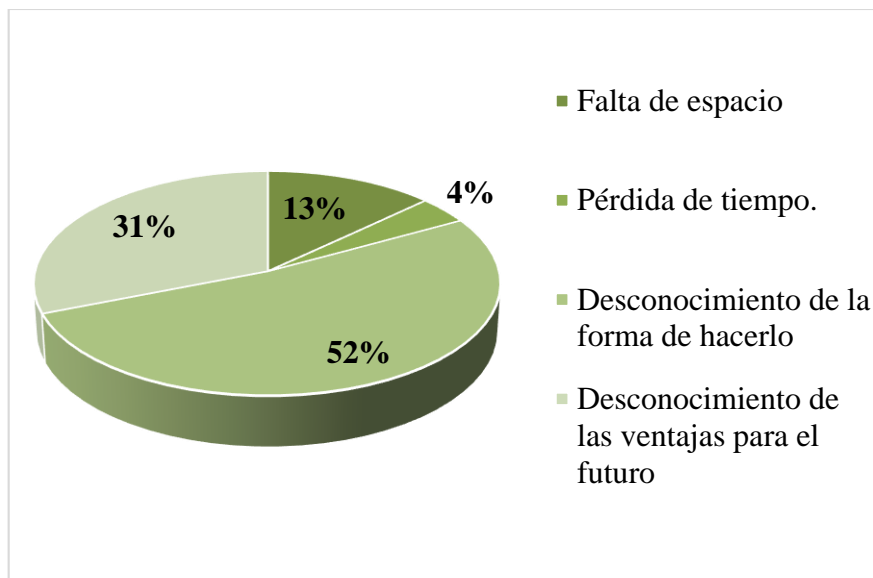


Gráfico N° 14: Clasificación

Fuente: Pregunta N° 8

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Según los encuestados lo que más se le dificultaría es en la clasificación de desechos es el Desconocimiento de la forma de hacerlo seguido del desconocimiento de las ventajas para el futuro.

9. ¿Con que frecuencia elimina los desechos sólidos en el Mercado Mayorista?

Tabla N° 14: Frecuencia

Opción	Cantidad	Porcentaje
Una vez a la semana	174	55%
Dos veces a la semana	108	34%
Tres veces a la semana	25	8%
Más de tres veces	9	3%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

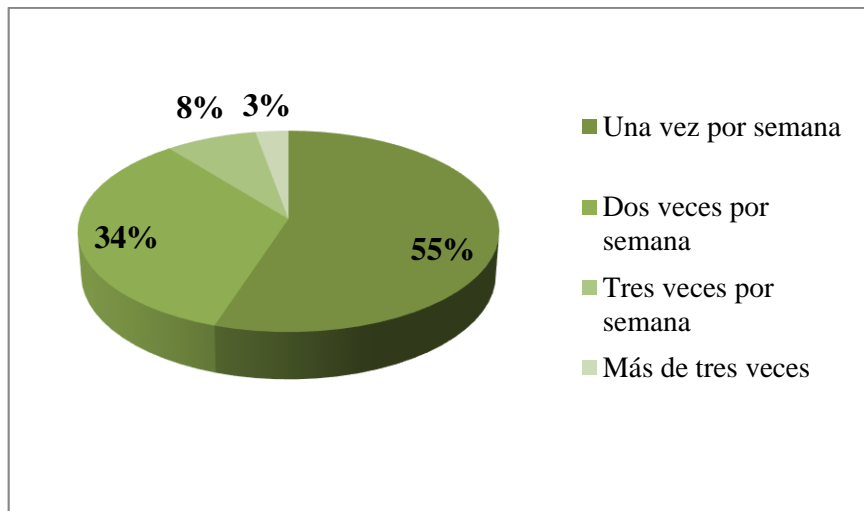


Gráfico N° 15: Frecuencia

Fuente: Pregunta N° 9

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 55% de los encuestados eliminan los desechos una vez a la semana ya que la gran mayoría laboran solo los días domingo por q el día lunes la afluencia de demandantes a disminuidos notablemente en el Mercado Mayorista. Seguido del 34% que elimina dos veces a la semana, ya que estos socios laboran el día domingo y lunes, eliminando desechos sin clasificador, por lo tanto no existe responsabilidad social.

10. ¿Cree Ud. que clasificar desechos sirve para:

Tabla N° 15: Reciclaje

Opción	Cantidad	Porcentaje
Evitar el calentamiento global	8	3%
Tener una ciudad más limpia	277	88%
Creo que no es necesario reciclar	31	10%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

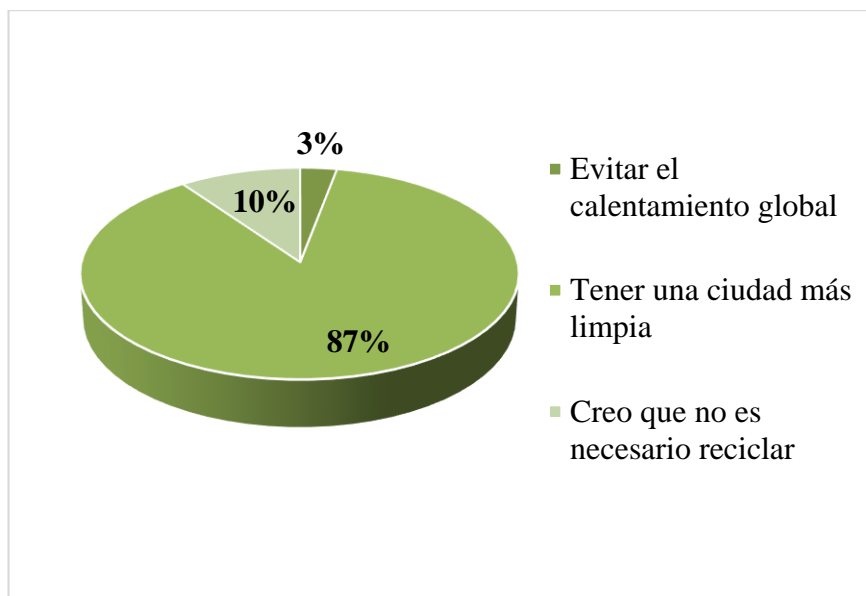


Gráfico N° 16: Reciclaje

Fuente: Pregunta N° 10

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Según la mayoría de los encuestados reciclar sirve para tener una ciudad más limpia y evitar el calentamiento global.

11. ¿Ha reciclado alguna vez?

Tabla N° 16: Ha reciclado

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	27	9%
No	289	91%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

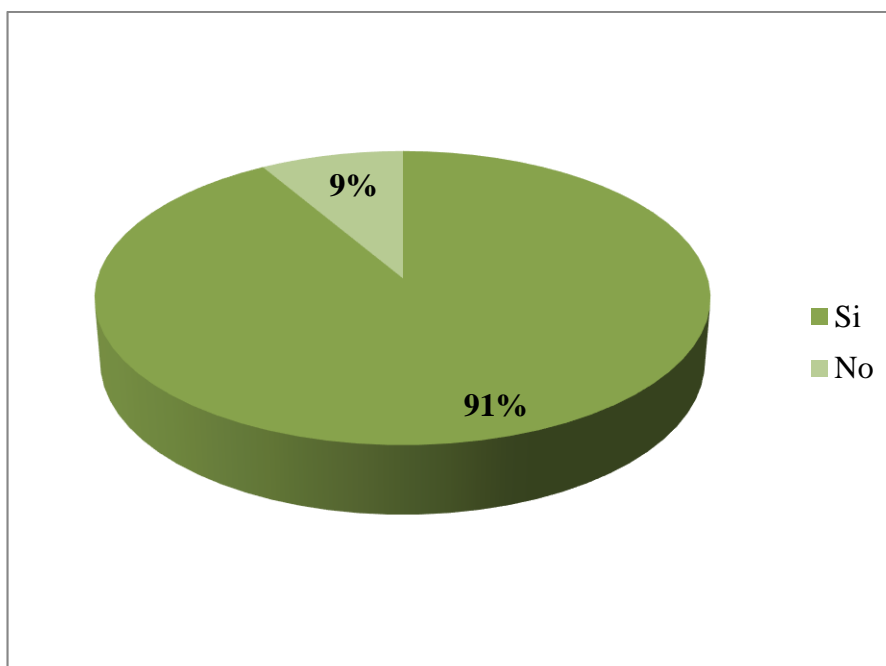


Gráfico N° 17: Ha reciclado

Fuente: Pregunta N° 11

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Como se evidencia en el gráfico 17, El 91% de los encuestados nunca han reciclado, apenas el 9% ha realizado prácticas de reciclaje en el mercado.

12. ¿Le gustaría reciclar de forma organizada?

Tabla N° 17: Organización

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	289	91%
No	27	9%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

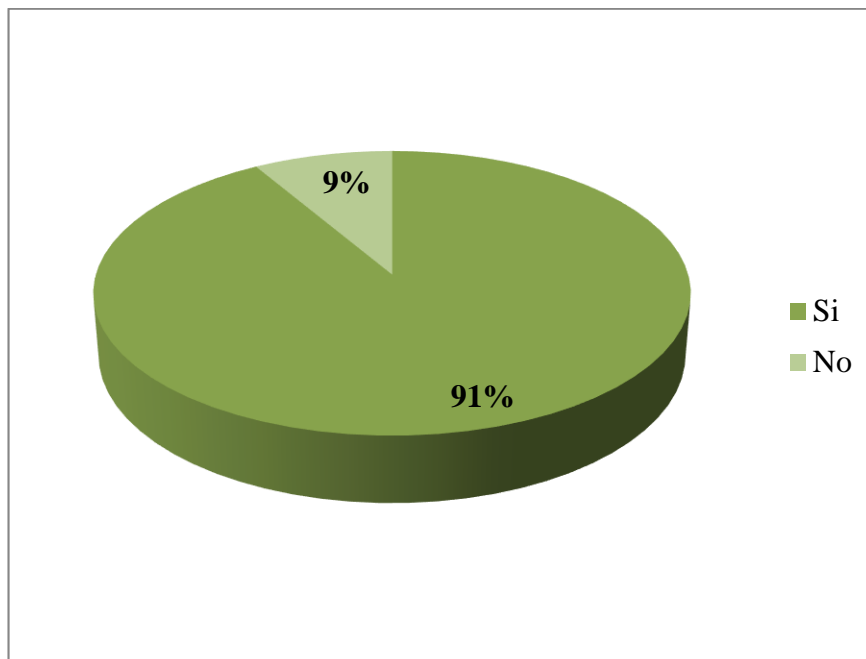


Gráfico N° 18: Organización

Fuente: Pregunta N° 11

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

En el gráfico 18, se aprecia que el 91% de los encuestados si les gustaría reciclar de forma organizada, tan solo el 9% opina que no lo haría.

13. ¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista, mejorará la imagen del lugar?

Tabla N° 18: Mejorará la estética del entorno

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	214	68%
No	15	5%
Tal vez	87	28%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

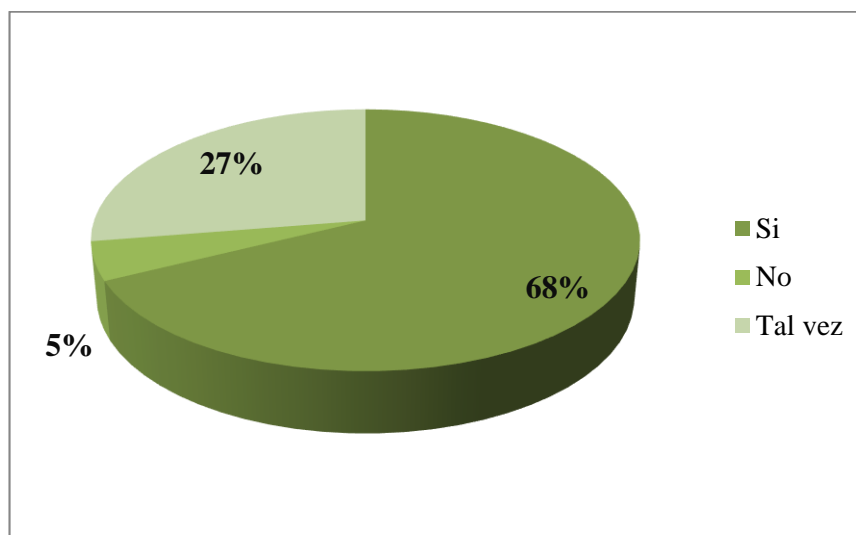


Gráfico N° 19: Mejorará la estética del entorno

Fuente: Pregunta N° 13

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 68% de los encuestados opinan que un sistema de gestión de desechos en el Mercado Mayorista si mejoraría la estética del mercado y un 28% opina que tal vez, es decir la gran mayoría si está dispuesto a ayudar con el proyecto de responsabilidad social.

14. ¿Piensa usted que es necesario mejora la comunicación dentro del Mercado Mayorista de la confección para incentivar la gestión de desechos plásticos?

Tabla N° 19: Planes de comunicación

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	232	73%
No	1	0%
Tal vez	83	26%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

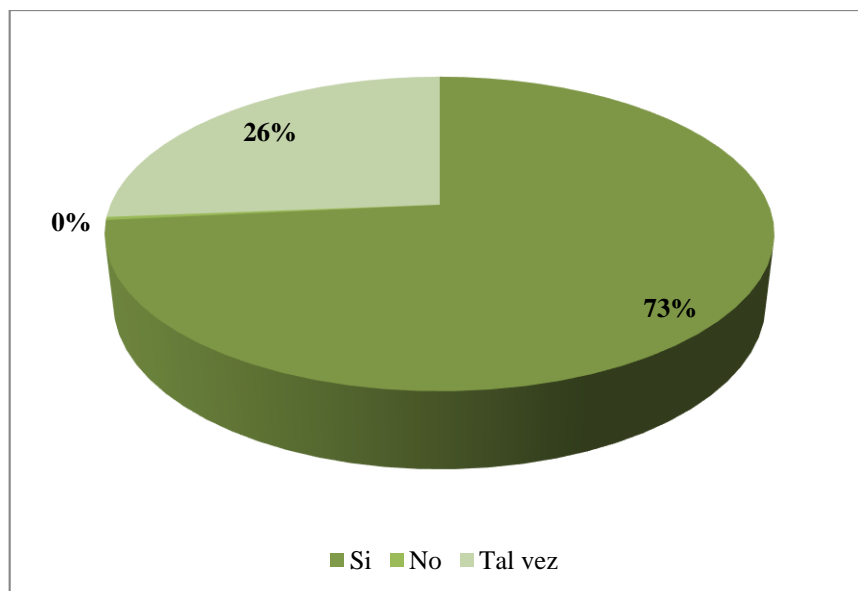


Gráfico N° 20: Planes de comunicación

Fuente: Pregunta N° 13

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 73% de los encuestados opina que si es necesario mejorar la comunicación para incentivar la gestión de desechos plásticos en el Mercado Mayorista.

15. ¿Teniendo en cuenta que al momento de la venta de reciclaje de desechos sólidos se obtiene un costo bajo, usted estaría dispuesto a colaborar?

Tabla N° 20: Colaboración

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	276	87%
No	8	3%
Tal vez	32	10%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

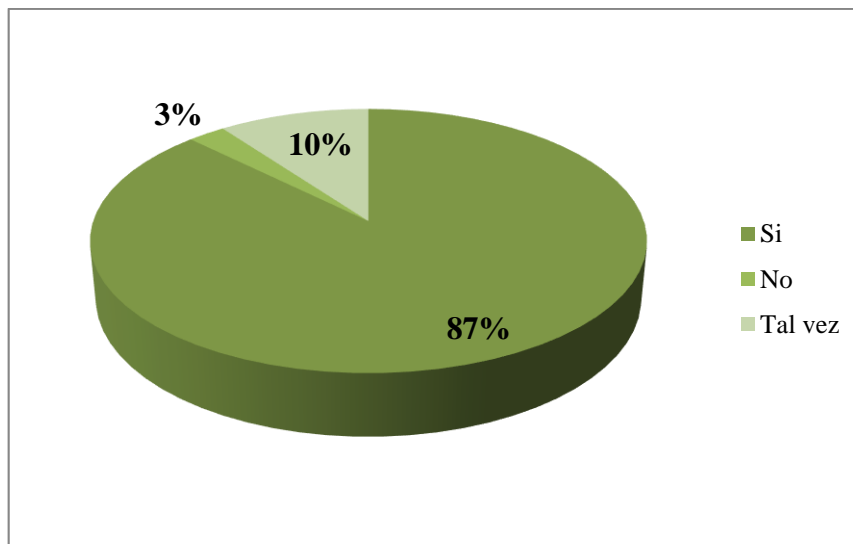


Gráfico N° 21: Colaboración

Fuente: Pregunta N° 15

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 87% de las personas encuestadas consideran a pesar que el reciclaje de desechos sólidos al momento de la venta tiene un costo bajo, estaría dispuesto a colaborar y el 10% opina que tal vez lo haría, por lo tanto la mayoría estaría dispuesto a colaborar.

16. Género

Tabla N° 21: Género

Opción	Cantidad	Porcentaje
Masculino	127	40%
Femenino	189	60%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

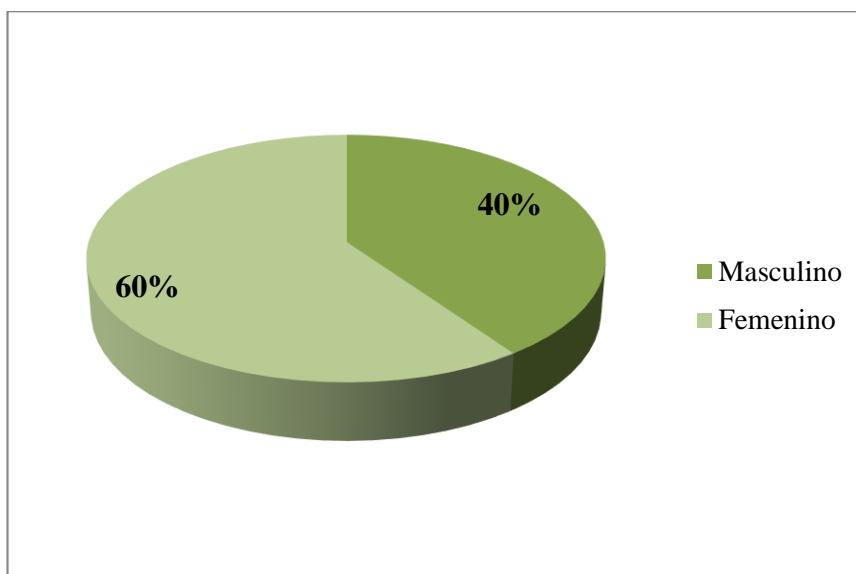


Gráfico N° 22: Género

Fuente: Pregunta N° 16

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 60% de personas encuestadas son género femenino y el 40% son género masculino.

17. Edad

Tabla N° 22: Edad

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 18 y 25	28	9%
Entre 26 y 35	87	28%
Entre 36 y 45	65	21%
De 46 en adelante	136	43%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

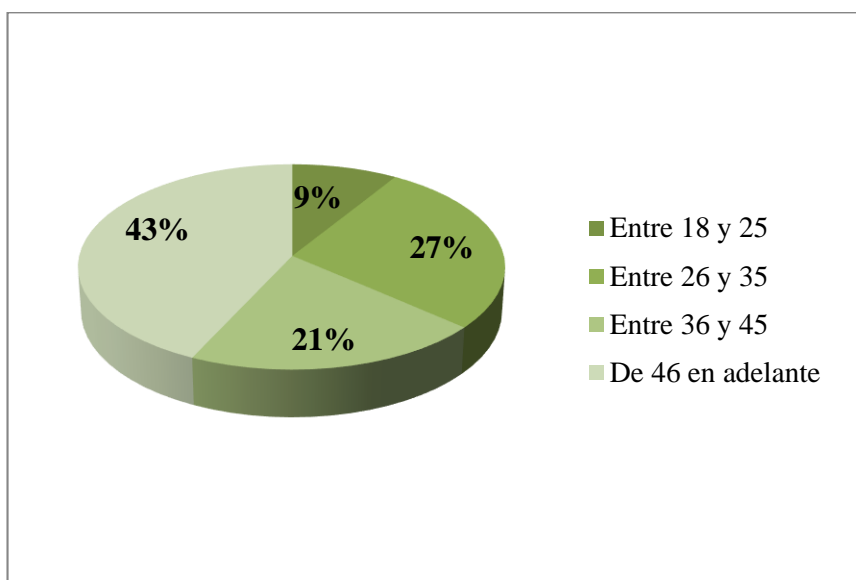


Gráfico N° 23: Género

Fuente: Pregunta N° 17

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

La mayor parte de personas encuestadas tiene más de 46 años.

18. Grado de instrucción

Tabla N° 23: Instrucción

Opción	Cantidad	Porcentaje
Primario	114	36%
Secundario	176	56%
Tercer nivel	26	8%
Cuarto nivel	0	0%
Doctorado	0	0%
Total	316	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

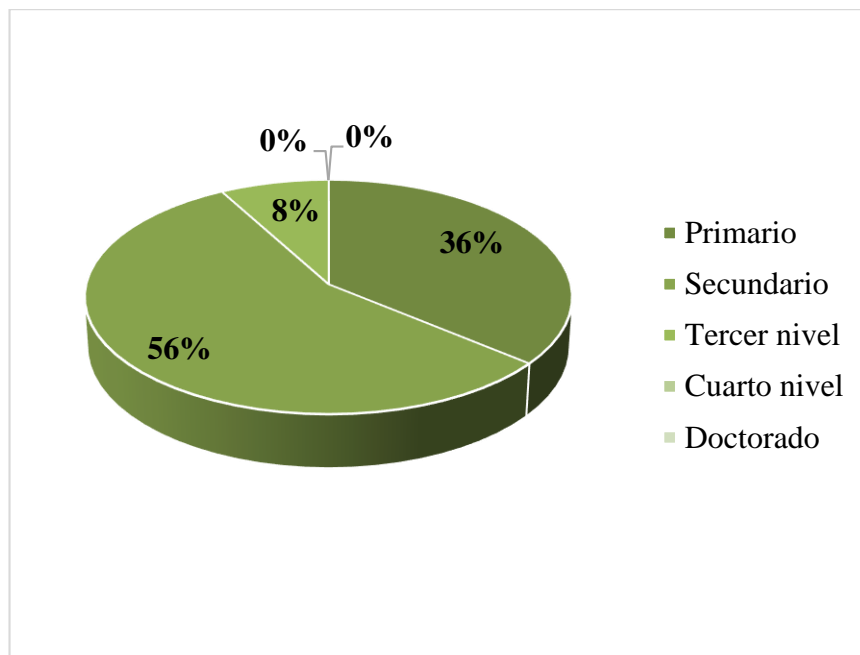


Gráfico N° 24: Instrucción

Fuente: Pregunta N° 18

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El Grado de instrucción de la mayor parte de encuestados es nivel secundario, seguido de microempresarios con instrucción secundaria.

Verificación de Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis se tomaron las preguntas Cree Ud. que reciclar sirve para: y 12. De los siguientes puntos de RS ¿Cuál considera Ud. es el más importante a ser aplicado? Que se aplicaron a 316 clientes del Mercado Mayorista de la confección.

Mediante el análisis Chi Cuadrado se determinó si es viable el estudio o no.

Variable Independiente

Responsabilidad social

Variable Dependiente

Gestión de desechos sólidos

Planteamiento de la Hipótesis

Hipótesis Nula H_0 : La responsabilidad social NO influye en la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato

Hipótesis Alternativa H_1 : La responsabilidad social SI influye en la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato

Selección del nivel de significación

Para la verificación hipotética se utilizará el nivel de α 0.05

Descripción de la Población

El presente estudio estuvo dirigido hacia los clientes y socios del Mercado Mayorista de Ambato conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano.

Cálculo de grados de libertad

Los grados de libertad se muestran a continuación donde se aprecia que la variable independiente tiene 5 filas y la dependiente tiene 3 columnas, por lo tanto será:

Reemplazando los datos tenemos:

$$(gl) = (f-1) (c-1)$$

$$(gl) = (5-1) (3-1)$$

$$(gl) = 4 * 2$$

$$(gl) = 8$$

Dónde:

gl es igual a grados de libertad

Por lo tanto el valor tabulado de X^2 con 8 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 15,5073

v = Grados de Libertad

p = probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el X^2_t

Tabla N° 24: Valores Perceptibles Chi Cuadrado

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055
2	13,815	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052
3	16,266	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,017
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,666	19,0228	16,919	14,6837

Fuente: estadística Schaun- Epiegel,R p.564

Especificación del Estadístico

Se trata de una matriz de 5 por 3 en de contingencia con la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

Se han tomado 2 preguntas del total de la encuesta, las filas y columnas hacen referencia a las alternativas (Dar un mejor trato a los consumidores, Dar más empleo y mejorar sueldos, No dañar la naturaleza, Ayudar a la comunidad, Reciclar, Reutilizar y Reducir basura) (Evitar el calentamiento global, Tener una ciudad más limpia, Creo que no es necesario reciclar)

Recolección de datos y cálculo de los estadísticos

De los siguientes puntos de RS ¿Cuál considera Ud. es el más importante a ser puesta en práctica? * Cree Ud. que reciclar sirve para:

Tabla N° 25: Frecuencias Observadas

POBLACIÓN	ALTERNATIVAS			TOTAL
	Evitar el calentamiento global	Tener una ciudad más limpia	Creo que no es necesario reciclar	
Dar un mejor trato a los consumidores	0	2	0	2
Dar más empleo y mejorar sueldos	0	1	0	1
No dañar la naturaleza	1	18	0	19
Ayudar a la comunidad	0	32	0	32
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura	7	224	31	262
TOTAL	8	277	31	316

Elaborado por: Viviana Ortega

De los siguientes puntos de RS ¿Cuál considera Ud. es el más importante a ser puesta en práctica? * Cree Ud. que reciclar sirve para:

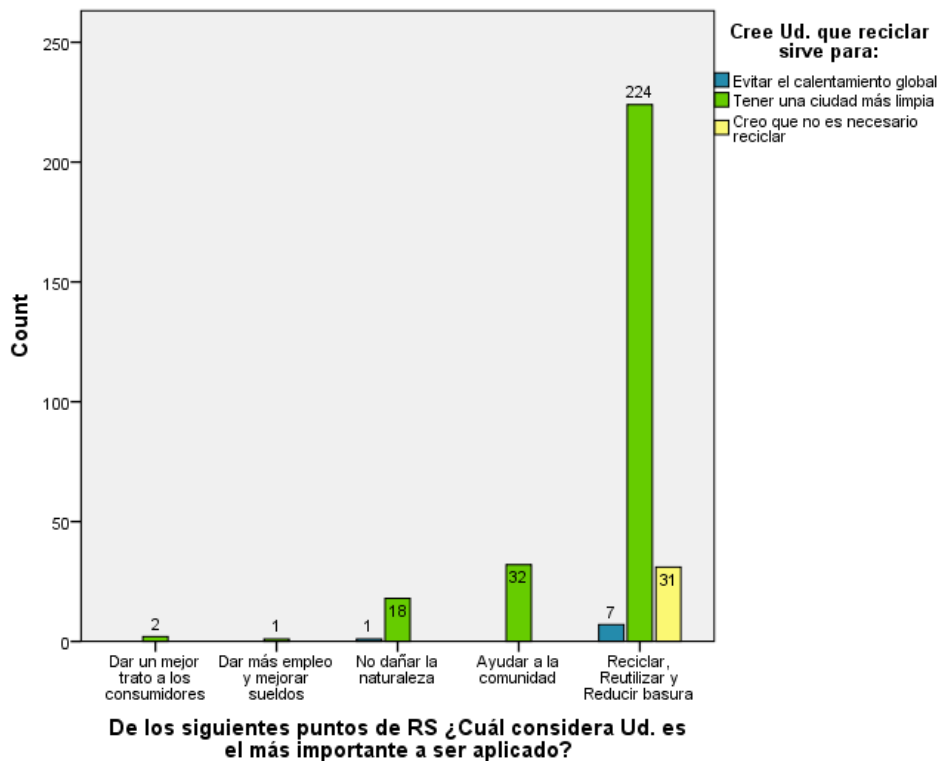


Gráfico N° 25: Análisis de contingencia

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 26: Frecuencias esperadas

POBLACIÓN	ALTERNATIVAS			TOTAL
	Evitar el calentamiento global	Tener una ciudad más limpia	Creo que no es necesario reciclar	
Dar un mejor trato a los consumidores	0,1	1,75	0,20	2
Dar más empleo y mejorar sueldos	0,0	0,88	0,10	1
No dañar la naturaleza	0,5	16,66	1,86	19
Ayudar a la comunidad	0,8	28,05	3,14	32
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura	6,6	229,66	25,70	262
TOTAL	8	277	31	316

Elaborado por: Viviana Ortega

Cálculo matemático

Se calcula el Chi Cuadrado con los valores obtenidos para verificar la hipótesis.

$$x^2 = \sum \left[\left(\frac{O - E^2}{E} \right) \right]$$

Tabla N° 27: Cálculo Matemático Chi Cuadrado

	O	E	O - E	(O - E) ²	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Dar un mejor trato a los consumidores / Evitar el calentamiento global	0	0,1	-0,1	0,00	0,05
Dar un mejor trato a los consumidores / Tener una ciudad más limpia	2	1,75	0,2	0,06	0,03
Dar un mejor trato a los consumidores / Creo que no es necesario reciclar	0	0,20	-0,2	0,04	0,20
Dar más empleo y mejorar sueldos / Evitar el calentamiento global	0	0,0	0,0	0,00	0,03
Dar más empleo y mejorar sueldos / Tener una ciudad más limpia	1	0,88	0,1	0,02	0,02
Dar más empleo y mejorar sueldos / Creo que no es necesario reciclar	0	0,10	-0,1	0,01	0,10

No dañar la naturaleza / Evitar el calentamiento global	1	0,5	0,5	0,27	0,56
No dañar la naturaleza / Tener una ciudad más limpia	18	16,66	1,3	1,81	0,11
No dañar la naturaleza / Creo que no es necesario reciclar	0	1,86	-1,9	3,47	1,86
Ayudar a la comunidad / Evitar el calentamiento global	0	0,8	-0,8	0,66	0,81
Ayudar a la comunidad / Tener una ciudad más limpia	32	28,05	3,9	15,60	0,56
Ayudar a la comunidad / Creo que no es necesario reciclar	0	3,14	-3,1	9,85	3,14
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura / Evitar el calentamiento global	7	6,63	0,4	0,13	0,02
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura / Tener una ciudad más limpia	224	229,66	-5,7	32,09	0,14
Reciclar, Reutilizar y Reducir basura / Creo que no es necesario reciclar	31	25,70	5,3	28,06	1,09
				$X^2_t =$	8,71

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 28 :Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,712 ^a	8	,367
Likelihood Ratio	14,665	8	,066
Linear-by-Linear Association	4,103	1	,043
N of Valid Cases	316		

Elaborado por: Viviana Ortega

Decisión Final

El valor de $X^2_t = 8,71 < X^2_C = 15,5073$

Después del análisis del Chi Cuadrado se demostró que acepta la hipótesis alterna, La responsabilidad social SI influye en la gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista de la confección de la ciudad de Ambato y se rechaza la hipótesis nula.

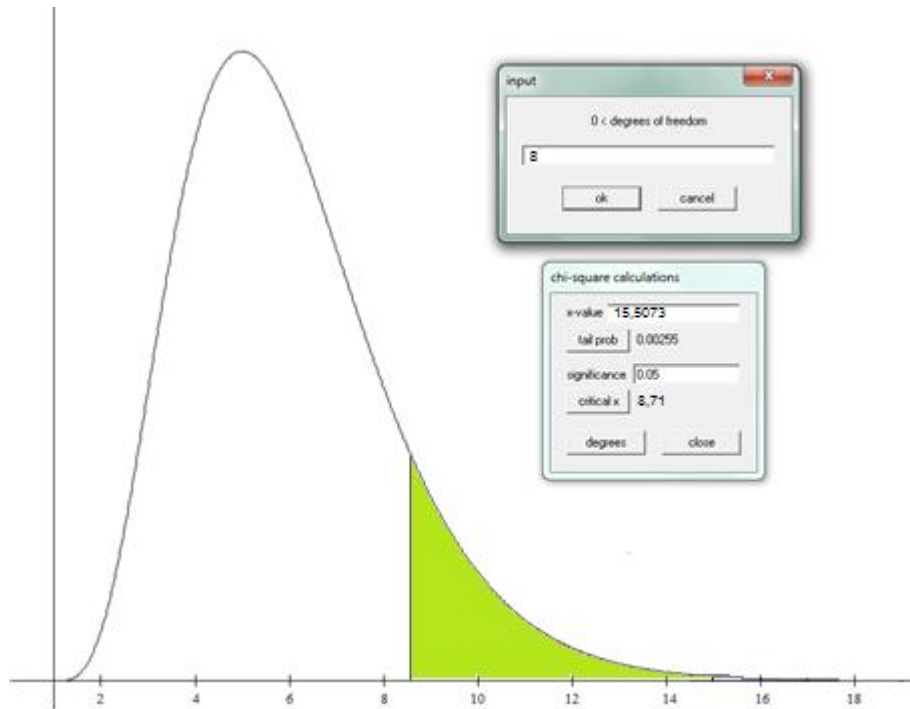


Gráfico N° 26: Función de la Densidad del Chi Cuadrado
Fuente: pregunta Winstats
Elaborado por: Viviana Ortega

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- De la investigación de campo realizada que obtuvo que el 91% (Pregunta número 1 de la encuesta) de los encuestados manifiesta no tener conocimiento sobre Responsabilidad Social lo que permite evidenciar la falencia en este tema, incidiendo directamente en una inadecuada gestión de los desechos como parte fundamental de la responsabilidad social empresarial.
- Mediante los resultados de la pregunta número 5 de la encuesta realizada en el Mercado Mayorista, se pudo determinar que no han existido eventos sobre acciones de responsabilidad social empresarial implementados al interior de dicho mercado, a pesar que según el 75% (pregunta número 2 de la encuesta) de los encuestados afirman que esta actividad depende de la comunidad en los que los socios encuestados se descubren inmersos, por lo cual se concluye que existe pre disposición para la implementación de programas relacionados con responsabilidad social empresarial enfocados principalmente en la gestión de desechos sólidos direccionándolos a mejorar la imagen del mercado. Por medio de la puesta en práctica de reciclaje, reutilización y reducir basura, es lo manifestado por los encuestados en la pregunta tres con un porcentaje de 83%, de afirmación en este ítem.

- Se determinó que las dificultades que presentaron es mayormente como se muestra en la pregunta N° 8 tabla N° 13 el 52% explico que por desconocimiento de la forma de hacerlo, no realiza una gestión de desecho sólido, es decir la gente y los socios del mercado mayorista están dispuestos a realizar un gestión de desechos con responsabilidad pero no saben cómo, cuándo y dónde hacerlo, por otro lado el 31% que es más de la cuarta parte manifiesta que desconocen las ventajas para el futuro una pequeña parte manifiestan que es por la falta de espacio y porque es una pérdida de tiempo, por otro lado también cabe mencionar que la investigación concluyo que los semblantes de responsabilidad social en el Mercado Mayorista son empíricas ya que el 98% de los encuestados, jamás ha participado en algún tipo de programa relacionado con este tema o de reciclaje, reducción o reutilización de desechos, y el 91% de los socios encuestados jamás han realizado clasificación de desechos sólidos, por ende la gestión de desechos solido está totalmente afectando a los socios del mercado mayorista y en general al ambiente de este.
- Finalmente, se concluye que existe desinterés con la sociedad además de haber un manejo inadecuado de desechos sólidos, dado que el 65% de los encuestados consideran que se debería tomar medidas inmediatas para mejorar la responsabilidad social, y consideran un 52% que los factores que lo impiden es el desconocimiento de cómo hacerlo. La etapa a seguir de la gestión de desechos sólidos que deberán ser aplicadas según el 69% de los encuestados afirman que se deberían adoptar medidas inmediatas para la correcta gestión de desechos sólidos, ya que no existen planes de capacitación o estudios realizados para el correcto uso de los desechos sólidos dentro del Mercado.

Recomendaciones

- Se recomienda reformular el modelo empresarial de la bodega actual y convertirla en un centro de acopio donde se pueda captar en mayor cantidad no solo en el mercado mayorista y sus socios con las actividades sino también que tenga apertura la sociedad, la visión debe cambiar, donde integre la gestión de la empresa, alimentando los valores, principio y ética con el medio ambiente, es decir se requiere producir beneficios hacia la comunidad o sectores aledaños juntamente con la empresa lograr la reducción, reciclaje y reutilización de desechos.
- Generar responsabilidad social no con el concepto típico de brindar beneficio a la sociedad, sino más bien estructurar la responsabilidad social como una estrategia donde se pueda generar valor no solo a los socios, sino a los empleados, comunidad, sector e inversionistas a través de procesos bien estructurados, capacitación para el manejo eficiente de desechos sólidos, implementación de buenas prácticas de gestión de desechos para obtener mayores ganancias, formular planes para lograr mayor conciencia ambiental, y aprovechar de manera eficiente los recursos con el fin de mejorar la clasificación de desechos sólidos dentro del Mercado Mayorista no como una bodega sino como una centro de acopio que genere modelos de negocio y franquicias.
- Elaborar un estudio técnico que gestione los residuos y desechos sólidos con procesos óptimos, partiendo de la normativa legal ambiental, además de las demás investigaciones actuales referidas juntamente a la gestión de desechos, desarrollando manuales de procedimientos, iniciando con el área de producción para observar las etapas en los procesos de almacenamiento y comercialización con mediciones para estimar con mayor exactitud el promedio generado en cada una de las etapas y así poder solucionar las dificultades por el desconocimiento de la forma adecuada gestión de desechos con responsabilidad.

- Y finalmente se recomienda, realizar un estudio de factibilidad para analizar el riesgo y la viabilidad económica de la creación de un centro de acopio, analizando los consumidores actuales y sus necesidades, cambiando los hábitos de reciclaje que tienen para mejorar y aumentar el reciclaje con la estrategia de responsabilidad social basándose en el bienestar del sector del mercado mayorista, al tener un centro de acopio único, con excelente imagen, atención personalizada y servicio de calidad en el menor tiempo posible, partiendo del estudio de mercado donde se analizara la demanda - oferta existente y el impacto que puede tener el centro de acopio, las estrategias de marketing que se acoplen para fomentar una responsabilidad social y posicionar en la mente de los socios, clientes, y sectores aledaños, por otro lado, el estudio técnico explicado de mejor forma en la recomendación anterior, permitirá abaratar costes, optimizar recursos para que no haya tiempos desperdiciados y trabajadores ineficientes, así finalmente el estudio económico – financiero que permite tomar decisiones de inversión basadas en el valor actual neto (VAN), creando los flujos de caja que se presentan en los escenarios pintados por la inversión inicial, costos, gastos e ingresos donde sobre la base de previsiones realizadas a lo largo de esta investigación, realizadas en el estudio de mercado para validar el diseño de estrategias de marketing, tipo de maquinaria, infraestructura y nuevas tecnologías que necesita el centro, debe estudiarse para considerar dos situaciones: la primera, si está completa y la segunda si va a ser factible aplicarlas en su magnitud para descubrir el verdadero rendimiento que tiene el proyecto rechazando o aceptando dependiendo los criterios de evaluación, así también de los parámetros que afectaría a un futuro financiero al centro de acopio.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título de la propuesta

Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de acopio de material reciclado en el Mercado Mayorista de la Confección.

Datos informativos

- Institución ejecutora:

Mercado Mayorista de la Confección

- Beneficiarios:

Socios del Mercado Mayorista de la ciudad de Ambato conformada por las
8 asociaciones de Ecuador Soberano

Visitantes del Mercado Mayorista

- Ubicación:

Mercado Mayorista del sector de la confección de la Ciudad de Ambato

- Localización Geográfica:

Mercado Mayorista del sector de la confección de la Ciudad de Ambato ubicada en Av. El Cóndor y Tres Carabelas - Ambato – Ecuador.

- Tiempo estimado para la ejecución

Fecha de inicio: Enero 2017

Fecha estimada de finalización del proyecto: septiembre 2020

- Equipo técnico responsable:

Jeaneth Pazmiño - Administradora – Secretaria

Marcelo Barrera – Operador – Bodeguero

Socios del Mercado Mayorista de Ambato del sector de la confección conformada por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano

- Costo total: \$ 65.493,02

Antecedentes

Según el estudio realizado en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas, por Marianela Lizbeth Escobar Zúñiga 2015 con el tema “Gestión de desechos sólidos de papel y cartón para el desarrollo de nuevos productos en la ciudad de Ambato.”

En la investigación realizada se determinó de qué manera influye la generación de desechos sólidos de papel y cartón en la elaboración de nuevos productos en la ciudad de Ambato.

Y se analizaron cual es la gestión de desechos sólidos que actualmente está realizando la ciudad de Ambato. Se analizó si las personas al momento de comprar

productos prefieren los elaborados a base de desechos sólidos de papel y cartón reciclados en la ciudad de Ambato. Y donde se propuso modelo de negocios para comercializar productos de papel y cartón en la ciudad de Ambato.

Donde se obtuvo las siguientes conclusiones: el uso de papel y cartón en la ciudad de Ambato, depende mucho de las actividades que desarrollan las diferentes personas encuestadas, siendo este el ejemplo del comercio al por menor y el comercio al por mayor principalmente. Así también que son pocas las personas que conocen de los beneficios que brinda el reciclar y reutilizar el papel y cartón, Además que no existen mayormente planes, programas o políticas orientadas a la gestión de desechos sólidos de papel y cartón dentro de las organizaciones. La gestión de desechos sólidos ayudara a aprovechar el reciclaje para elaborar nuevos productos, los cuales puedan satisfacer las necesidades de los consumidores atendiendo sus principales requerimientos.

Según la investigación realizada en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas realizado por José Luis Núñez Muñoz, 2015, con el tema “El turismo sostenible y su incidencia en el manejo de residuos sólidos inorgánicos de los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Ambato.”

Donde se determinó la incidencia del Turismo Sostenible y el manejo de los residuos sólidos inorgánicos en los hoteles de cuatro estrellas en la ciudad de Ambato, además se diagnosticó el estado actual de la cultura ecológica que tienen los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad y la predisposición para mejorar sus actuales procesos. También se analizó el manejo actual de residuos sólidos por parte de los hoteles de cuatro estrellas del Cantón Ambato. Y se realizó una propuesta sobre el manejo de residuos sólidos inorgánicos para los hoteles de cuatro estrellas del cantón Ambato.

Donde se sacaron las siguientes conclusiones. Ningún hotel realiza ninguna actividad en beneficio del ambiente, no elaboran un plan de mantenimiento de la infraestructura, no usan aerosoles para la desinfección del hotel, Además que no

concientizan a los turistas sobre lo importante que es cuidar el medio ambiente y como consecuencia no se fomenta las buenas prácticas ambientales. También se determinó que no ponen tachos de basura con distintivos gráficos y de color, dificultando el manejo de residuos sólidos. Y por último se determinó que los procesos de manejo de desechos sólidos en los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Ambato son realizados de forma incipiente, rudimentaria y hasta con cierto grado de peligro para el personal que los maneja.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad el Mercado Mayorista de la Confección para reciclaje de desechos sólidos de cartón y plástico.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de necesidades para garantizar la viabilidad del proyecto sobre el centro de acopio.
- Realizar un estudio técnico para la localización ideal del centro de acopio.
- Determinar la viabilidad y sostenibilidad financiera en el tiempo de acuerdo al estudio realizado.

Justificación

Mediante el siguiente estudio de factibilidad en el Mercado Mayorista de la Confección para reciclaje de desechos sólidos de Papel, cartón, plástico y vidrio se pretende generar conciencia y compromiso con el fin de mejorar la imagen y aspecto del Mercado Mayorista y mantener un ambiente saludable y sostenible, trabajando en conjunto con los propietarios de los negocios, socios y compradores o visitantes, y de esta forma también ayudar a generar menos contaminación y ayudar al planeta.

Generar compromiso para desarrollar políticas que integren prácticas responsables dentro de las operaciones diarias dentro del área de la confección en el Mercado Mayorista.

Generar usos de los desechos para generar ingresos para el mercado Mayorista y así evitar la producción masiva de desechos, que no produzcan daño a las personas y al medio ambiente.

Análisis de Factibilidad

Política

Esta propuesta es factible en forma política porque será autosustentable, se tomara una inversión inicial de las estrategias principales, pero después generara sus ingresos para seguir con el proceso; Dentro de un año será posible brindar plazas de trabajo y ayudar al medio ambiente y los aspectos del Mercado Mayorista

Socio-cultural

La presente propuesta es factible a nivel socio-cultural, dado que es necesario generar conciencia a nivel mundial, pero es fundamental empezar a educar a las personas desde lugares públicos pequeños, así general cultura en las prácticas del buen manejo de desechos sólidos en el Mercado Mayorista, de este modo mejorar la imagen del lugar y así poder atraer más turistas, y mantener un ambiente sano. Se toma en cuenta a las personas que trabajan dentro del Mercado y las que personas que necesitan para realizar sus compras.

Tecnología

Es factible de forma tecnológica, ya que se aplicaran estrategias digitales para promover y difundir la campaña de comunicación para el reciclaje, reducción y reutilización de desechos sólidos y así educar a la mayor parte de personas sobre este tema.

Organizacional

La propuesta se basa en factibilidad organizacional dado que es posible mejorar la imagen del Mercado Mayorista con la colaboración de los socios y visitantes del lugar. En este proceso intervienen la planificación, organización, dirección y control de cómo llevar el reciclar, que se llevará a cabo el mercado. Se pretende incentivar a los socios y a los compradores para que clasifique de manera organizada sus desechos, de este modo conseguir que exista menos residuos tirados en la calle y ayudar al planeta.

Ambiental

Mediante la implementación de la clasificación de desechos sólidos con el reciclaje se podrá reducir los desechos generados en el mercado. Se dispondrá de forma correcta los desechos como plásticos, cartón, papel y vidrio, los cuales son los que más se desechan en el mercado y a sus alrededores y a su vez ayudar de manera adecuada a la conservación del lugar y disminución de basura.

Económico - Financiera

Es factible económicamente, ya que mediante la venta de los desechos reciclados se recuperará el valor invertido inicialmente y posteriormente se podrá crear fuentes de empleo, según como va avanzando el programa.

Legal

Es factible Legal, ya que se basa en las leyes de protección del medio ambiente, generando así también una mejor imagen para el Mercado Mayorista.

Fundamentación científico – técnica

Modelo

El Modelo visualiza a la organización en un contexto integral, a través de un enfoque a resultados de competitividad y sustentabilidad, la mejora continua, innovación, flexibilidad y agilidad y, la creación de valor, como principios que orientan hacia la competitividad y sustentabilidad de la organización atributos que lo hacen único, creando una gran brecha respecto a los modelos de gestión existentes León, J. (2004, pág. 46)

Gestión

En términos generales, (Alles, 2005, pág. 284) define el término de gestión como “la acción y al efecto de administrar o gestionar un negocio. A través de una gestión se llevarán a cabo diversas diligencias, trámites, las cuales, conducirán al logro de un objetivo determinado, de un negocio o de un deseo que lleva largo tiempo en carpeta, como se dice popularmente”.

Gestión social

La gestión social según (Cohen, Ernesto y Franco, Rolando, Gestión Social, Como lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales, 2005, pág. 8, Siglo XXI editores), es analizar la formulación, puesta en marcha, evaluación y control, de las políticas, los proyectos y programas sociales, además del correcto manejo de las instituciones y organizaciones para obtener resultados adecuados.

Medio ambiente

Los autores (Contreras López, Alfonso y Molero Meneses, Mariano, Ciencia y Tecnología del Medioambiente, 2012, pág., 19, Editorial UNED) define el medio ambiente como un sinnúmero de relaciones entre factores culturales, biofísicos,

físicos y sociales en el que ocurren las actividades humanas y sociales, en general es el entorno en el que las personas desenvuelven sus vidas.

Desechos sólidos

Los desechos sólidos, para el autor (Castells, Tratamiento y valorización energética de residuos, 2005, pág. 408) son aquellos “desechos que están en el mencionado estado. La noción de desechos sólidos urbanos se utiliza para nombrar a aquellos que se generan en los núcleos urbanos y sus zonas de influencias. Los domicilios particulares, las oficinas y las tiendas son algunos de los productores de desechos sólidos urbanos.

Un papel usado, un envase de cartón o una botella de plástico son ejemplos de desechos sólidos. El aceite de un vehículo o el humo que emite una chimenea industrial, en cambio, no forman parte de este tipo de desechos”.

Gestión de desechos sólidos

La gestión de los desechos sólidos urbanos implica diversos pasos, con una etapa previa a la recogida (que incluye la separación y el almacenamiento en origen), la recogida en sí misma, el transporte mediante camiones recolectores y finalmente la eliminación o transformación, de esta manera los define (Careaga, Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes, 1993, pág. 330).

Residuo

“Que actúan como vectores de todo tipo, siendo el último eslabón de cualquier actividad, ya sea doméstica, industrial, agrícola, etc. Por ejemplo, el agua residual, una vez depurada deja un residuo denominado fango. La finalidad básica de toda depuración consiste en transferir el contaminante de un medio muy difundible, como es el agua, a otro más controlable como es el fango. Lo mismo acontece con los gases. El gas es el medio más fácilmente expandible y, por tanto, contaminante,

además la instalación de un filtro, o un equipo de tratamiento de la corriente gaseosa, retiran los elementos de la corriente gaseosa y los transfiere a un medio sólido o líquido” (Castells, Reciclaje de residuos industriales: Residuos sólidos urbanos y fangos de depuradora, 2012, pág. 5).

Modelo Operativo de ejecución de la propuesta

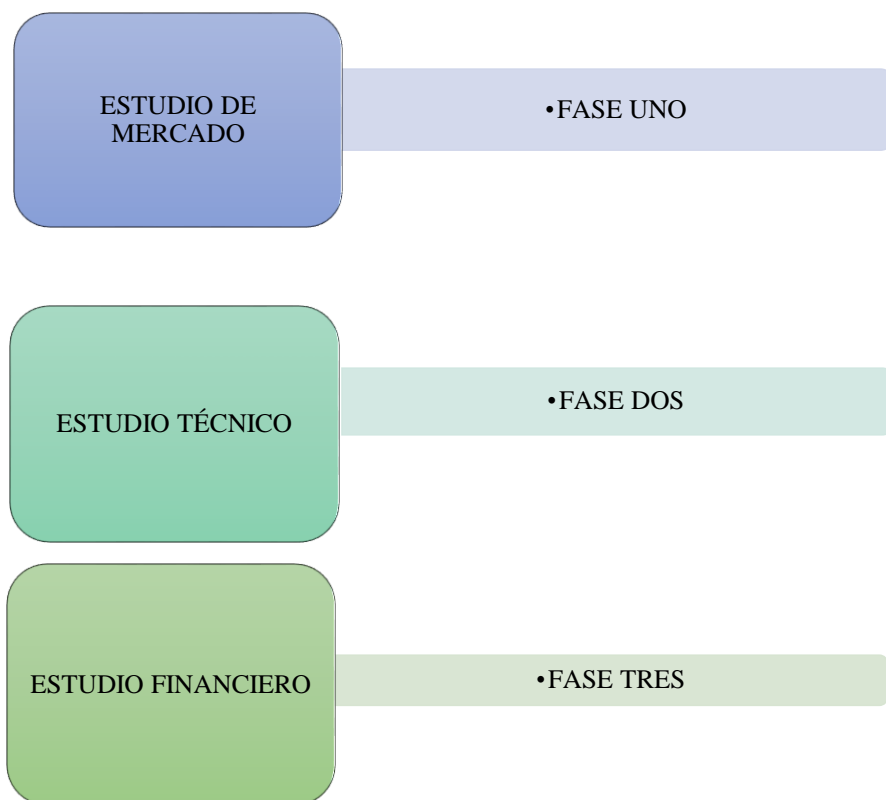


Gráfico N° 27: Modelo operativo
Elaborado por: Viviana Ortega

Marco lógico

Tabla N° 29: Matriz Marco lógico

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN:			
Disminuir la basura generada en el Mercado Mayorista a través del reciclaje	Al 2020, erradicar la producción de basura en un 90%	Encuesta	Mejorar el aspecto del Mercado Mayorista
PROPÓSITO:			
Implementar tachos de basura que permita reciclar los desechos por tipo: cartón y papel, vidrio y plástico	Al 2020 culturalizar al 96% de los socios sobre el correcto uso de los tachos de clasificación de desechos	Observación	Los ingresos serán para mejorar el aspecto del mercado y para los sueldos de los colaboradores del Mercado Mayorista

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 30: Componentes del Marco Lógico

ENUNCIADO DEL OBJETIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
COMPONENTES			
<ul style="list-style-type: none"> Lanzamiento de campaña para difundir el plan de reciclaje. 	Formar una brigada de 5 personas	Contrato	Poner en marcha el proyecto.
<ul style="list-style-type: none"> Implementación de contenedores para la clasificación de residuos 	Clasificar los desechos del mercado por su tipo en un 70%	Factura	Clasificar los desechos según su tipo
<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones internas para la información de las estrategias a implementarse y capacitar a los socios para el correcto uso de los desechos sólidos 	Capacitar al 85% de los socios del Mercado Mayorista conformado por las 8 asociaciones de Ecuador Soberano	Guías y folletos, internet	Que las asociaciones y los visitantes conozcan la importancia de realizar una adecuada clasificación de desechos
<ul style="list-style-type: none"> Comercialización de material reciclado 	Comercializar el 80% de desechos sólidos recolectados	Desechos clasificados	Comercialización de los desechos y disminución de contaminación

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 31: Componente N° 1 (Matriz Marco lógico)

Actividades			
COMPONENTE 1			
1. Lanzamiento de campaña para difundir el plan de reciclaje.	757.00		
1.1 Contratación de las 2 personas que estarán cargo del programa	732.00	Rol de pagos	Contrato en Ecuador soberano
1.2 Capacitación de las necesidades del proyecto	--	Folletos Diapositivas	Material que será entregado

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 32: Componente N° 2 (Matriz Marco lógico)

Actividades			
COMPONENTE 2			
2. Implementación de contenedores para la clasificación de residuos	00.00		
2.1 Cronograma de ubicaciones	-	Cronograma	Capacitación
2.2 Ubicación de los contenedores en el Mercado Mayorista	-	Temario	Temas
2.3 Responsables de recoger los desechos	-	Cronograma	Capacitaciones

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 33: Componente N° 3 (Matriz Marco lógico)

Actividades			
COMPONENTE 3			
3. Capacitaciones internas para la información de las estrategias a implementarse y capacitar a los socios para el correcto uso de los desechos solidos	00.00		
3.1 Cronograma de talleres	-	Cronograma	Para que todo vaya acorde a lo planificado
3.2 Impresión de material	-	Material impreso	Material que será entregado en las capacitaciones
3.4 Ejecución de los talleres	-	Informe	

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 34: Componente N° 4 (Matriz Marco lógico)

Actividades			
COMPONENTE 4			
4. Comercialización de productos reciclados	2000		
4.1 Financiamiento inicial	2000.00	Tabla de amortización	Recursos para inicio del proyecto
4.2 Arriendo de local para almacenamiento de material reciclado	150.00	Contrato de arriendo	Donde se maneja el producto
4.3 Transporte para almacenar material reciclado	00.00	-	Colaboración de socios

Elaborado por: Viviana Ortega

Estudio de necesidades

Tipo de Producto

El centro de acopio tiene planificado producir y posteriormente comercializar dos productos por llamarlos así, a continuación en la siguiente tabla se detalla el producto:

Tabla N° 35: Tipo de producto

Producto	Peso
Plástico reciclado	100 kg
Cartón reciclado	100 kg

Elaborado por: Viviana Ortega

Determinación del tamaño de la muestra

Población

Tabla N° 36: Población

Descripción	N° de personas
Socios del Mercado Mayorista	1500
Habitantes de los alrededores del mercado Mayorista (Parroquia Totoras)	6898
Total	8398

Elaborado por: Viviana Ortega

Muestra

Para Ludwing (2014) la muestra puede ser definido como “un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella” (p. 2).

Dentro de la presente investigación se utilizó la siguiente fórmula para obtener la muestra con la cual se va a trabajar.

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

En donde:

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de Confianza (1.96)

P = Probabilidad de éxito (0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (0.50)

e = Precisión, error muestral (0.05)

$$n = \frac{8398(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(8398-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{8398 (3.8416)(0.50)(0.50)}{(0.0025)(8397) + (3.8416)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{8065.4392}{(20.9925) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{8065.43}{21.9529}$$

$$n = 367 \text{ unidades muestrales}$$

Ya que la población es menor a 100,000, es decir es una población finita, de 8398, se aplicó la fórmula lo que dio un resultado de 367 encuestas.

Trabajo de campo

El trabajo de campo se lo realizó desde el 16 al 26 de septiembre en la ciudad de Ambato en el Mercado Mayorista de 9:00 a 18:00 los fines de semana con un equipo

de 12 personas, cada una realizó un aproximado de 26 encuestas. Y esto dividido para 4 días los fines de semana.

Tabulación e interpretación de resultados

1) ¿Considera que el reciclaje brinda bienestar al Mercado Mayorista?

Tabla N° 37: Reciclaje

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	283	77%
b) No	84	23%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

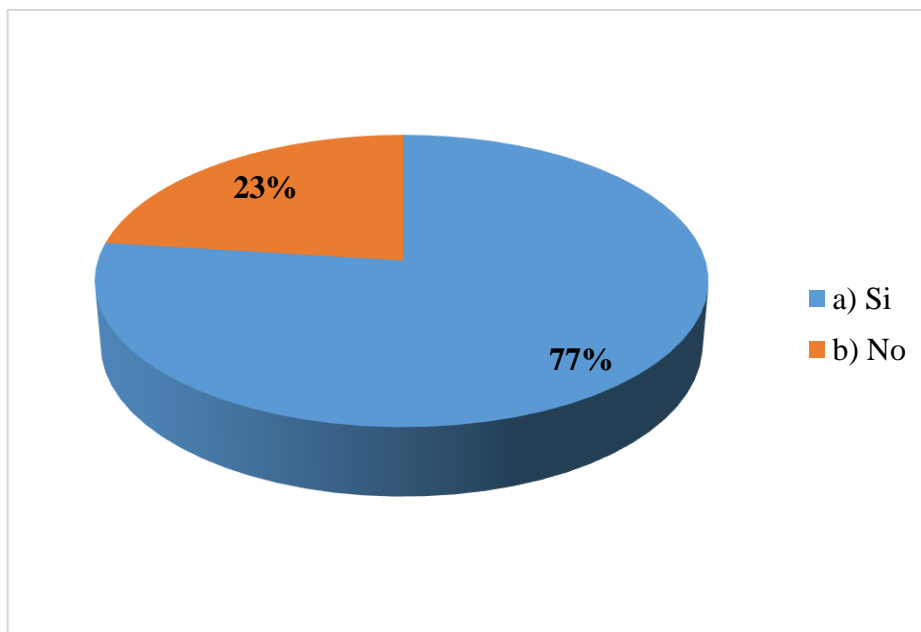


Gráfico N° 28: Ha reciclado

Fuente: Pregunta N° 1

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

La mayoría de los encuestados afirman que el reciclaje si brinda bienestar al Mercado Mayorista.

2) ¿Qué le motivaría reciclar?

Tabla N° 38: Motivación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Mejorar el medio ambiente	44	12%
b) Recompensa económica	55	15%
c) Que el dinero recolectado sea para beneficios del Mercado Mayorista,	268	73%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

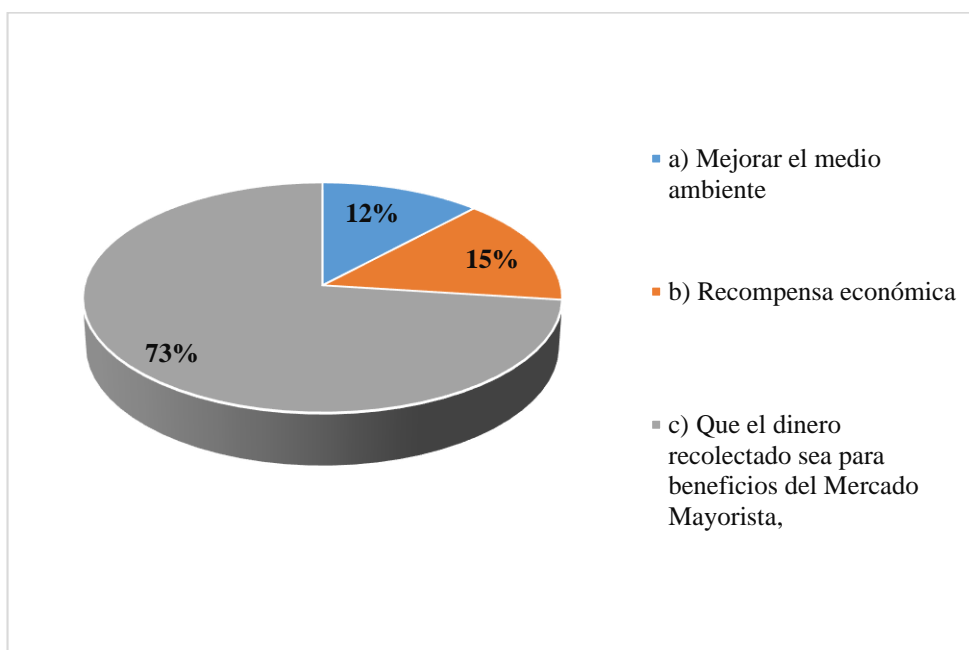


Gráfico N° 29: Motivación de reciclaje

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

La mayor parte de los encuestados sostiene que el dinero sea utilizado en para mejorar las instalaciones del Mercado Mayorista, seguido de recompensas económicas y mejorar el medio ambiente.

3) ¿Qué aspectos consideran usted que dificultan la clasificación de desechos?

Tabla N° 39: Clasificación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Falta de contenedores especiales	165	45%
b) Desconocimiento de cómo hacerlo	121	33%
c) Falta de tiempo	81	22%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

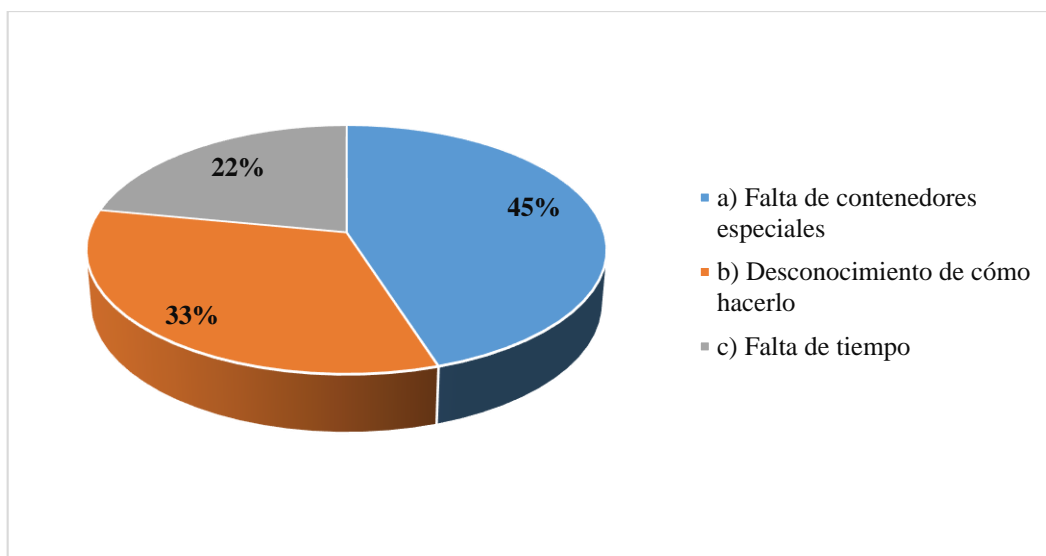


Gráfico N° 30: Dificultad de la clasificación de desechos

Fuente: Pregunta N° 3

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 45% afirma que la clasificación de desechos se dificulta por la falta de contenedores especiales para clasificar los desechos, el 33% sostiene que por desconocimiento de como reciclar y el 22% por falta de tiempo.

4) ¿Cuál de los siguientes desechos considera que es el que más se genera en el Mercado Mayorista?

Tabla N° 40: Generación de desechos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Plástico	235	64%
b) Papel	99	27%
c) Vidrio	33	9%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

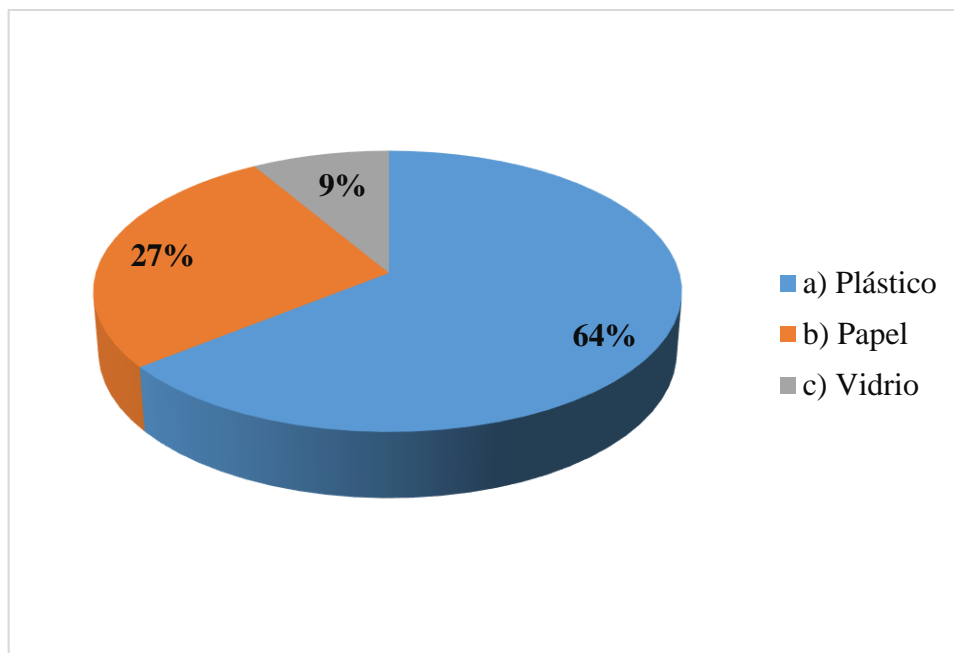


Gráfico N° 31: Que desechos se generan más en el MM

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El desecho que es considerado como más generado dentro del Mercado Mayorista, es el plásticos, seguido de papel y al final el vidrio.

5) ¿Si se implementaría un centro de acopio en el Mercado Mayorista, le gustaría participar reciclando?

Tabla N° 41: Centro de acopio

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	319	87%
b) No	48	13%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

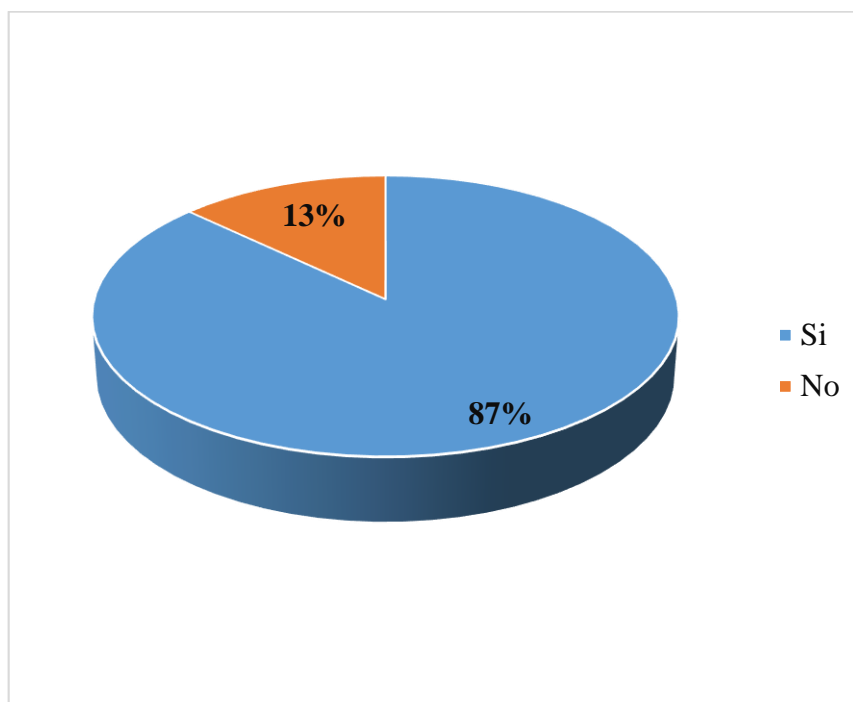


Gráfico N° 32: Participación en reciclado

Fuente: Pregunta N° 5

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

La mayor parte de encuestados afirman que si participarían reciclando, y un 13% sostiene que no.

6) ¿Clasificaría los desechos si existieran basureros específicos para cada desecho?

Tabla N° 42: Basureros específicos

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	319	87%
b) No reciclaría	48	13%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

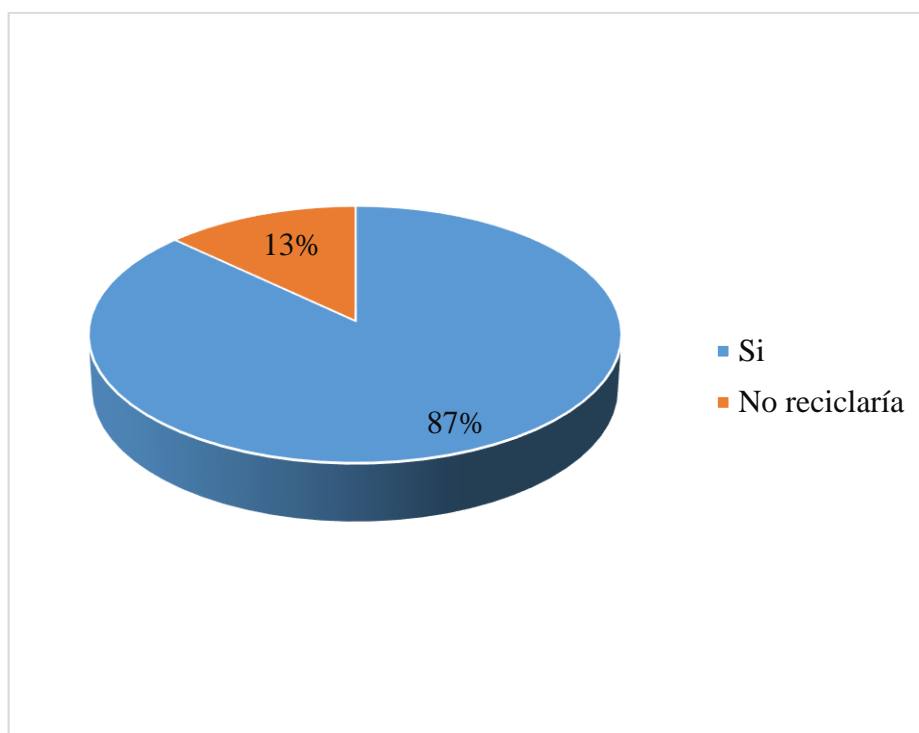


Gráfico N° 33: Clasificación de desechos

Fuente: Pregunta N° 6

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

El 87% de encuestados si están dispuestos a ayudar clasificando los desechos sólidos en el Mercado Mayorista.

7) ¿Le gustaría que se conforme un centro de acopio para material reciclado dentro del Mercado Mayorista que ayude a la recolección, clasificación y comercialización de desechos sólidos?

Tabla N° 43: Centro de acopio para material reciclado

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	268	73%
b) No recicla	48	13%
c) Indiferente	51	14%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

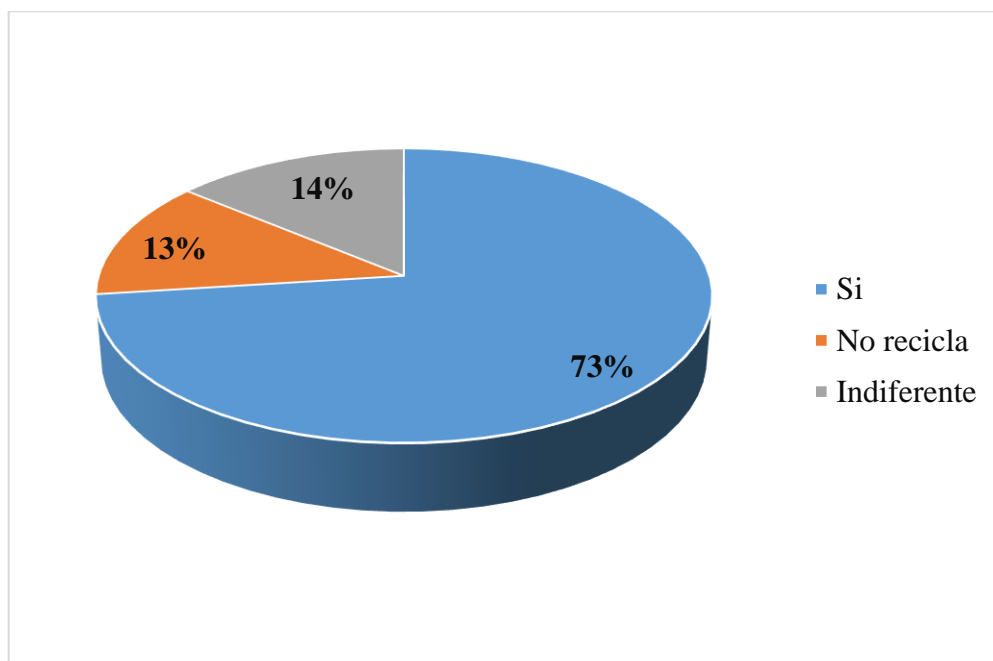


Gráfico N° 34: Empresa recicladora

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

La mayor parte de las personas encuestadas si les interesa que haya un centro de acopio para material reciclado, que ayude a la recolección, clasificación y comercialización de desechos sólidos.

8) ¿Qué considera se debería realizar con el dinero recolectado?

Tabla N° 44: Dinero recolectado

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
a) Remodelar las instalaciones	158	43%
b) Promocionar el Mercado Mayorista	84	23%
c) Invertir en sorteos para atraer más clientes	81	22%
d) No recicla	44	12%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

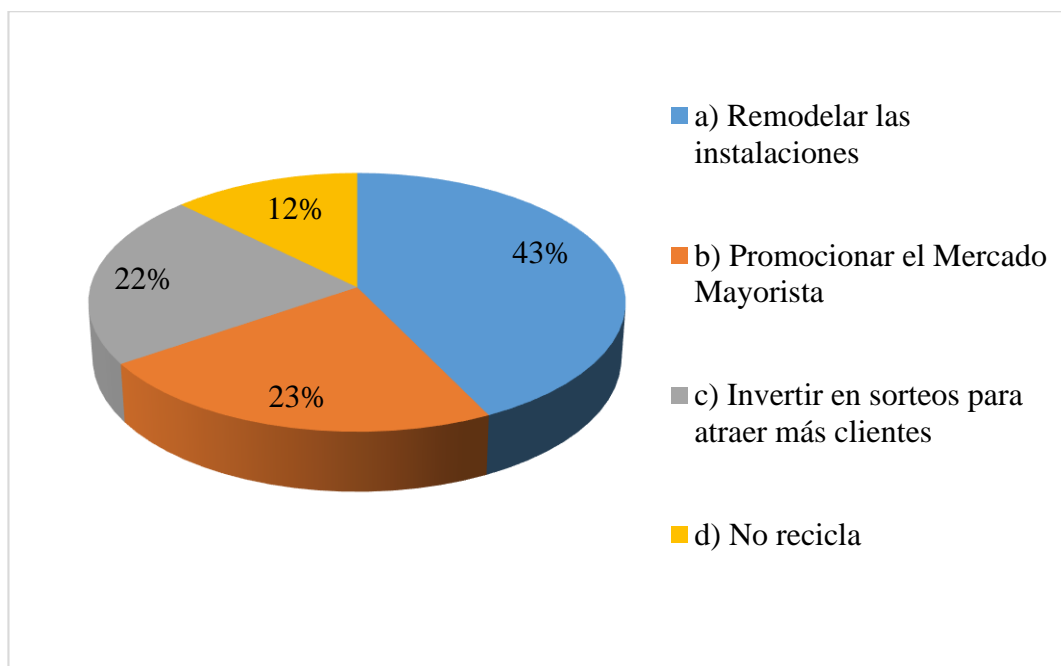


Gráfico N° 35: Responsabilidad social

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

Un porcentaje mayor de los encuestados (43%) afirma que les gustaría que el dinero sea utilizado para remodelar las instalaciones, el 23% afirma que les gustaría promocionar el Mercado Mayorista y el 22% dice que se debería invertir en sorteos para atraer clientes.

9. ¿Con que frecuencia recicla usted?

Tabla N° 45: Frecuencia

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	55	15%
2 veces a la semana	110	30%
3 veces a la semana	165	45%
Todos los días	37	10%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

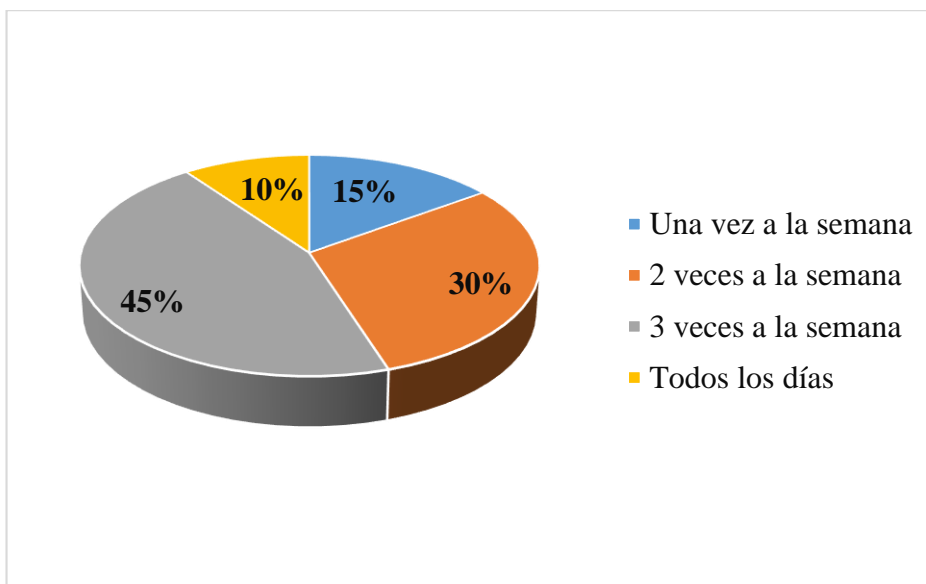


Gráfico N° 36: Frecuencia de reciclaje

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

Del 100% de encuestados, el 45% considera que recicla 3 veces a la semana, el 30% considera que recicla 2 veces a la semana, el 15% considera que recicla una vez a la semana y el 10% considera que realiza reciclaje todos los días. Bajo estos antecedentes se puede decir que la frecuencia de reciclaje de la mayor parte de encuestados es en un promedio de 3 veces a la semana.

10. ¿Aproximadamente cuantos kg a la semana considera usted que recicla?

Tabla N° 46: Cantidades

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 kg	246	67%
De 6 a 10 kg	48	13%
De 11 a 15 kg	37	10%
De 16 a 20 Kg	26	7%
Más de 20 kg	10	3%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

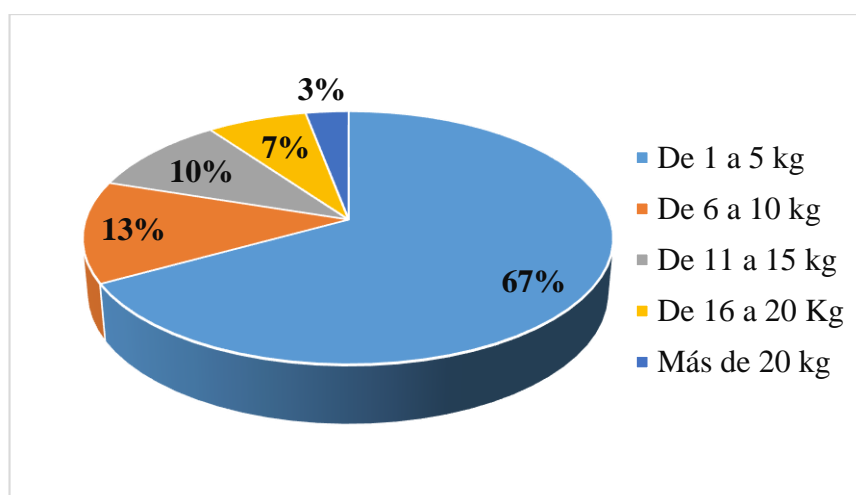


Gráfico N° 37: Frecuencia de reciclaje

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

Del 100% de encuestados, el 67% considera que aproximadamente recicla de 1 a 5 kg, el 13% considera que aproximadamente recicla de 6 a 10 kg, el 10% considera que aproximadamente recicla de 11 a 15 kg, el 7% considera que aproximadamente recicla de 16 a 20 kg y finalmente el 3% considera que aproximadamente recicla más de 20 kg. Bajo estos antecedentes se puede manifestar que en promedio las personas reciclan entre 1 a 5 kg.

Análisis de la demanda

De acuerdo a Lara, (2010) explica que: “la demanda es la suma de las adquisiciones de un bien o servicio por parte de las personas físicas y/o jurídicas, para satisfacer sus necesidades” (p. 31).

Cálculo de la demanda en personas

Para el cálculo de la demanda fue necesario utilizar la pregunta 5: ¿Si se implementaría un centro de acopio en el Mercado Mayorista, le gustaría participar reciclando?

Con un total de 8398 personas se constituye el mercado objetivo la misma que se relaciona con las respuestas afirmativas de la pregunta 5.

Tabla N° 47: Mercado objetivo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	319	87%
b) No	48	13%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Para realizar la proyección al 2021 se la realiza con base a la tasa de crecimiento poblacional 1,56%

Tabla N° 48: Demanda

Año	Demanda
2017	7306
2018	7420
2019	7536
2020	7654
2021	7773

Elaborado por: Viviana Ortega

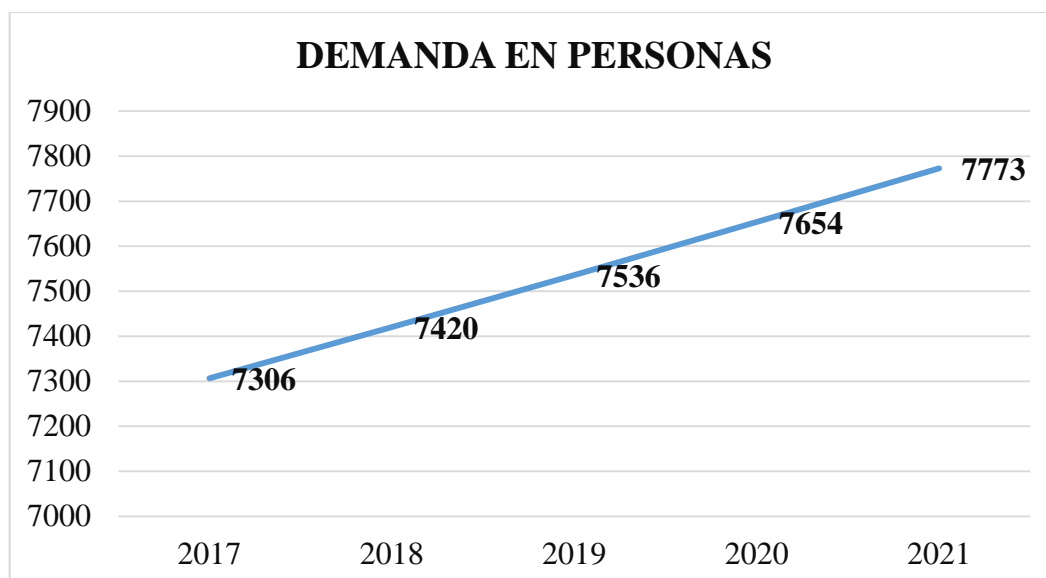


Gráfico N° 38: Demanda en personas
Elaborado por: Viviana Ortega

Cálculo de la demanda en servicios

Para realizar este cálculo se utilizó la pregunta N°9: ¿Con que frecuencia recicla usted?

Tabla N° 49: Cálculo de la demanda en servicios

Ítem	Frecuencia Relativa	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Una vez a la semana	15%	1096	1096	4384	52605
2 veces a la semana	30%	2192	4384	17535	210420
3 veces a la semana	45%	3288	9863	39454	473446
Todos los días	10%	731	5114	20458	245490
Total	100%	7306	20458	81830	981961

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Viviana Ortega

Para realizar la proyección al 2021 se la realiza utilizando la tasa de crecimiento poblacional del 1.56%.

Tabla N° 50: Demanda

Año	Demanda
2017	981961
2018	997280
2019	1012838
2020	1028638
2021	1044685

Elaborado por: Viviana Ortega

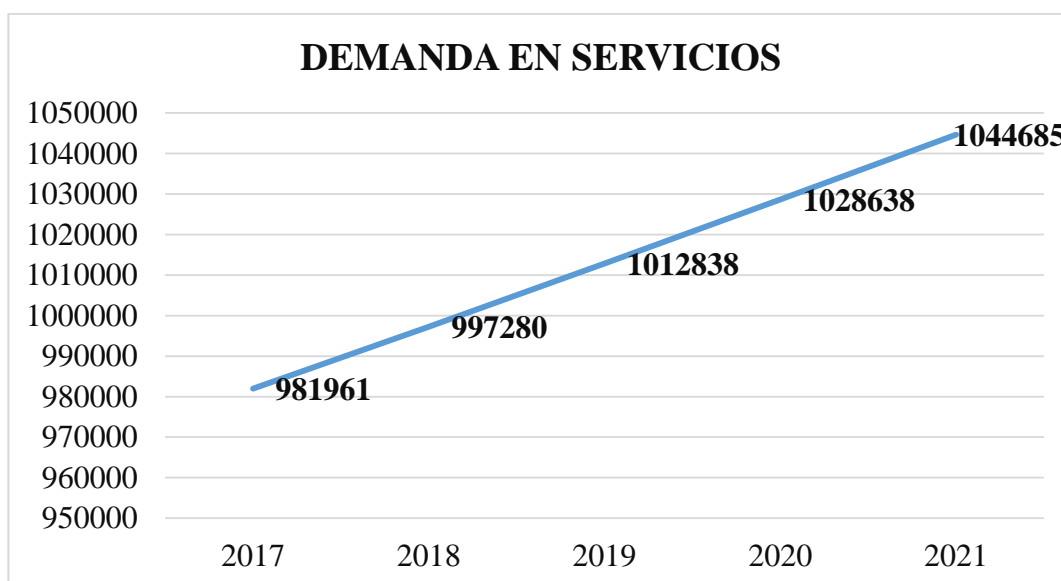


Gráfico N° 39: Demanda en servicios

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis de la oferta

Según Lara, (2010) indica que la oferta es: “el lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos” (p. 6).

Cálculo de la oferta en personas

Para realizar el cálculo de la oferta también fue necesario trabajar con la pregunta, pero en esta ocasión con las respuestas negativas. Obteniéndose lo siguiente:

Tabla N° 51: Proyección

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
a) Si	319	87%
b) No	48	13%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Para realizar la proyección al 2021 se lo realizó utilizando la tasa de crecimiento poblacional 1.56%

Tabla N° 52: Oferta

Año	Oferta
2017	1092
2018	1109
2019	1126
2020	1144
2021	1161

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

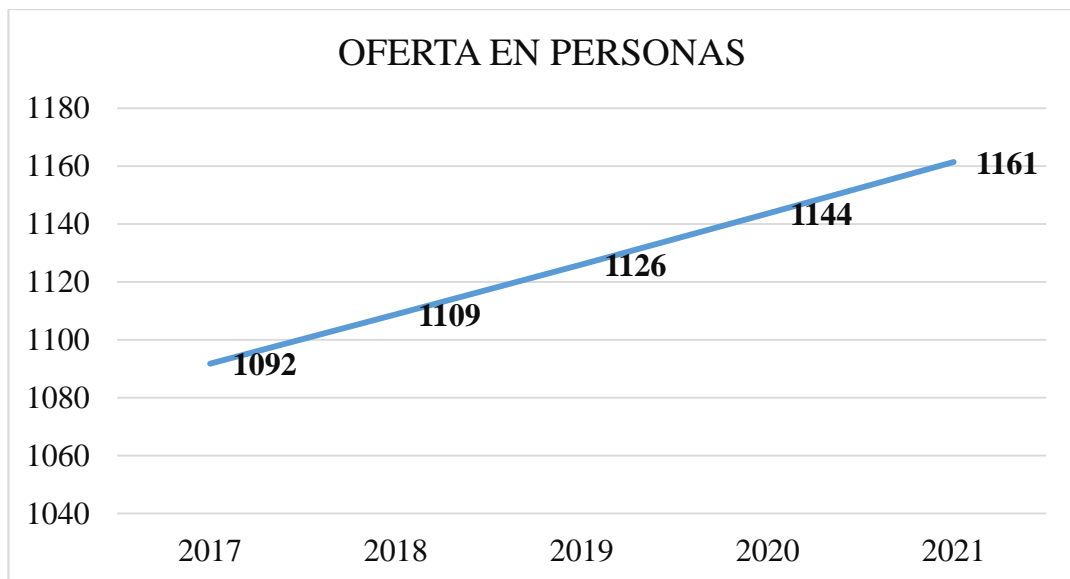


Gráfico N° 40: Oferta en personas

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 53: Cálculo de la oferta en servicios

Ítem	Frecuencia Relativa	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Una vez a la semana	15%	164	164	655	7861
2 veces a la semana	30%	328	655	2620	31442
3 veces a la semana	45%	491	1474	5895	70745
Todos los días	10%	109	764	3057	36682
Total	100%	1092	3057	12227	146730

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 54: Calculo de la oferta en servicios

Año	Oferta
2017	146730
2018	149019
2019	151344
2020	153704
2021	156102

Elaborado por: Viviana Ortega



Gráfico N° 41: Oferta en servicios

Elaborado por: Viviana Ortega

Mercado potencial para el proyecto

El mercado potencial es la cantidad de productos y servicios que el mercado puede consumir en el futuro, determinando que ningún producto que ofrece el mercado satisface las necesidades de los clientes.

Tabla N° 55: Mercado potencial para el proyecto

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DPI	%	DPI OPTI.	DPI PESIM.
2017	7306	1092	6215	85,06%	6525	5904
2018	7420	1109	6311	85,06%	6627	5996
2019	7536	1126	6410	85,06%	6730	6089
2020	7654	1144	6510	85,06%	6835	6184
2021	7773	1161	6611	85,06%	6942	6281

Elaborador por: Viviana Ortega

Orientación estratégica

Mediante el análisis FODA se pudo identificar y evaluar los factores positivos y negativos para adoptar decisiones sobre objetivos, planes de acción y asignación de responsabilidades.

Tabla N° 56: Orientación estratégica

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Afluencia de gran cantidad de compradores F2. Variedad de prendas y calzados F3. Asolaciones organizadas F4. Predisposición para colaborar de parte de los socios para el beneficio del Mercado Mayorista F5. Espacio físico amplio	D1. Inexistencia de reciclaje D2. Cultura de reciclaje nula D3. Desconocimiento de clasificación de desechos solidos D4. Gran cantidad de desechos sólidos sin clasificación D5. Deficientes recursos para la capacitación a los socios con relación al reciclaje.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Mayor difusión de campañas orientadas al reciclaje O2. Ordenanzas que regula aspectos relacionados con la gestión de desechos sólidos O3. Mejorar el medio ambiente O4. Reutilización de desechos O5. Crecimiento poblacional O6. Campañas orientadas al buen manejo de desechos. O7. Ayuda del gobierno y sus incentivos de políticas de reciclaje en las instituciones	A1. Ayuda nula por parte de las empresas. A2. Deficiencia ayuda por parte del Estado para la generación de programas orientados a la correcta gestión de desechos a nivel nacional. A3. Precios bajos por la cantidad de desechos recolectados en las recicladoras. A4. Inestabilidad política

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 57: Matriz de evaluación de factores internos

FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO	CALIFICACIÓN	PESO	PONDERADO
FORTALEZAS			
Afluencia de gran cantidad de compradores	0,10	4	0,40
Variedad de prendas y calzados	0,10	4	0,40
Asolaciones organizadas	0,10	4	0,40
Predisposición para colaborar de parte de los socios para el beneficio del Mercado Mayorista	0,10	3	0,30
Espacio físico amplio	0,10	4	0,40
DEBILIDADES			
Inexistencia de modelos de reciclaje	0,10	1	0,10
Cultura de reciclaje nula	0,10	1	0,10
Desconocimiento de clasificación de desechos solidos	0,10	1	0,10
Gran cantidad de desechos sólidos sin clasificación	0,10	1	0,10
Deficientes recursos para la capacitación a los socios con relación al reciclaje	0,10	1	0,10
	1,00	1	2,40

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

El resultado obtenido luego de realizado el análisis MEFI fue de 2,40 lo que indica que el resultado está por debajo de la media, es decir las debilidades son más que las fortalezas dentro de la institución, es decir que se deberían de plantear estrategias que ayuden a convertir esas debilidades en fortalezas.

Tabla N° 58: Matriz de evaluación de Factores Externos

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	CALIFICACIÓN	PESO	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Mayor difusión de campañas orientadas al reciclaje	0,10	4	0,40
Ordenanzas que regula aspectos relacionados con el reciclaje	0,10	3	0,30
Mejorar el medio ambiente	0,08	4	0,32
Reutilización de desechos	0,08	4	0,32
Crecimiento poblacional	0,07	4	0,28
Campañas orientadas al buen manejo de desechos.	0,09	3	0,27
Ayuda del gobierno y sus incentivos de políticas de reciclaje en las instituciones	0,10	4	0,40
AMENAZAS			
Ayuda nula por parte de las empresas.	0,09	1	0,09
Deficiencia ayuda por parte del Estado para la generación de programas orientados al correcto reciclaje a nivel nacional.	0,09	1	0,09
Precios bajos por la cantidad de desechos recolectados en las recicladoras.	0,10	1	0,10
Inestabilidad política	0,10	1	0,10
	1		2,67

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

El resultado ponderado total más alto que puede tener una empresa u organización es de 4 mientras que el resultado ponderado más bajo posible es de 1, es decir el resultado ponderado promedio es de 2.5. Por tanto, el valor obtenido luego de haber realizado el análisis de la matriz EFE, fue de 2,67

Tabla N° 59: Matriz de evaluación de Factores Externos

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O1. Mayor difusión de campañas orientadas al reciclaje</p> <p>O2. Ordenanzas que regula aspectos relacionados con la gestión de desechos sólidos</p> <p>O3. Mejorar el medio ambiente</p> <p>O4. Reutilización de desechos</p> <p>O5. Crecimiento poblacional</p> <p>O6. Campañas orientadas al buen manejo de desechos.</p> <p>O7. Ayuda del gobierno y sus incentivos de políticas de reciclaje en las instituciones</p>	<p>A1. Ayuda nula por parte de las empresas.</p> <p>A2. Deficiencia ayuda por parte del Estado para la generación de programas orientados a la correcta gestión de desechos a nivel nacional.</p> <p>A4. Inestabilidad política</p>
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>F1. Afluencia de gran cantidad de compradores</p> <p>F2. Variedad de prendas y calzados</p> <p>F3. Asolaciones organizadas</p> <p>F4. Predisposición para colaborar de parte de los socios para el beneficio del Mercado Mayorista</p> <p>F5. Espacio físico amplio</p>	<p>Realizar campañas de difusión orientadas al reciclaje, dirigida a los compradores del mercado.</p> <p>Campañas orientadas al buen manejo de desechos orientadas a las organizaciones</p> <p>Proveer de eco tachos para la recolección de materiales</p>	<p>Aprovechar la coyuntura de las asociaciones organizadas, para auto capacitarse</p> <p>Establecer convenios con instituciones educativas a fin de fomentar la cultura de reciclaje</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>D1. Inexistencia de reciclaje</p> <p>D2. Cultura de reciclaje nula</p> <p>D3. Desconocimiento de clasificación de desechos solidos</p> <p>D4. Gran cantidad de desechos sólidos sin clasificación</p> <p>D5. Deficientes recursos para la capacitación a los socios con relación al reciclaje.</p>	<p>Clasificar los desechos sólidos y mejorar el medio ambiente</p>	<p>Solicitar ayuda a entes del estado para la generar con la correcta clasificación de desechos sólidos.</p>

Elaborado por: Viviana Ortega

Estudio Técnico

Localización óptima de la planta

Tabla N° 60: Macro localización

País	Ecuador
Región	Sierra
Zona	3
Provincia	Tungurahua
Cantón	Ambato

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

A nivel macro, se puede establecer que el presente estudio se desarrollará en Ecuador, ubicándose en la zona central del país en la provincia de Tungurahua, Cantón Ambato.

Micro localización



Gráfico N° 42: Oferta en servicios

Fuente: Google

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 61: Localización

Cantón	Ambato
Parroquia	Celiano Monge
Calle principal	Julio Jaramillo
Calle secundaria	Marco Tulio Hidrovo

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

A nivel micro, se puede establecer que el proyecto estará ubicado en el cantón Ambato, en las calles Julio Jaramillo Laurido y Marco Tulio Hidrovo. Lugar que cuenta con el espacio físico necesario para el desarrollo del proyecto, además el sector se beneficia de servicios de comunicación, asistenciales, comerciales y vías de acceso de primer orden lo que permite la facilidad de transportar el material para la comercialización.

Tabla N° 62: Espacio físico

Factores relevantes	Peso Ponderado	Julio Jaramillo/Marco Tulio Hidrovo (Sur)		(Centro)		Izamba (Norte)	
Servicios básicos	0,20	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Espacio físico	0,20	3	0,60	1	0,20	1	0,20
Seguridad	0,20	3	0,60	3	0,60	1	0,20
Accesibilidad	,20	3	0,60	3	0,60	2	0,40
Facilidades para obtener Permisos legales	0,20	2	0,40	2	0,40	1	0,20
Total	1		2,80		2,40		1,40

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 63: Ponderación

Ponderación	
3	Alto
2	Medio
1	Bajo

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis

El presente proyecto pretende obtener un impacto positivo desde sus inicios, por eso es necesario determinar la localización que más ayudaría al crecimiento de la empresa. Con base a este antecedente se procedió a plantear una matriz de localización evaluando factores relevantes dentro de la zona norte, sur y centro cuyos resultados determino que la zona idónea para la ubicación es la zona sur (Av. Julio Jaramillo y Marco Tulio Hidrovo), pues es la zona que según los factores evaluados brinda mayor bienestar para la ejecución del proyecto.

Distribución de planta

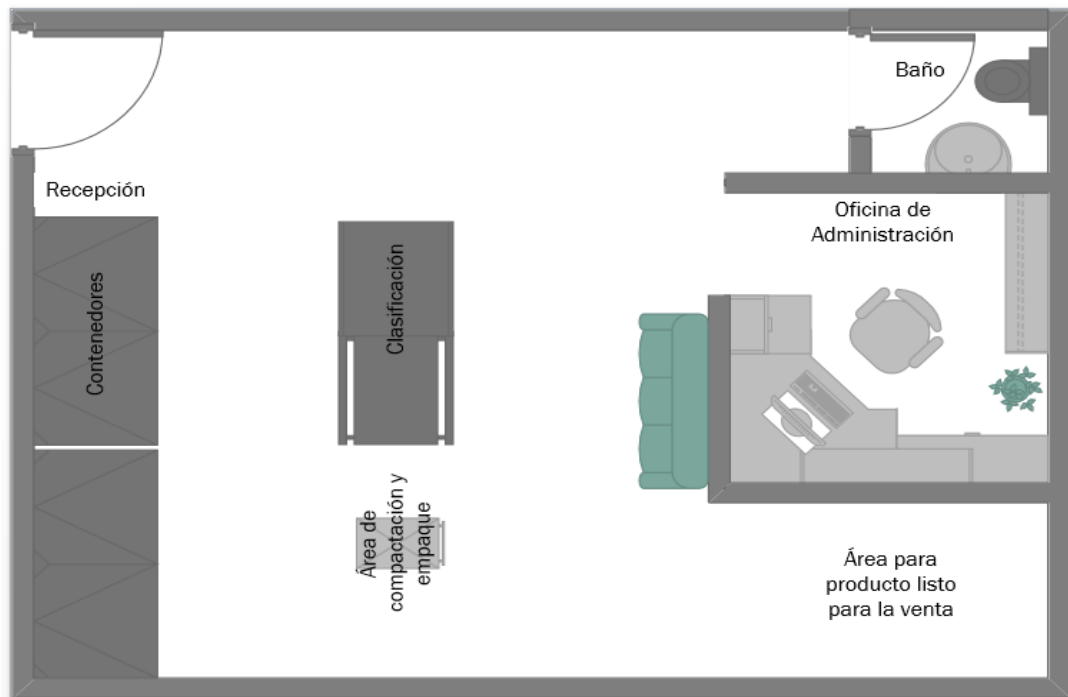


Gráfico N° 43: Distribución de planta
Elaborado por: Viviana Ortega

Ingeniería del proyecto

Este apartado se refiere a resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de las planta desde la descripción del proceso, adquisición de

equipos y maquinarias, distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de la organización.

El presente estudio busca procesar tanto plástico como cartón para su posterior comercialización, teniendo como referencia esta situación se plantea procesar el material recolectado en el Mercado Mayorista durante los días domingo y lunes que son días de feria, además en sus alrededores específicamente en la parroquia de Totoras se realizará una recolección semanal de los materiales, esta actividad la desarrollará el o la Administradora todos los días sábados, de esta manera se proveerá para la producción de toda la semana tanto en plástico como en cartón.

Para el presente proyecto se tiene como referencia los siguientes datos:

Tabla N° 64: Plástico

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida
Cantidad de plástico los días domingos en el Mercado Mayorista	100	Kg
Cantidad de plástico los días Lunes en el mercado mayorista	300	Kg
Cantidad de plástico promedio durante toda la semana en los alrededores del Mercado (Parroquia Totoras)	100	Kg
Total	500	Kg

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Viviana Ortega

Flujograma para la producción de 100 kg de plástico (1 paca)

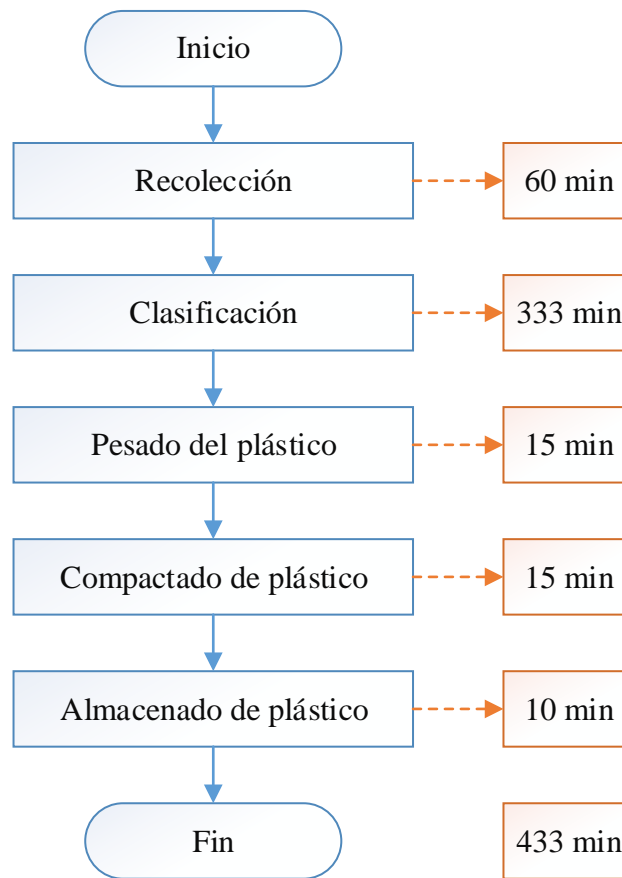


Gráfico N° 44: Flujograma proceso de plástico
Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

En el diagrama de bloques se pudo identificar 5 procesos para la producción de 100 kg de plástico que según los cálculos realizados equivale a una paca de plástico.

- **Recolección:** como está previsto, tanto en el interior del mercado y en exterior (alrededores del mercado parroquia Totoras) se pondrán a disposición basureros para que las personas pongan sus desperdicios en este lugar, la recolección se lo realizará de la siguiente manera: en los alrededores del mercado (parroquia Totoras) los días sábados, mientras que en el interior del mercado se realizara la recolección de estos materiales los días lunes el material del domingo y el martes el material del lunes, es decir,

se plantea contar con toda la materia prima a ser procesada durante la semana todos los días martes de cada semana.

- **Clasificación:** una vez recolectado todo el material disponible en los basureros asignados, se procede a realizar una clasificación de materiales tanto plástico como cartón a fin de procesarlo y obtener el producto final que posteriormente se comercializará. Esta actividad para la clasificación del plástico esta proyecta para que se lo realice en un tiempo de 333 min., tomando como referencia lo siguiente:

Tabla N° 65: Conversión

6 botellas	→	1 min.
2000 botellas	→	? = 333 min

Elaborador por: Viviana Ortega

- **Pesado:** una vez clasificado todos los materiales se realizara el pesado respectivo a fin de identificar la cantidad exacta con la que se cuenta para obtener el producto final que servirá para comercializarlo.
- **Compactado:** según las características de la máquina (compactadora) tiene una capacidad de procesamiento máxima de 100 kg, por lo que se debería tener a disposición esta cantidad para realizar el debido procesamiento.
- **Nota:** se tiene como referencia que en promedio 20 botellas conforman 1 kg, por lo tanto, para obtener 100 kg se necesitaría de 2000 botellas
- **Almacenamiento:** una vez realizado el correspondiente compactado del plástico se utilizara el montacargas manual para transportar la paca procesada al lugar de almacenamiento establecido dentro del centro de acopio.

Es decir, para el proceso de producción de 100 kg de plástico se emplearan 433 minutos, como se trabajara 8 horas (480 min.) al finalizar la jornada de trabajo se habrá procesado 100 kg de plástico equivalente a una paca de plástico.

Nota: el resto de tiempo para cumplir con el horario regular asignado (47 min) será destinado al arreglo y mantenimiento de la maquinaria.

Tabla N° 66: Cartón

Descripción	Cant idad	Unidad de Medida
Cantidad de cartón los días domingos en el Mercado Mayorista	200	Kg
Cantidad de cartón los días lunes en el Mercado Mayorista	600	Kg
Cantidad de cartón promedio durante toda la semana en los alrededores del Mercado (Parroquia Totoras)	200	Kg
Total	1000	Kg

Elaborador por: Viviana Ortega

Proceso para la producción de 100 kg de cartón (1 paca)

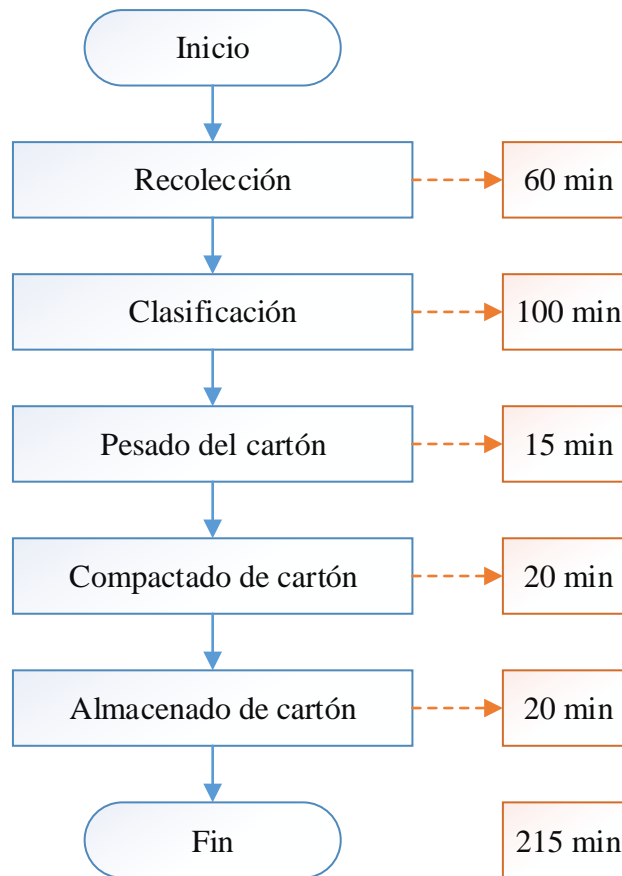


Gráfico N° 45: Flujograma proceso de cartón
Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis:

En el diagrama de bloques se pudo identificar 5 procesos para la producción de 100 kg de cartón que según los cálculos realizados equivale a una paca de cartón.

- El primer proceso es similar al proceso de producción de plástico pues se realiza la respectiva recolección de materiales, en los lugares determinados anteriormente.
- **Clasificación:** una vez recolectado todo el material disponible en los basureros asignados, se procede a realizar una clasificación de materiales tanto plástico como cartón a fin de procesarlo y obtener el producto final

que posteriormente se comercializará. Esta actividad para la clasificación del cartón esta proyecta para que se lo realice en un tiempo de 100 min., tomando como referencia lo siguiente:

Tabla N° 67: Conversión cartón

1 cartón	→	1 min.
100 cartones	→	? = 100 min

Elaborado por: Viviana Ortega

- **Pesado:** una vez clasificado todos los materiales (cartón) se realizara el pesado respectivo a fin de identificar la cantidad exacta con la que se cuenta para obtener el producto final que servirá para comercializarlo.
- **Compactado:** según las características de la máquina (compactadora) tiene una capacidad de procesamiento máxima de 100 kg, por lo que se debería tener a disposición esta cantidad para realizar el debido procesamiento.

Nota: se tiene como referencia que en promedio 1 cartón conforma 1 kg, por lo tanto, para obtener 100 kg se necesitaría de 100 cartones.

- **Almacenamiento:** una vez realizado el correspondiente compactado del cartón se utilizara el montacargas manual para transportar la paca procesada al lugar de almacenamiento para cartón establecido dentro del centro de acopio.

Es decir, para el proceso de producción de 100 kg de cartón se emplearan 215 minutos, como se trabajara 8 horas (480 min.) al finalizar la jornada de trabajo se habrá procesado 200 kg de plástico equivalente a dos pacas de cartón.

Nota: el resto de tiempo para cumplir con el horario regular asignado (50 min) será destinado al arreglo y mantenimiento de la maquinaria.

Descripción del proceso de comercialización

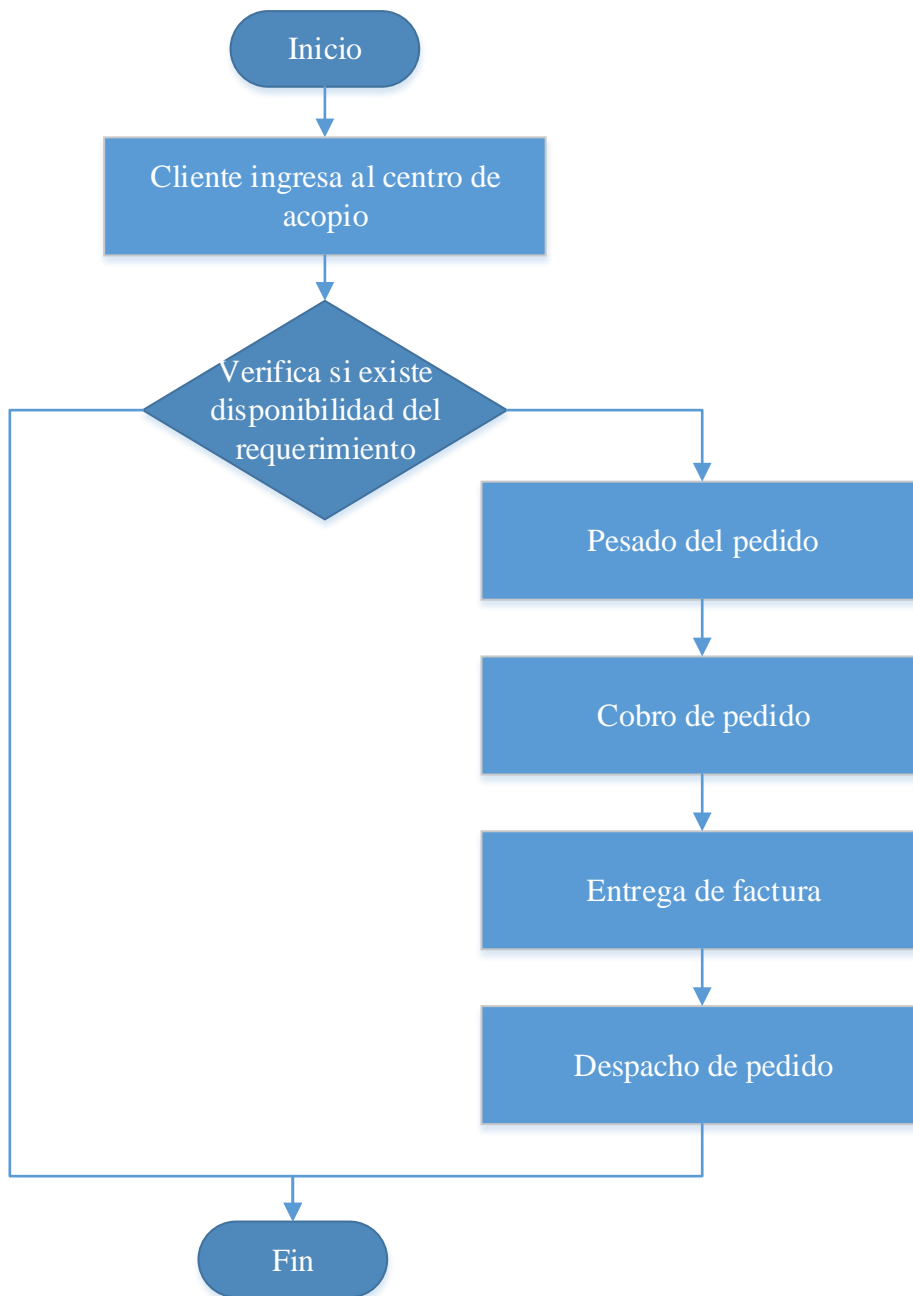


Gráfico N° 46: Flujograma proceso de comercialización
Elaborado por: Viviana Ortega

Recursos requeridos por el proyecto

Tabla N° 68: Descripción de maquinaria

N°	Descripción	Velocidad nominal	Precio	Total
1	Prensa compactadora semi nueva	100kg/m ³	\$5.500,00	\$6.200,00
1	Balanza semi nueva	300 kg	\$950,00	\$950,00
1	Montacargas manual semi nueva	2000 kg	\$5.200,00	\$4.800,00
2	Carros de transporte	300 kg	\$125,00	\$250,00
1	Juego completo de herramientas		\$150,00	\$150,00
2	Rampa metálica		\$150,00	\$300,00
				\$12.650,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 69: Descripción de muebles y enseres de oficina

N°	Descripción	Precio	Total
2	Archivadores (estantes)	\$100,00	\$200,00
1	Escritorio	\$150,00	\$150,00
2	Sillas de espera	\$75,00	\$150,00
2	Basureros	\$ 5,00	\$ 10,00
1	Extintor	\$50,00	\$ 50,00
Total			\$560,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 70: Descripción de equipos de computación

N°	Descripción	Precio	Total
1	Computador	\$850,00	\$850,00
1	Impresora	\$250,00	\$250,00
2	Teléfono	\$50,00	\$100,00
2	Calculadoras	\$12,00	\$ 24,00
Total			\$1.224,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 71: Descripción de equipos de protección

N°	Descripción	Precio	Total
8	Guantes de cuero	\$ 8,00	\$ 64,00
4	Zapatos de Cuero	\$80,00	\$320,00
8	Gafas de protección	\$10,00	\$ 80,00
4	Chalecos	\$12,00	\$ 48,00
Total			\$512,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 72: Descripción de Gasto de servicios

N°	Descripción	Precio Mensual	Total Mensual	Total Anual
1	Luz	\$80,00	\$ 80,00	\$960,00
1	Agua	\$50,00	\$ 50,00	\$600,00
1	Teléfono	\$15,00	\$ 15,00	\$180,00
1	Internet	\$25,00	\$ 25,00	\$300,00
Total			\$170,00	\$2.040,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 73: Descripción de recurso humano

N°	Descripción	Precio	Total Mensual	Total Anual
1	Administrador	\$400,00	\$400,00	\$ 4.800,00
1	Operario 1	\$370,00	\$370,00	\$ 4.440,00
1	Operario 2	\$370,00	\$370,00	\$ 4.440,00
1	Vendedor	\$370,00	\$370,00	\$ 4.440,00
Total			\$ 1.510,00	\$ 18.120,00

Elaborador por: Viviana Ortega

Descripción de personas

Dependiendo de la maquinaria a comprar se hizo el análisis de personas que intervendrán directamente en este proyecto.

Tabla N° 74: Descripción de personas

Actividad	Tiempo	# de Personas	Horas Hombre	Días Laborados
Administrador	8 horas	1	8 horas	24 días
Operarios	8 horas	2	16 horas hombre	20 días
Vendedor	8 horas	1	8 horas	20 días

Elaborador por: Viviana Ortega

Dentro del proceso a desarrollar para obtener el producto final (pacas de plástico y cartón de 100 kg. cada una) se deberá emplear los siguientes tiempos:

- Procesamiento de 100 kg de plástico: 433 minutos
- Procesamiento de 100 kg de cartón: 215 minutos

Estudio administrativo

Presentación de la empresa

Misión

Ser una empresa rentable y socialmente responsable para beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

Visión

Hacer de nuestra empresa un ejemplo a seguir en el mercado de comercialización de reciclables que inspire en nuestros recursos humanos, orgullo, compromiso y superación.

Organigrama estructural

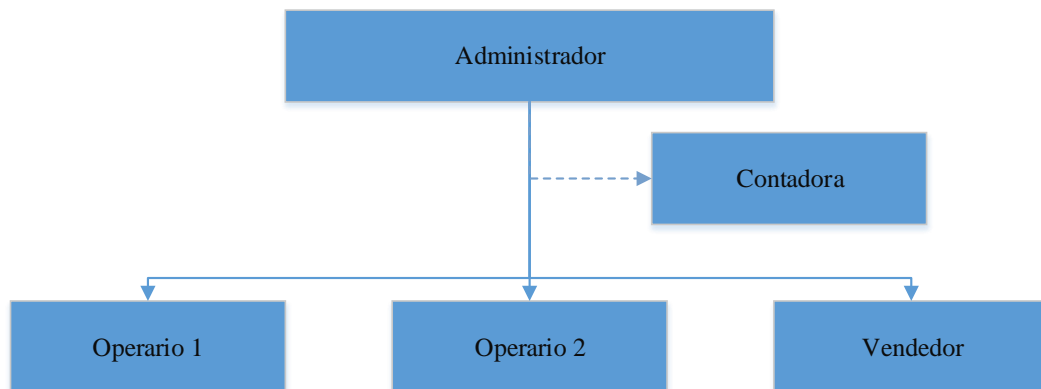


Gráfico N° 47: Organigrama estructural
Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 75: Administrador/a

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Administrador/a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Ninguno
SUPERVISA A	Todo el centro de acopio
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el responsable de planificar, organizar, dirigir, controlar y tomar decisiones sobre el rumbo de la organización y su gestión administrativa, técnica y económica.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar que la documentación de los diferentes trámites esté completa antes de despacharlos. • Administrar el dinero de la comercialización de los desechos • Revisar que los procesos se estén llevando a cabo de manera correcta • Realizar informes de cantidades de desechos reciclados • Contactarse con las empresas recicladoras para la venta de los productos 	
III. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en Administración de empresa, y/o carreras afines al área administrativa.
EXPERIENCIA	De dos años en administración de centros de acopio o actividades relacionadas con el reciclaje
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo en equipo • Habilidad de negociación • Comunicación • Trabajo bajo presión • Toma de decisiones • Solución de problemas • Orientado a logros • Honestidad • Responsabilidad

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 76: Contador/a

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Contador/a
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Registro numérico de los gastos e ingresos y demás operaciones económicas, así como la actualización de los soportes para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas.	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Procesar y contabilizar los diferentes comprobantes • Verificar que las facturas recibidas en el departamento estén con los datos correctamente • Registrar las facturas recibidas • Desempeñar y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable • Llevar todos los movimientos o registros contables de manera organizada • Mantener libros contables al día • Cumplir con los principios contables que están vigentes 	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en Contabilidad y Auditoría y/o carreras afines al área contable.
EXPERIENCIA	Profesional en el área de Contaduría Pública, dos años a cinco años de experiencia en la ejecución de labores relacionadas con el área de especialidad del puesto.
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Puntual • Trabajo en equipo • Responsable • Trabajo bajo presión • Solución de problemas • Orientado a logros • Honestidad • Informes

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 77: Operarios

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Operarios
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador/a
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Trabajar en post del desarrollo de la empresa	
III. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • La Recolección, clasificación, empaque, almacenamiento y despacho del material reciclado para la comercialización del material desechado • Realizar otras actividades dispuestas por la administración • Verificar la calidad del material recibido, tener en cuenta la cantidad de material obtenido. • Asegurar el buen estado y mantenimiento durante su permanencia en la bodega. 	
III. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Instrucción básica no indispensable
EXPERIENCIA	Experiencia en centros de acopio o actividades relacionadas con el reciclaje
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Servicio al Cliente • Comunicación • Honestidad • Responsabilidad • Puntualidad

Elaborado por: Viviana Ortega

Tabla N° 78: Vendedor

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Administrador
SUPERVISA A	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO:	
Comercializar y vender el producto	
III. FUNCIONES	
Mantener buena comunicación con los clientes Colaborar con pedidos Crear estrategias de fidelización Buscar nuevos mercados Calidad en el servicio al cliente	
IV. REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero en Marketing, y/o carreras afines al área
EXPERIENCIA	De dos años en actividades de venta, atención al cliente e interactuar con los individuos
HABILIDADES	Ser disciplinado y organizado Tener sentido de urgencia Ser sociable y proactivo Ser una persona honesta Responsabilidad

Elaborado por: Viviana Ortega

Marco legal

Permisos de constitución

Son documentos habilitantes para el funcionamiento legal de la empresa, por cual la empresa coloca el producto en el mercado de manera segura y garantizada.

Requisitos: Bomberos, RUC, Intendencia (funcionamiento), Salud

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos y proporcionar información a la administración tributaria, existiendo un lapso máximo de treinta días para su inscripción.

Requisitos

- Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante un notario.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
- Planilla del consumo telefónico, o de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año anterior.

Análisis de impacto ambiental

Impacto Ambiental es la alteración que se produce en el ambiente cuando se lleva a cabo un proyecto o una actividad.

Los proyectos de inversión deberán realizar de manera obligatoria un estudio del impacto ambiental y su evaluación, mediante un esquema detallado de lo que se pretende llevar a cabo lo cual permitirá: predecir, identificar, e interpretar claramente el impacto ambiental que generará dicha actividad económica además de fundamentar las acciones que debe ejecutar el inversionista para impedir o minimizar dicho impacto.

Dentro de cualquier proyecto de inversión hay que cumplir y respetar las normas de protección ambiental existentes, por ello las instituciones que se encuentran directamente involucradas dentro de esta actividad son:

- Comisión de Asesoría Ambiental.
- Ministerio de Salud Pública.
- Ministerio de Desarrollo Urbano y de Vivienda.
- Subsecretaria de Saneamiento Ambiental.
- Corporación Financiera Nacional: Unidad de Coordinación Ambiental.

Estudio económico

En el área financiera como objetivo primordial es la obtención y la determinación de factibilidad financiera dentro del presente estudio, debido a que lo que se propone es determinar cuál es el valor que se necesitara para lograr la realización de este proyecto, y una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva.

Plan de inversiones

Es una inversión que realiza al empezar algún tipo de negocio, el cual es necesario antes de la apertura del mismo

Según (Francisco, 2010, pág. 54) el plan inversión “es una guía que permite, seguir una secuencia de pasos, con el objeto de direccionar las inversiones actuales o futuras que necesita en proyecto según el tipo de negocio que quiera emprender”.

Tabla N° 79: Plan de inversión

N°	DESCRIPCIÓN	P.U	P.T
	LOCAL		\$ 400,00
2	Arriendo(garantía)	200	\$ 400,00
	INSTALACIONES Y REMODELACIONES		\$ 15.701,50
	Instalaciones		\$ 12.100,00
1	Instalación de teléfono	60	\$ 60,00
1	Instalación de internet	60	\$ 60,00
1	Construcción de 15 m2 galpón	3800	\$ 3.800,00
1	Construcción de bodega 10m2	1800	\$ 1.800,00
1	Construcción Cisterna	3000	\$ 3.000,00
1	Construcción área materia prima	420	\$ 420,00
1	Construcción área de recolección	540	\$ 540,00
1	Construcción área de pesado	620	\$ 620,00
1	Construcción área clasificación	250	\$ 250,00
1	Construcción área de compactado	600	\$ 600,00
1	Construcción área almacenamiento	100	\$ 100,00
1	Construcción área limpieza	100	\$ 100,00
1	Despacho para comercialización	750	\$ 750,00
	Instalaciones sanitarias		\$ 305,00
2	Lavabos	25	\$ 50,00

1	Ducha	8	\$ 8,00
1	Inodoro	30	\$ 30,00
1	Urinario	25	\$ 25,00
4	Rejillas	2	\$ 8,00
20	Metros de baldosa	6	\$ 120,00
2	Juegos de Accesorios para inodoro	14	\$ 28,00
2	Juegos de Accesorios para baño	18	\$ 36,00
	Instalaciones eléctricas		\$ 680,00
1	Medidor trifásico	80	\$ 80,00
25	Puntos eléctricos	4	\$ 100,00
1	Tablero de Distribución	300	\$ 300,00
1	Brecker bifásico de dos polos	36	\$ 36,00
1	Acometida	100	\$ 100,00
16	Ojos de buey	4	\$ 64,00
	Pintura		\$ 146,50
30m2	Estucado envejecido y pintado	0,6	\$ 18,00
15m2	Pintado vertical	3,5	\$ 52,50
20m2	Estucado y pintado vertical	3,8	\$ 76,00
	Imagen corporativa		\$2.470,00
1	Letrero	1500	\$1.500,00
1	Diseño de Imagen corporativa	350	\$ 350,00
1	Diseño logotipo	500	\$ 500,00
1000	Tarjetas de presentación	0,06	\$ 60,00
1000	hojas membretadas	0,01	\$ 10,00
1000	sobres membretados	0,05	\$ 50,00
	MUEBLES Y ENSERES		\$1.550,00
	Muebles		\$1.550,00
1	Escritorio en L	250	\$ 250,00
1	Silla canciller	300	\$ 300,00
3	Sillas giratorias	100	\$ 300,00
2	Modulares	350	\$ 700,00
	INVENTARIO		\$ 230,20
	Utilitarios de reciclaje		\$ 144,00
6	Camisas polo	6	\$ 36,00
2	Cajas de Mascarillas	12	\$ 24,00
24	Docenas de guantes	1	\$ 24,00
24	Cajas de Gafas	1,5	\$ 36,00
2	Fundas para el pelo	12	\$ 24,00
	Inventario /MP		\$ 86,20
500	Hilos	0,08	\$ 40,00
1	Agenda	10	\$ 10,00
6	Baldes para cartón y papel	4,9	\$ 29,40
100	Fundas	0,01	\$ 1,00
2	Costales	2,9	\$ 5,80

	MAQUINARIA Y EQUIPO		<u>\$ 8.000,00</u>
	Maquinaria y equipo		<u>\$ 8.000,00</u>
1	Balanza Industrial	1000	\$ 950,00
1	Compactadora	6200	\$ 6.200,00
1	Cuantificadora de volumen	500	\$ 500,00
2	Cámaras	50	\$ 100,00
1	Balanza pequeña	100	\$ 100,00
	Vehículos		<u>\$ 28.000,00</u>
1	Camioneta Luv	\$ 28.000,00	\$ 28.000,00
	Equipo de computación		<u>\$ 2.756,96</u>
1	Impresora matricial Epson	\$ 288,96	\$ 288,96
3	Computadora para Área Administrativa	\$ 560,00	\$ 1.680,00
1	Computadora para caja	\$ 560,00	\$ 560,00
1	Impresora Epson 2540	\$ 228,00	\$ 228,00
	Capital de trabajo	\$ 8.854,36	<u>\$ 8.854,36</u>
	Efectivo	\$ 8.854,36	\$ 8.854,36
	Total		<u>\$ 65.493,02</u>

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: El centro de acopio iniciara con un plan de inversión total de \$ 65.493,02, el porcentaje más relevante es de 46,5% con un valor de \$28000.00, que corresponde a Vehículos (camioneta), también cuenta con instalaciones y remodelaciones por un valor de \$ 15701,50 que representa el 26,1%, maquinaria y equipo con un porcentaje del 13.3% por un valor de \$8000.00, en gasto de constitución por un valor de \$3621,20 representando por el 6%, equipo de cómputo con un valor de \$2756,96 que representa el 4,6%, muebles y enseres por un valor \$1550.00 que representa el 2,6%, local e inventarios presentan un rubro no significativo del 0.7% y 0.4% correspondientemente. También cuenta con un capital de trabajo de \$ 8.854,36.

Plan de financiamiento

Al momento de apalancar un proyecto se debe considerar de qué manera y en que porcentajes se lo debe hacer para (Inmaculada & Maria, 2010, pág. 45) “es la relación detallada y valorada de las diferentes fuentes de financiación necesarios para la puesta en marcha de un proyecto y para su adecuado funcionamiento”

Capital de Trabajo

Según (Francisco, 2010, pág. 86) “el capital de trabajo es la inversión de una empresa en activos a corto plazo (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventarios) que ayudaran a la empresa a tener una reserva los primeros meses que se pone en marcha el emprendimiento”

Tabla N° 80: Capital de trabajo

Efectivo	USD
Sueldos	\$ 2.615,16
Arriendo	\$ 200,00
Aseo y limpieza	\$ 82,30
Suministros de oficina	\$ 72,20
Servicios básicos	\$ 603,00
Materia prima	\$ 961,70
Publicidad y propaganda	\$ 4.320,00
Total	\$ 8.854,36

Fuente: Plan de inversión

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: La empresa va a disponer de un capital de trabajo de \$ **8.854,36**, que está proyectado a un mes.

Forma de financiamiento.

Según (Celso, 2011, pág. 114) menciona que el financiamiento es: Financiamiento a corto plazo Corto Plazo constituidos por los Créditos Comerciales, Créditos Bancarios, Pagarés, Líneas de Crédito, Papeles Comerciales, Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar y Financiamiento por medio de los Inventarios. Por otra parte se encuentran los Financiamientos a Largo Plazo constituidos por las Hipotecas, Acciones, Bonos y Arrendamientos Financieros.

Tabla N° 81: Forma de financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
Recursos Propios	\$ 32.746,51		50,00%
Efectivo	\$ 32.745,11	50,00%	
Recursos de terceros	\$ 32.746,51		50,00%
Préstamo bancario	\$ 32.745,11	50,00%	
TOTAL	\$65.493,02	100,00%	100,00%

Fuente: Capital de trabajo

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: El financiamiento inicial con el que contará el centro de acopio es con el 50% de recursos propios y el mismo porcentaje en el financiamiento por medio de un préstamo por un valor de \$32.745,11 de cada uno correspondientemente que será a largo plazo el cual será por 5 años.

Cálculo de costos y gastos

Detalle de Costos

Conceptualmente resulta un poco complejo diferenciar entre un costo y un gasto, conceptos que si bien significan erogaciones, tienen una naturaleza y una connotación bien diferentes. Según (Mauleon, 2012, pág. 12) “el costo hace referencia al conjunto de erogaciones en que se incurre para producir un bien o servicio”. En cambio que el gasto se entiende el conjunto de erogaciones que no

incurren de forma directa en el producto final o servicio que están destinadas a la distribución, venta, mantenimiento y administración de la planta física de la empresa.

Tabla N° 82: Detalle de costos

DETALLE	UM	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO DE OBRA					\$ 17.297,16
SUELDOS				\$1.441,43	\$ 17.297,16
MATERIA PRIMA				\$ 961,70	\$ 11.540,40
Plástico	Kg	0.56	Mensual	\$ 830,00	\$ 9.960,00
Cartón	Und	0.14	Diaria	\$114,60	\$ 1.375,20
Fundas	Und	0,01	Diaria	\$17,10	\$ 205,20
OTROS COSTOS					\$ 15.431,00
Servicios Básicos				\$ 603,00	\$ 7.236,00
Agua Potable				\$ 120,00	\$ 1.440,00
Energía Eléctrica				\$ 285,00	\$ 3.420,00
Teléfono				\$88,00	\$ 1.056,00
Internet				\$65,00	\$ 780,00
Tv Cable				\$45,00	\$ 540,00
Depreciaciones				\$ 532,92	\$ 6.395,00
Maquinaria y Equipo				\$66,25	\$ 795,00
Vehículo				\$ 466,67	\$5.600,00
Mantenimiento				\$ 150,00	\$1.800,00
Maquinaria y Equipo				\$ 120,00	\$1.440,00
Mantenimiento Vehículo				\$30,00	\$ 360,00
		TOTAL		3689,05	44.268,56

Fuente: Levantamiento de información – Max Metal

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: El centro de acopio en el área de producción y ventas se necesitara de 3 personas que recibirán el salario básico unificado que se encuentra dentro de los costos fijos que cuentan con un valor de \$23.692,16 con un porcentaje del 54% y con unos costos variables de \$20.576,40 con un porcentaje de 46%.

Proyección de costos

El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado o en el futuro, con el fin de desarrollar una actividad, según (Francisco, 2010, pág. 74) se clasifican en:

- **Costos variables:** Son aquellos que se pueden cuantificar fácilmente por unidad de producto y además varían directamente proporcional.
- **Costos fijos:** Los costos fijos no dependen del nivel de producción y ventas se determinan por diferentes áreas.

Tabla N° 83: Proyección de costos

DESCRIPCION	COSTO	COSTOS		TOTAL	COSTOS		TOTAL	COSTOS		TOTAL	COSTOS		TOTAL	COSTOS		TOTAL
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB	AÑO 1	FIJOS	VARIAB	AÑO 2	FIJOS	VARIAB	AÑO 3	FIJOS	VARIAB	AÑO 4	FIJOS	VARIAB	AÑO 5
MANO DE OBRA	\$ 1.441,43	\$ 17.297,16		\$ 17.297,16	\$ 17.297,16		\$ 17.297,16	\$ 17.297,16		\$ 17.297,16	\$ 17.297,16		\$ 17.297,16	\$ 17.297,16		\$ 17.297,16
MATERIA PRIMA	\$ 961,70		\$ 11.540,40	\$ 11.540,40	\$ -	\$ 11.913,15	\$ 11.913,15	\$ -	\$ 12.300,95	\$ 12.300,95	\$ -	\$ 12.698,27	\$ 12.698,27	\$ -	\$ 13.108,42	\$ 13.108,42
OTROS COSTOS				\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ 150,00		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00		\$ 1.858,14	\$ 1.858,14		\$ 1.918,16	\$ 1.918,16		\$ 1.980,11	\$ 1.980,11		\$ 2.044,07	\$ 2.044,07
Servicios Basicos	\$ 603,00		\$ 7.236,00	\$ 7.236,00	\$ -	\$ 7.469,72	\$ 7.469,72	\$ -	\$ 7.710,99	\$ 7.710,99	\$ -	\$ 7.960,06	\$ 7.960,06	\$ -	\$ 8.217,17	\$ 8.217,17
Depreciaciones	\$ 532,92	\$ 6.395,00		\$ 6.395,00	\$ 6.395,00	\$ -	\$ 6.395,00	\$ 6.395,00		\$ 6.395,00	\$ 6.395,00		\$ 6.395,00	\$ 6.395,00	\$ -	\$ 6.395,00
TOTALES	\$ 3.689,05	\$ 23.692,16	\$ 20.576,40	\$ 44.268,56	\$ 23.692,16	\$ 21.241,02	\$ 44.933,18	\$ 23.692,16	\$ 21.930,10	\$ 45.622,26	\$ 23.692,16	\$ 22.638,44	\$ 46.330,60	\$ 23.692,16	\$ 23.369,67	\$ 47.061,83

Fuente: Detalle de costo, Tabla 79

Elaborador por: Viviana Ortega

Detalle de gastos

Es el dinero que disminuye el beneficio, según (Vásquez, Vásquez, & Cifuentes, 2011, pág. 113) se denomina gasto o egreso a la anotación o partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una sociedad o persona física. Se diferencia del término costo porque precisa que hubo o habrá un desembolso financiero (movimiento de caja o bancos).

Tabla N° 84: Detalles de gastos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FR COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDOS				\$ 1.173,73	\$14.084,73
SUMINISTROS OFICINA				\$72,20	\$866,40
Papel bond INEN A4	Resma	\$3,75	1	\$ 3,75	\$ 45,00
Corrector	Unidad	\$2,50	1	\$ 2,50	\$ 30,00
Clips pequeños	Caja	\$0,40	2	\$ 0,80	\$ 9,60
Grapadora pequeña	unidad	\$5,70	1	\$ 5,70	\$ 68,40
Esferos	unidad	\$0,20	10	\$ 2,00	\$ 24,00
Lápices	unidad	\$0,20	10	\$ 2,00	\$ 24,00
Carpetas Vene	unidad	\$3,40	1	\$ 3,40	\$ 40,80
Regla	unidad	\$0,50	1	\$ 0,50	\$6,00
Porta esferos	unidad	\$1,00	1	\$ 1,00	\$ 12,00
Papelera	unidad	\$ 12,00	1	\$12,00	\$144,00
Perforadora	unidad	\$6,80	1	\$ 6,80	\$ 81,60
Cuenta billetes	unidad	\$2,80	1	\$ 1,00	\$ 12,00
Ligas	mil	\$2,90	1	\$ 2,90	\$ 34,80
Separadores	unidad	\$2,30	1	\$ 2,30	\$ 27,60
Organizadores	unidad	\$4,90	2	\$ 9,80	\$117,60
Grapas	caja	\$0,85	1	\$ 0,85	\$ 10,20
Sacagrapas	unidad	\$1,15	1	\$ 1,15	\$ 13,80
Dispensador de Cinta adhesiva	unidad	\$3,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00
Cinta adhesiva	unidad	\$0,35	5	\$ 1,75	\$ 21,00
Folders archivo	unidad	\$0,30	10	\$ 3,00	\$ 36,00
Marcadores de punta gruesa	unidad	\$1,50	4	\$ 6,00	\$ 72,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA				\$82,30	\$987,60
Escobas	unidad	\$2,60	1	\$ 2,60	\$ 31,20
Trapeador	unidad	\$3,80	2	\$ 7,60	\$ 91,20
Desinfectante	galon	\$8,00	1	\$ 8,00	\$ 96,00
Funda plástica pequeña	unidad	\$0,08	400	\$32,00	\$384,00
Guantes	unidad/pa r	\$1,60	6	\$ 9,60	\$115,20
Baldes	unidad	\$1,50	3	\$ 4,50	\$ 54,00
Papel higiénico de dispensador	unidad	\$6,00	3	\$18,00	\$216,00
MANTENIMIENTO MAQUINARIA				\$10,00	\$120,00
Mantenimiento Equipo. Computación	unidad	\$ 20,00	6	\$10,00	\$120,00
CAFETERÍA Y REFRIGERIO				\$ 3,00	\$ 36,00
Botellón de agua	botellón	\$1,50	2	\$ 3,00	\$ 36,00

SERVICIOS BÁSICOS				\$ 215,00	\$ 2.580,00
Agua Potable				\$25,00	\$300,00
Energía Eléctrica				\$70,00	\$840,00
Teléfono				\$85,00	\$1.020,00
Internet				\$35,00	\$420,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			-	\$35,10	\$421,20
Gastos Notariales 3 ejemplares				\$29,75	\$357,00
Gastos de la Inscripción en el Reg. Mercantil				\$ 1,04	\$ 12,50
Inscripción del Nombramiento				\$ 0,42	\$5,00
Inscripción de la Cuantía				\$ 2,02	\$ 24,20
Publicación en Diario				\$ 1,88	\$ 22,50
TOTALES				\$ 1.591,33	\$19.095,92

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 85: Gastos Ventas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA					
Periódico	Unidad	\$ 5,00	12	\$ 60,00	\$ 720,00
Eventos responsabilidad social	Unidad	\$ 20,00	12	\$ 240,00	\$2.880,00
Volantes	Unidad	\$ 0,03	2000	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL				\$ 360,00	\$4.320,00

Elaborador por:
Viviana Ortega

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pago préstamo	Unidad		12	\$ 290,27	\$3.483,29
Chequera				\$25,00	\$300,00
TOTAL				\$ 315,27	\$3.783,29
TOTAL DE GASTOS				\$2.266,60	\$27.199,21

Fuente: Proyección estudio técnico

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: Dentro de este rubro el porcentaje mas representativo tenemos a los gastos administrativos ya que cuanta con un valor de \$19.095,92 que representan el 69% del total de gastos, en segundo tenemos a los gastos de venta con un monto de \$4.320,00 que representan el 16% del total de gastos, también se cuenta con los gastos financieros que representan el 15% por un monto de \$ 3.783,29.

Proyección de gastos

Según (Vásquez, Vásquez, & Cifuentes, 2011, pág. 113) para realizar una proyección de gastos se necesita conocer las implicaciones que tiene vender los productos o prestar los servicios previamente cuantificados en el pronóstico de ventas, dividir en 4 tipos de gastos principales: de operación (los directamente relacionados con el negocio y sin los cuales este no podría funcionar), ventas (los necesarios para cerrar contratos), administración (los vinculados directamente con la gestión del negocio) y financieros (intereses, comisiones, etc.).

Tabla N° 86: Proyección de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS																
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
SUELDOS	\$ 1.173,73	\$ 14.084,72		\$ 14.084,72	\$ 14.084,72		\$ 14.539,66	\$ 14.084,72		\$ 14.084,72	\$ 14.084,72		\$ 14.084,72	\$ 14.084,72		\$ 14.084,72
SUMINISTROS OFICINA	\$ 72,20		\$ 866,40	\$ 866,40		\$ 894,38	\$ 894,38		\$ 923,27	\$ 923,27		\$ 953,10	\$ 953,10		\$ 983,88	\$ 983,88
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 82,30		\$ 987,60	\$ 987,60		\$ 1.019,50	\$ 1.019,50		\$ 1.052,43	\$ 1.052,43		\$ 1.086,42	\$ 1.086,42		\$ 1.121,51	\$ 1.121,51
MANTENIMIENTO MAQUINAR	\$ 10,00		\$ 120,00	\$ 120,00		\$ 123,88	\$ 123,88		\$ 127,88	\$ 127,88		\$ 132,01	\$ 132,01		\$ 136,27	\$ 136,27
CAFETERIA Y REFRIGERIO	\$ 3,00		\$ 36,00	\$ 36,00		\$ 37,16	\$ 37,16		\$ 38,36	\$ 38,36		\$ 39,60	\$ 39,60		\$ 40,88	\$ 40,88
SERVICIOS BASICOS	\$ 215,00		\$ 2.580,00	\$ 2.580,00		\$ 2.663,33	\$ 2.663,33		\$ 2.749,36	\$ 2.749,36		\$ 2.838,16	\$ 2.838,16		\$ 2.929,84	\$ 2.929,84
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 35,10	421,2		\$ 421,20	\$ 421,20		\$ 421,20		\$ 421,20			\$ 421,20		\$ 421,20		\$ 421,20
TOTALES	\$ 1.556,23	\$ 14.505,92	\$ 4.590,00	\$ 18.674,72	\$ 14.084,72	\$ 4.738,26	\$ 19.277,91	\$ 14.505,92	\$ 4.891,30	\$ 18.976,02	\$ 14.505,92	\$ 5.049,29	\$ 19.134,01	\$ 14.505,92	\$ 5.212,38	\$ 19.297,10

GASTOS DE VENTA																
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 360,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00
TOTALES	\$ 360,00	\$ 4.320,00		\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ -	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ -	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ -	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ -	\$ 4.320,00

GASTOS FINANCIERO																
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Pago prestamo	\$ 290,27	\$ 3.483,29		\$ 3.483,29	\$ 2.716,33		\$ 2.716,33	\$ 1.949,36		\$ 1.949,36	\$ 1.182,40		\$ 1.182,40	\$ 415,44		\$ 415,44
Chequera	\$ 25,00		\$ 300,00	\$ 300,00		\$ 309,69	\$ 309,69		\$ 319,69	\$ 319,69		\$ 330,02	\$ 330,02		\$ 340,68	\$ 340,68
TOTALES	\$ 315,27	\$ 3.483,29	\$ 300,00	\$ 3.783,29	\$ 2.716,33	\$ 309,69	\$ 309,69	\$ 1.949,36	\$ 319,69	\$ 2.269,06	\$ 1.182,40	\$ 330,02	\$ 1.512,42	\$ 415,44	\$ 340,68	\$ 756,12

Fuente: Detalle de costo

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: Dentro de esta proyección se tomó en cuenta los gastos administrativos, venta y financieros, con una proyección de gastos a 5 años, utilizando la tasa de inflación del 3.23%, valores que se han mantenido debido a su relatividad.

Mano de Obra

Según (Mauleon, 2012, pág. 115) se entiende por mano de obra el coste total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa incluyendo los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador, su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio.

Tabla N° 87: Cálculo de sueldos técnicos.

ORD	CARGO	CÓDIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR
			SBU	COMISIC.	TOTAL	VARIOS	9,45%	TOTAL	A PAGAR
1	Gerente General	-	500,00	0,00	500,00	0,00	47,25	47,25	452,75
2	Contadora	-	340,00	0,00	340,00	0,00	32,13	32,13	307,87
3	Vendedor	-	340,00	0,00	340,00	0,00	32,13	32,13	307,87
4	Operario 1	-	340,00	0,00	340,00	0,00	32,13	32,13	307,87
5	Operario 2	-	340,00	0,00	340,00	0,00	32,13	32,13	307,87
			1.860,00	0,00	1.860,00	0,00	175,77	175,77	1.684,23

Fuente: Cálculo de sueldo

Elaborador por: Viviana Ortega

Tabla N° 88: Provisiones de gastos

PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
11,15%	0,50%	0,50%			RESERVA			SUELDOS
55,75	2,50	2,50	41,67	28,33	41,67	20,83	193,25	693,25
37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,48	480,48
37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,48	480,48
37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,48	480,48
37,91	1,70	1,70	28,33	28,33	28,33	14,17	140,48	480,48
207,39	9,30	9,30	155,00	141,67	155,00	77,50	755,16	2.615,16

Fuente: Cálculo de sueldo

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: Se cuenta con 5 empleados los cuales están divididos en 2 administrativos y 3 de ventas, que perciben un sueldo de \$480,48 cada operario de producción, además un sueldo de \$1.173,73 es del departamento administrativo incluido en este rubro el de el contador.

Depreciación

La depreciación, por concepto de (R & D., 2010, pág. 33) consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes.

Tabla N° 89: Cálculo de las depreciaciones de ventas

Maquinaria y Equipo				\$ 795,00
Balanza Industrial	10	1000	10%	\$ 90,00
Compactadora	10	2000	10%	\$ 620,00
Cuantificadora de volumen	10	500	10%	\$ 50,00
Cámaras	10	50	10%	\$ 5,00
Balanza pequeña	10	100	10%	\$ 10,00
Vehículo				\$ 5.600,00
Camioneta Luv	5	28000	20%	\$ 5.600,00
TOTAL				<u>\$ 6.395,00</u>

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: Para el cálculo de las depreciaciones se ha utilizado la tabla tributaria que dispone el SRI, tomando en consideración cada porcentaje para cada liniamiento, evidenciando que al activo con mayor depreciación es el vehículo representando el 88% de depreciación total, y 12% de depreciación de ventas en lo que es maquinaria y equipo.

Proyección de la depreciación

Tabla N° 90: Cálculo de depreciaciones de ventas anual

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2	COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB				
Maquinaria y Equipo	\$ 66,25	\$ 795,00		\$ 795,00	\$ 820,68		\$ 820,68	\$ 847,19		\$ 847,19	\$ 874,55		\$ 874,55	\$ 874,55		\$ 874,55
Vehículo	\$ 466,67	\$ 5.600,00		\$ 5.600,00	\$ 5.600,00		\$ 5.780,88	\$ 5.600,00		\$ 5.600,00	\$ 5.600,00		\$ 5.600,00	\$ 5.600,00		\$ 5.600,00
TOTALES	\$ 66,25	\$ 6.395,00		\$ 6.395,00	\$ 6.420,68	\$ -	\$ 6.601,56	\$ 6.447,19	\$ -	\$ 6.447,19	\$ 6.474,55	\$ -	\$ 6.474,55	\$ 6.474,55	\$ -	\$ 6.474,55

Fuente: Cálculo de las depreciaciones de ventas

Análisis: La proyección de depreciación de los equipos utilizados para el servicio se realizó para 5 años, respetando la tabla de depreciación dada por el SRI.

Cálculo de ingresos

Un ingreso para (**Chain, 2011, pág. 25**) “los ingresos son los incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, a los socios o propietarios, en su condición de tales”.

Tabla N° 91: Proyección de ingresos anual

PRODUCTOS	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL	CAN	PRECIO	TOTAL
		UNIT.	AÑO 1		UNIT.	AÑO 2		UNIT.	AÑO 3		UNIT.	AÑO 4		UNIT.	AÑO 5
Plástico	38.400	\$1,25	\$ 48.000,00	39.467	\$1,25	\$ 49.333,62	40.742	\$1,25	\$ 50.927,09	42.058	\$1,25	\$ 52.572,04	43.416	\$1,25	\$ 54.270,12
Cartón	44.000	\$0,75	\$ 33.000,00	45.710	\$0,75	\$ 34.282,68	47.187	\$0,75	\$ 35.390,02	48.711	\$0,75	\$ 36.533,11	50.284	\$0,75	\$ 37.713,13
TOTALES	82.400	\$ 1,00	\$ 81.000,00	85.177	\$ 1,00	\$ 83.616,30	87.928	\$ 1,00	\$ 86.317,11	90.768	\$ 1,00	\$ 89.105,15	93.700	\$ 1,00	\$ 91.983,25

Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Viviana Ortega.

Análisis: Fueron considerados 5 años para la proyección de estos ingresos utilizando la inflación porcentual de 3.23%, de la misma manera para el precio de venta.

Flujo de caja

Según (Chain, 2011, pág. 25) “El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla N° 92: Flujo de caja

CONCEPTO	PERIODOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES						
(+) Ingresos Operacionales	\$-	\$ 81.000,00	\$ 83.616,30	\$ 86.317,11	\$ 89.105,15	\$ 91.983,25
Efectivo	\$ 32.746,51	\$-	\$-	\$ -	\$ -	\$-
Préstamo	\$ 32.746,51	\$-	\$-	\$ -	\$ -	\$-
1. TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES	\$ 65.493,02	\$ 81.000,00	\$ 83.616,30	\$ 86.317,11	\$ 89.105,15	\$ 91.983,25
EGRESOS OPERACIONALES						
(-)Gastos de inversión	\$ 56.638,66					
(-)Gastos de venta		\$ 4.320,00	\$4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00	\$ 4.320,00
(-)Gastos de administración		\$ 18.674,72	\$ 19.277,91	\$ 18.976,02	\$ 19.134,01	\$ 19.297,10
(-) Costos	\$-	\$ 44.268,56	\$ 44.933,18	\$ 45.622,26	\$ 46.330,60	\$ 47.061,83
2. TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES	\$ 56.638,66	\$ 67.263,28	\$ 68.531,09	\$ 68.918,29	\$ 69.784,62	\$ 70.678,93
3. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	\$8.854,36	\$ 13.736,72	\$ 15.085,21	\$ 17.398,82	\$ 19.320,53	\$ 21.304,31
4. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$-	\$-	\$-	\$ -	\$ -	\$-
5. EGRESOS NO OPERACIONALES						
(-) Gastos Financieros	\$-	\$ 3.483,29	\$2.716,33	\$ 1.949,36	\$ 1.182,40	\$ 415,44
(-) Pago Capital Préstamo		\$ 6.549,30	\$6.549,30	\$ 6.549,30	\$ 6.549,30	\$ 6.549,30
FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 3.704,13	\$5.819,58	\$ 8.900,16	\$ 11.588,83	\$ 14.339,58
(-) Pago utilidades trabajadores 15 %	\$-	\$ 555,62	\$872,94	\$ 1.335,02	\$ 1.738,32	\$ 2.150,94
FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	\$-	\$ 3.148,51	\$4.946,64	\$ 7.565,13	\$ 9.850,51	\$ 12.188,64
(-) Pago Impuesto a la renta	\$-	\$ 724,16	\$1.137,73	\$ 1.739,98	\$ 2.265,62	\$ 2.803,39
6. FLUJO NETO GENERADO	\$ (8.854,36)	\$ 2.424,35	\$3.808,92	\$ 5.825,15	\$ 7.584,89	\$ 9.385,25
7. SALDO INICIAL DE CAJA	\$-	\$ 8.854,36	\$ 11.278,71	\$ 15.087,63	\$ 20.912,78	\$ 28.497,67
8. FLUJO DE CAJA NETO	\$8.854,36	\$ 11.278,71	\$ 15.087,63	\$ 20.912,78	\$ 28.497,67	\$ 37.882,92

Fuente: Capital de trabajo Tb N° 77; Detalle de costo, Tb. N° 79; Detalles de gastos Tb N° 81; Detalle de costo, Tb N° 79; Proyección de ingresos anual Tb N° 87

Elaborador por: Viviana Ortega.

Análisis: La empresa cuenta con una inversión inicial de \$605.493,02, para el año 1 el flujo incrementa en el 123% gracias a la acogida con los clientes, para el año 2 aumenta el 132% más del años anterior, para el año 3 el 138%, año 4 el 137%, es decir la empresa cada año mantiene su estabilidad en el mercado.

Punto de equilibrio

Es un punto en donde los ingresos con los gastos chocan es por ello que es donde no hay ganancia ni perdida, es el punto cero.

$$P. E. (\$) = \frac{\text{Costo Fijo} (\$)}{1 - \frac{\text{Costo Variable} (\$)}{\text{Ventas Totales} (\$)}}$$

Punto de equilibrio

Costos fijos	23.692,16
Costos variables	20.576,40
Costos totales	44.268,56
Ingresos totales	81.000,00
Número unidades	162000
Precio unitario de venta	0,50

Tabla N° 93: Total de costos

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	23.692,16	20.576,40	44.268,56
Gastos de Administración	14.505,92	4.590,00	19.095,92
Gastos de Ventas	4.320,00		4.320,00
Gastos Financieros	3.483,29	300,00	3.783,29
SUMAN	46.001,37	25.466,40	71.467,77

Fuente: Detalle de costo, Detalles de gastos; Proyección de ingresos anual

Elaborador por: Viviana Ortega

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = 46.001,37 0,6856

P.E. \$ = 67.096,51 USD en ventas al año

5.591,38 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (PVU - CVU)

P.E. u = 46.001,37 0,19

P.E. u = 247.852 unidades vendidas al año

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 67.096,51 * 100 / 81.000,00

% P.E. = 82,84%

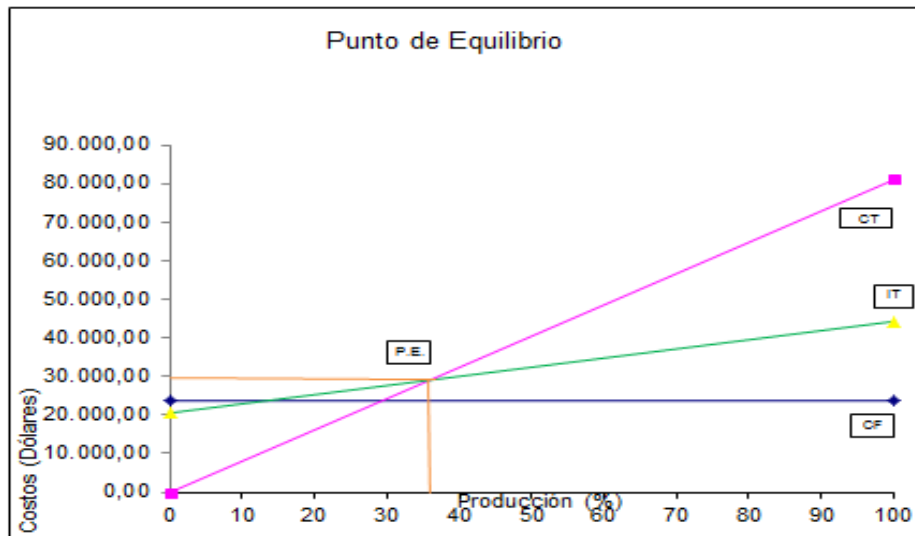


Gráfico N° 48: Punto de equilibrio

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis: Aquí se muestra que se debe vender US\$ 67.096,51 dólares al año, con un total de 247.852 unidades y esto representa 82,84%, para que el negocio pueda sustentar sus costos fijos y variables, agregando que con estas cifras el proyecto obtiene ganancia. Estos datos fueron tomados del año 1.

Estado de resultados proyectado

Es un panorama general de lo que esta ocurriendo en el negocio, este es el punto donde se puede observar todo el estado financiero de la empresa si es viable o no.

Tabla N° 94: Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	81000,00	83616,30	86317,11	89105,15	91983,25
(-)	Costo	44268,56	44933,18	45622,26	46330,60	47061,83
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	36731,44	38683,12	40694,84	42774,54	44921,42
(-)	Gastos de venta	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00	4320,00
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	32411,44	34363,12	36374,84	38454,54	40601,42
(-)	Gastos Administrativos	18674,72	19277,91	18976,02	19134,01	19297,10
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	13736,72	15085,21	17398,82	19320,53	21304,31
(-)	Gastos Financieros	10032,59	9265,63	8498,66	7731,70	6964,74
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	3704,13	5819,58	8900,16	11588,83	14339,58
(-)	15% Participación trabajadores	555,62	872,94	1335,02	1738,32	2150,94
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	3148,51	4946,64	7565,13	9850,51	12188,64
(-)	Impuesto a la renta	724,16	1137,73	1739,98	2265,62	2803,39
(=)	UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO	2424,35	3808,92	5825,15	7584,89	9385,25

Elaborado por: Viviana Ortega

Análisis: Se puede observar que para el Año 1 la empresa cuenta con \$ 2424,35 como utilidad del ejercicio, identificando que la empresa ha trabajado de forma eficiente, par el año 2 mejora sus utilidades incrementando a \$3808,92, para el año 3 a \$5825,15, para el año 4 a \$7584,89 y para el año 5 a \$9385,25.

Evaluacion financiera

Indicadores

Según (Chain, 2011, pág. 36) son una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes. Al ser comparada con algún nivel de referencia, el análisis de estos indicadores puede estar señalando alguna desviación sobre la cual se podrán tomar acciones correctivas o preventivas según el caso.

Valor Actual Neto

Según (Mauleon, 2012, pág. 30), el valor actual neto es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Indicador de riqueza (Cantidad de dinero) VAN. Valor Actual de los flujos Netos

$$VAN = -INV. INI + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

INV. INI = INVERSIÓN INICIAL

FNE = FLUJO NETO EFECTIVO

Tabla N° 95: Costo promedio ponderado de capital

CONCEPTO	INVERSIÓN	%	COSTO DE OPORTUNIDAD	TASA DE DESCUENTO
RECURSOS PROPIOS	\$32.746,51	50%	30%	15%
RECURSOS AJENOS	\$32.746,51	50%	11,71%	6%
TOTAL	\$65.493,02	100%	42%	21%

Fuente: Capital de trabajo

Elaborador por: Viviana Ortega

TMAR del Proyecto = 21%

Tabla N° 96: Calculo del VPN

CALCULO VALOR ACTUAL NETO VPN							
	0	1	2	3	4	5	TASA DE DESCUENTO
	HOY	2015	2016	2017	2018	2019	
CASH FLOW	-8854,36	2424,35	3808,92	5825,15	7584,89	9385,25	21%
FACTOR DE DESCUENTO	100,00%	82,64%	68,30%	56,45%	46,65%	38,55%	
VALOR PRESENTE	\$ (8.854,36)	\$ 2.003,60	\$ 2.601,54	\$ 3.288,15	\$ 3.538,41	\$ 3.618,42	
VPN	\$6.195,76						
Tir	43%						

Elaborador por: Viviana Ortega

El resultado de demuestra \$6.195,76 que el proyecto es viable debido a que es superior a cero.

Tasa interna de retorno

Según (Mauleon, 2012, pág. 30), la tasa interna de retorno “es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

Indicador de rentabilidad (Velocidadde generación de riqueza) TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla N° 97: TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO GENERADO	\$(8.854,36)	\$2.424,35	\$ 3.808,92	\$ 5.825,15	\$7.584,89	\$ 9.385,25

TIR	43%
COMPROBACIÓN DE TIR	43%
COMPROBACIÓN VAN CERO	0%

Fuente: Flujo de caja

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: El cálculo de la tasa de la tasa interna de retorno es del 43% comparada con la tasa de descuento de 0%, nos dice que el proyecto es viable.

Beneficio Costo

Indicadores Miselaneos: Razón beneficio costo(RB/C)

Consiste en obtener la razón entre los beneficios actualizados del proyecto y los costos actualizados del proyecto.

Si ésta razón es mayor que uno, es decir los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados. El proyecto es económicamente factible.

$$\text{Tasa Beneficio – Costo} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Inversión}}$$

Tabla N° 98: Beneficio Costo

BENEFICIO/COSTO		
DESCRIPCIÓN	INGRESOS	COSTOS
Año 1	\$81.000,00	\$44.268,56
Año 2	\$83.616,30	\$44.933,18
Año 3	\$86.317,11	\$45.622,26
Año 4	\$89.105,15	\$46.330,60
Año 5	\$91.983,25	\$47.061,83
TOTAL	\$ 432.021,80	\$ 228.216,43
COSTO/BENEFICIO		\$ 1,89

Elaborador por: Viviana Ortega

$$B/C = \$ 1.89$$

La relación beneficio / costo nos dice que por cada dólar invertido se obtiene 0.89 ctvs de utilidad.

Ya que la relacion beneficio/costo es mayor a cero es decir que la recuperacion de la inversion inicial fue recuperada satisfactoriamente, es por ello que el proyecto es viable con lo que se cubrio la tasa de rendimiento y se obtuvo una ganacia extra.

Periodo de recuperación

Indicadores Miselaneos: (Payback)

Corresponde al período de tiempo necesario para que el flujo de caja del proyecto cubra el monto total de la inversión. Método muy utilizado por los evaluadores y empresarios. Sencillo de determinar. El payback se produce cuando el flujo de caja actualizado y acumulado es igual a cero.

Tabla N° 99: Período de recuperación.

	INVERSIÓN INICIAL	1	2	3	4	5
CASH FLOW	\$ (8.854,36)	\$2.061,29	\$ 3.473,61	\$5.517,60	\$ 7.305,09	\$ 9.133,21
RECUPERACIÓN	\$ (8.854,36)	\$(6.793,06)	\$ (3.319,46)	2,60	años	

Fuente: Flujo de caja

Elaborador por: Viviana Ortega.

Análisis:

La inversión inicial correspondiente a \$60.269,86, la empresa recuperará en un 2 años, 7 meses, y 6 días.

Razones

Liquidez

Tabla N° 100: Indicadores

INDICADOR	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
Razón Corriente = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	0,24	0,41	0,69	0,98	1,35

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis:

Por cada dólar que la empresa debe cuenta con 0,24 ctvs., (año 1); 0,41 ctvs (año 2); 0,69 ctvs (año 3); 0,98 ctvs (año 4;) y 1,35 (año 5) para respaldar sus obligaciones con terceros.

Rentabilidad

Tabla N° 101: Indicadores

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Ventas}} * 100$	77%	77%	77%	77%	77%

Elaborador por: Viviana Ortega

Análisis: Las ventas de la empresa generaran un 77% de utilidad en los 5 años

Conclusiones

- Los métodos tradicionales de evaluación económica de proyectos no son capaces de capturar adecuadamente la flexibilidad intrínseca de los proyectos, pese a ello en el presente estudio se puede concluir si los resultado son positivos o negativos en base a los objetivos planteados al inicio.
- Existe una demanda potencial insatisfecha (6.215 personas) los cuales no están de acuerdo en reciclar con otras recicladoras debido a factores que influyen en su decisión, por ende todas estas personas que están insatisfechas representan el mercado real que la empresa puede empezar a captar dado que día a día existe más preocupación por el medio ambiente y

el reciclaje, se muestra una clara deficiencia a la hora de ser utilizados para realizar la toma de decisiones estratégicas.

- Por otro lado, las técnicas de valoración de Opciones Reales utilizadas inicialmente en activos financieros, han sido aplicadas con singular éxito en la evaluación de proyectos de inversión, presentándose como una alternativa a los métodos de evaluación tradicionales, pues incluyen tanto aspectos estratégicos como de la teoría financiera.
- El ratio financiero VAN alcanza un valor de \$ 6.195,76 en un horizonte de 5 años con una primera inversión de \$ 65.493,02, así mismo la TIR presenta un porcentaje de 43% siendo este valor muy atractivo para los inversionistas, considerando que el criterio también que es mayor al costo promedio ponderado o TMAR se verifica que es factible y rentable. Finalmente el periodo de recuperación de la inversión está calculado para 2 años, 7 meses y 6 días.
- De esta forma y con base a ello se determina que la inversión es factible y viable dado al enfoque de responsabilidad social que determina esta investigación con la creación de un centro de acopio en el Mercado Mayorista, en función a las estrategias con la sociedad y el fomento del reciclaje por una sociedad más responsable con los desechos plásticos y de cartón se concluye que tiene una gran acogida especialmente en ese sector de la ciudad de Ambato.

Se verifica que se cumplan los objetivos o que se reajusten para poder cumplirlos, encierra todas las actividades de gestión que busca conseguir que los resultados actuales verifiquen los resultados planeados.

Se deben tomar en cuenta las siguientes estrategias para la definición de objetivos:

- Generar mayor conciencia ambiental en el mercado Mayorista en el sector de la confección y adoptar mecanismos para una adecuada gestión de desechos sólidos para prevenir la contaminación.
- Mejorar los procesos de recolección de desechos dentro del Mercado Mayorista.
- Mejorar la imagen del Mercado Mayorista.
- Aprovechar de manera eficiente los recursos (energía, agua, materiales desechados, artículos publicitarios)

Tabla N° 102: Línea de acción

LÍNEA DE ACCIÓN:	OBJETIVO	MARCO DE INICIATIVA	INDICADORES
Capacitación sobre el correcto manejo de los desechos sólidos.	<p>Organizar sistemas educativos y fortalecer la participación social a través de información y capacitación sobre aspectos medioambientales.</p> <p>Contribuir a la formación del correcto manejo de desechos sólidos.</p>	<p>Acciones para la difusión para el correcto manejo de desechos sólidos en el Mercado Mayorista</p> <p>Promoción de buenas prácticas.</p> <p>Identificación y desarrollo de programas ambientales para el mejoramiento del desempeño ambiental del grupo.</p> <p>Estrategia de comunicación con las sociedades miembros del área de la confección.</p> <p>Actividades de Información y participación comunitaria.</p>	Capacitar a los clientes y socios del Mercado Mayorista.
Aprovechar de manera eficiente los recursos (energía, agua, materiales desechados, artículos publicitarios)	Promover un Sistema de Gestión Ambiental basado en la Norma ISO 14001.	<p>Implementación de sistema de reciclaje</p> <p>Fortalecimiento ambiental para clientes y socios del mercado.</p>	<p>Consumo de energía</p> <p>Consumo de agua</p> <p>Cantidad de residuos especiales con disposición adecuada</p>

			Productos que se pueden reutilizar
Generar mayor conciencia ambiental en el mercado Mayorista y adoptar mecanismos para una adecuada gestión de desechos sólidos para prevenir la contaminación.	Garantizar espacios de comunicación hacia la sociedad para prevenir la acumulación de desechos sólidos en el Mercado Mayorista.	Gestión de quejas y reclamos Acciones que garantizan convivencia con la sociedad. Desarrollo de proyectos para la generación de ingresos a través de la venta de los desechos.	Quejas y reclamos atendidos con eficiencia Programas o proyectos implementados con aplicación de lineamientos Número de souvenirs distribuidos
Mejorar la imagen del Mercado Mayorista.	Realizar limpiezas de los locales e implementar los tachos según el color y el destino del desecho	Fortalecimiento de la cultura de limpieza en el mercado y sus alrededores Fortalecimiento de las organizaciones	Planes de manejo y gestión de desechos sólidos

Elaborador por: Viviana Ortega

Definición del público objetivo

SECRETARIA – RECEPCIONISTA

Cargo: Administradora

Naturaleza del cargo:

- Revisar que la documentación de los diferentes trámites esté completa antes de despacharlos.
- Administrar el dinero de la comercialización de los desechos
- Revisar que los procesos se estén llevando a cabo de manera correcta
- Realizar informes de cantidades de desechos reciclados
- Contactarse con las empresas recicladoras para la venta de los productos.

RESPONSABLE DEL RECICLADOR

Cargo: Operador - Bodeguero

Naturaleza del cargo:

El Operador – Bodeguero será el responsable de:

- La Recolección, clasificación, empaque, almacenamiento y despacho del material reciclado para la comercialización del material desechado
- Realizar otras actividades dispuestas por la administración
- Verificar la calidad del material recibido, tener en cuenta la cantidad de material obtenido.
- Asegurar el buen estado y mantenimiento de l durante su permanencia en la bodega.

Plan promocional

Basureros recicladores



Gráfico N° 49: Basureros recicladores
Elaborador por: Viviana Ortega

Flyers

Se entregaran volantes para recolectar a los voluntarios para el Plan de gestión medioambiental.



Gráfico N° 50: Flyers
Elaborador por: Viviana Ortega

Banners

Se pondrán Banners para informar como reciclar



Gráfico N° 51: Banner

Elaborador por: Viviana Ortega

GLOSARIO DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

RSC	Responsabilidad Social Corporativa
MM	Mercado Mayorista
Kg	Kilogramos
RSO	Responsabilidad social organizacional
ONG	Organizaciones no gubernamentales
RSU	Responsabilidad social universitaria
RSI	Responsabilidad social individual

EPM-GIDSA. Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato

Redes sociales

Manejar los talleres y las campañas a través de redes sociales. Plan R.

Facebook



Gráfico N° 52: Facebook

Elaborador por: Viviana Ortega

Evaluación de Impacto

¿Qué evaluar?

Que se cumplan las actividades propuestas, y que se cumplan los objetivos

¿Por qué evaluar?

Para mejorar la imagen del Mercado Mayorista

¿Para qué evaluar?

Para cumplir los objetivos propuestos, tomar las mejores decisiones, y corregir los errores en caso de ser necesario

¿Con que criterio evaluar?

A través de cuestionarios y mediante la observación

¿Quién evalúa?

Presidencias de las asociaciones

¿Cómo evaluar?

Mediante la metodología que sirve como guía para la realización de la investigación, donde se utilizaron varias técnicas y tipos de investigación

¿Fuentes de información?

Primaria y secundaria

¿Con qué evaluar?

Encuestas, entrevistas y observación

Bibliografía

- Académico, R. s. (2011). *Ramírez, Fanny*. Venezuela: Red Universidad del Zulia.
- Alles, M. A. (2005). *Desarrollo del talento humano basado en competencias*. Perú: Ediciones Granica S.A..
- Arroyo, G. (2011). *Responsabilidad social corporativa: experiencias en sectores de la industria en Chile*. Chile: Editorial Universidad Alberto Hurtado.
- Baca Urbina, G. (2014). *Proyectos ambientales en la industria*. Mexico: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Bird, P. (2008). *Aprenda investigación de mercados en una semana*. España: Gestión 2000.
- Brull, R. H. (2011). *El mercado de capitales globalizado: al alcance de todos : instituciones y personas físicas que lo conforman, sus leyes reglamentos y un poco de historia*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Cajigas, A. (2012). *Ingeniería de aguas residuales*. Madril: Printed in Spain.
- Callister, W. (2012). *Introducción a la Ciencia e Ingeniería de los Materiales*. Barcelona: Editorial Reverté, S.A.
- Calvo, M. S. (2011). *Tratado de reciclado y recuperación de productos de los residuos*. Brazil: Mundi-Prensa Libros.
- Camacho Laraña, I. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Campiña Gema, M. J. (2010). *Empresa y Administración*. Mexico: Editex.
- Carballo Penela, A. (2016). *Responsabilidad social y gestión ambiental de las cadenas logísticas*. Barcelona: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación.
- Careaga, J. A. (1993). *Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes*. España : Instituto Nacional de Ecología. .
- Careaga, J. A. (2013). *Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes*. España: Instituto Nacional de Ecología.
- Casnova, D. M. (2010). *Formación básica. Ámbito científico-tecnológico*. México: Editex.

- Castells, X. E. (2005). *Tratamiento y valorización energética de residuos*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Castells, X. E. (2010). *Reciclaje de residuos industriales*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Castells, X. E. (2011). *Reciclaje de residuos industriales*. Chile: Xavier Elías Castells.
- Castells, X. E. (2012). *Reciclaje de residuos industriales: Residuos sólidos urbanos y fangos de depuradora* (Segunda edición ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- Comba Pietro, H. R. (2011). *Enfermedades causadas por la contaminación*. Quito: Abya- Yala.
- Cordero, M. B. (2011). *Gestión ambiental: camino al desarrollo sostenible*. España: EUNED.
- Córdova, R. R. (Barcelona.). *Economía y recursos naturales*. 2012: Univ. Autònoma de Barcelona.
- Corella, M. A. (2012). *Responsabilidad social Organizacional*. Mexico: Editorial Trillas.
- De la Peña de León, A. d. (2012). *Responsabilidad social empresarial: casos y estrategias de éxito en México*. Malta: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Domínguez, G. B. (2011). *Conociendo el Mercado de Futuros*. Lima: Perubian.
- Duran, L. L. (2014). *La Disciplina del Servicio* . Bogota: Ediciones Delau.
- F. J. Colomer Mendoza, A. G. (2011). *Tratamiento y gestión de residuos sólidos*. Valencia: Unidad Politécnica de Valencia.
- Facal Fondo, T. (2015). *Guía para elaborar un proyecto de investigación social*. Madrid: Ediciones digitales.
- Faus, M. A. (2010). *Temas claves de Marketing Relacional* (Segunda edición ed.). Madrid: Printed in Spain.
- Figueroa, L. (2014). *La responsabilidad social universitaria en la universidad de Santiago de Chile: algunas iniciativas de nuestro sello como institución estatal y pública*. Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Garcia del Junco julio, P. B. (2014). *Manual pactico de responsabilidad social corporativa* (Vol. 1). Madrid: Ediciones piramide.

- García del Junco Julio, P. B. (2014). *Manual práctico de Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: Printed in Spain.
- García Leal, C. (2013). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Madrid: McGraw-Hill España.
- Gault, D. A. (2010). *Gestión estratégica para el sector público*. Mexico: Fondo de Cultura Económica. Derechos de autor.
- Glynn, H. J. (2011). *Ingeniería ambiental*. Mexico: Printed in Mexico.
- Gómez Aranzubia, V. (2014). *Ética: la persona y la generación de riqueza en la empresa*. Barcelona: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- González S. Tito, F. (2012). *Notas aclaratorias acerca de responsabilidad social*. Bogotá: El Cid Editor.
- Grethel Aguilar Rojas, A. O. (2012). *Derecho Ambiental en Centroamérica, Volumen I*. España: IUCN.
- Guibert Ucín, J. M. (2010). *Responsabilidad social empresarial: competitividad y casos de buenas prácticas en pymes*. Barranquilla Colombia: Editores Uniorte.
- Heras, B. A. (2011). *La dimensión ética de la responsabilidad social. Serie Ética, vol. 12*. Venezuela : Publicaciones de la Universidad de Deusto.
- Hupperts, P. (2013). *Responsabilidad Social Empresarial* . Buenos Aires : Valletta Ediciones .
- Lara, B. (2010). *Cómo elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito (Ecuador).
- López Vázquez, L. B. (2013). *Estudio y evaluación de impacto ambiental en ingeniería civil*. Mexico: ECU.
- Ludewig, C. (11 de Febrero de 2014). *Universo y Muestra* . Obtenido de www.smo.edu.mx:
<http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>
- Macfadyen, G. (2011). *Aparejos de pesca abandonados, perdidos o descartados*. Mexico: D - FAO.
- Martínez Herrera, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Colombia: Ecoe Ediciones.

- Mendiola Germán, I. (2011). *Diseño sustentable y responsabilidad social*. España: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Mendoza Reyes, H. (2008). *La responsabilidad social empresarial*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/la-responsabilidad-social-empresarial/la-responsabilidad-social-empresarial2.shtml>
- Merli, G. (2012). *La gestión eficaz*. Venezuela: Ediciones Díaz de Santos. Derechos de autor.
- Montalvo, L. F. (2001). *Manejo de los residuos sólidos domiciliarios:Tuxtla Gutiérrez, Chiapas*. Mexico: Plaza y Valdes.
- Naresh K. Malhotra, J. F. (2011). *Investigación de mercados*. España: Investigación de mercados.
- Olcese, A. (2007). *Manual de las empresas responsable y sostenibles*. Madrid: Printed in Spain.
- Pere Molina, J. (2011). *Materiales curriculares: clasificación y uso en educación física. Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación, 33: 183-197, 2008*. España: Interamericana de España, S.A.
- Perez, C. (2012). *Organización de consumidores y usuarios de medio ambiente*. México: lex mart.
- Pierre, H. (2010). *Responsabilidad social Empresarial* . Valletta: valleta Ediciones SRL.
- Pineda Ramírez, M. I. (2004). *Lenguaje y expresión*. Mexico: Pearson Educación.
- Ramn Carreras Planells, S. M. (2012). *Tecnología Energética Y Medio Ambiente I*. Pasto: Univ. Politèc.
- Raufflet, E. (2012). *Responsabilidad Empresarial* . Mexico: Pearson educacion .
- Ribas, R. S. (2012). *Ingnieria ambiental contaminacion y tratamientos*. Barcelona : Marcombo.
- Rizo, e. Q. (2012). *Responsabilidad Ambiental* . Bogota, Colombia : la imprenta Editores .
- Robbins, S. P. (2012). *Administracion*. Chile: Pearson Educacion.
- Rodríguez, I. (2011). *Debates culturales y agendas de campo: estudios culturales, postcoloniales, subalternos, transatlánticos, transoceánicos*. Madrid: Editorial Cuarto Propio.

- Romero, A. (2010). *Ingeniería ambiental*. Mexico: Printed Mexico.
- Romero, L. A. (2014). *Marketing social: Teoría y práctica*. España: Pearson Educación.
- Sainz de Vicuña Ancin, J. M. (2012). *El plan de marketing en la práctica*. Barcelona: ESIC Editorial.
- Sanagustín Fons, M. V. (2013). *Valores y ética empresarial: un enfoque sociológico*. Aravaca Madrid: printed in Spain.
- Santos, L. F. (2011). *Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Sbarato, V. M. (2016). *Los estudios de impacto ambiental*. Chile: Editorial Brujas.
- Schmidt, E. (2015). *Ética y negocios para América Latina*. Peru: Universidad del Pacífico.
- Serpe Kalpakjian, S. R. (2012). *Manufactura, ingeniería y tecnología*. España: Pearson Educación.
- Torres Hernández, Z. (2014). *Introducción a la ética*. Barcelona: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Velasco, J. A. (2009). *Gestión por procesos*. Mexico: ESIC Editorial. Derechos de autor. .
- Vera Cantillo, Y. (2012). *Sociedades anónimas deportivas: régimen jurídico actual*. Bogota: Editorial Reus.

Glosario

- **Basura.** Sinónimo de residuos sólidos municipales y de desechos sólidos.
- **Basurero.** Botadero, vertedero o vaciadero.
- **Contaminar:** Introducir o aportar sustancias nocivas en un producto o un medio, degradando su estado natural.
- **Contenedor de separación colectiva:** Para la separación en origen doméstico se usan contenedores de distintos colores ubicados en entornos urbanos o rurales:
- **Manejo.** Conjunto de operaciones dirigidas a dar a los residuos el destino más adecuado de acuerdo con sus características, con la finalidad de prevenir daños o riesgos para la salud humana o el ambiente. Incluye el almacenamiento, el barrido de calles y áreas públicas, la recolección, la transferencia, el transporte, el tratamiento, la disposición final y cualquier otra operación necesaria.
- **Rechazo.** Resto producido al reciclar algo.
- **Reciclaje.** Proceso mediante el cual los materiales segregados de los residuos son reincorporados como materia prima al ciclo productivo.
- **Recuperación.** Sustracción de un residuo a su abandono definitivo. Un residuo recuperado pierde en este proceso su carácter de "material destinado a su abandono", por lo que deja de ser un residuo propiamente dicho, y mediante su nueva valoración adquiere el carácter de "materia prima secundaria".
- **Residuo.** Todo material en estado sólido, líquido o gaseoso, ya sea aislado o mezclado con otros, resultante de un proceso de extracción de la Naturaleza, transformación, fabricación o consumo, que su poseedor decide abandonar.
- **Residuos sólidos.** Cualquier material incluido dentro de un gran rango de materiales sólidos, también algunos líquidos, que se tiran o rechazan por estar gastados, ser inútiles, excesivos o sin valor. Normalmente, no se incluyen residuos sólidos de instalaciones de tratamiento.

- **Reutilizar.** Volver a usar un producto o material varias veces sin "tratamiento", equivale a un "reciclaje directo". El relleno de envases retornables, la utilización de paleas ("paillets") de madera en el transporte, etc., son algunos ejemplos.
- **Tratamiento.** Proceso de transformación física, química o biológica de los residuos sólidos para modificar sus características o aprovechar su potencial, a partir del cual se puede generar un nuevo residuo sólido con características diferentes
- **Vertido:** Deposición de los residuos en un espacio y condiciones determinadas. Según la rigurosidad de las condiciones y el espacio de vertido, en relación con la contaminación producida, se establecen los tres tipos siguientes.
- **Vertido controlado:** Acondicionamiento de los residuos en un espacio destinado al efecto, de forma que no produzcan alteraciones en el mismo, que puedan significar un peligro presente o futuro, directo o indirecto, para la salud humana ni el entorno.
- **Vertido semi-controlado:** Acondicionamiento de los residuos en un determinado espacio, que sólo evita de forma parcial la contaminación del entorno.
- **Vertido incontrolado o salvaje de residuos sin acondicionar:** es aquel cuyos efectos contaminantes son desconocidos.
- **Vertedero:** Aquellos lugares donde se deposita finalmente la basura.

Anexos

Anexo N° 1: Ordenanza

**REPUBLICA DEL ECUADOR GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPALIDAD DE AMBATO SECRETARÍA
DE CONCEJO**

EL CONCEJO MUNICIPAL DE AMBATO CONSIDERANDO:

- Que, el artículo 264 numeral 4 de la Constitución de la República otorga a las Municipalidades la competencia para prestar el servicio público de manejo de desechos sólidos, lo que guarda concordancia con el literal d) del artículo 55 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización;
- Que, el artículo 137 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece como competencia de los gobiernos autónomos municipales el manejo de desechos sólidos en todas sus fases, por lo que corresponderá a la empresa gestionar desde el proceso de barrido, recolección, transporte, disposición temporal y final, recuperación de residuos, hasta la venta de subproductos.

**ORDENANZA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA
MUNICIPAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE LOS DESECHOS
SÓLIDOS DEL CANTÓN AMBATO.**

TITULO I

**DE LA CONSTITUCIÓN, DOMICILIO, DENOMINACIÓN, OBJETO,
ÁMBITO, PRINCIPIOS**

Art. 1.- Constitución y domicilio.-Constituyese con domicilio en la ciudad de Ambato, cantón Ambato, provincia de Tungurahua, la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato, como persona jurídica de derecho público, autonomía administrativa, financiera, operativa y patrimonial.

Art. 2.- Denominación: Se denominará Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato y se la identificará como EPM-GIDSA.

Art. 3.- Objeto de la empresa.- La Empresa tendrá como objeto la prestación de los siguientes servicios:

- a) Barrido de vías y espacios públicos en coordinación con las instancias pertinentes y los Gobiernos Autónomos Parroquiales Rurales;
- b) Recolección y transporte de desechos;
- c) Disposición temporal de los desechos sólidos y disposición final de los residuos sólidos del cantón Ambato;
- d) Implementación de plantas procesadoras de desechos orgánicos e inorgánicos;
- e) Venta de los subproductos obtenidos en las plantas procesadoras municipales; y
- f) Servicio de barrido en plazas y mercados.

En consecuencia le corresponderá:

1. Planificar la gestión en todos los aspectos relacionados a los fines de la Empresa.
2. Crear las unidades técnicas y administrativas que sean necesarias para el funcionamiento de la Empresa.
3. Establecer alianzas estratégicas para el cumplimiento de los fines de la Empresa.
4. Suscribir acuerdos, convenios o contratos con organismos nacionales o internacionales concernientes a su gestión.
5. Establecer el mecanismo para incluir la participación ciudadana en el control y cumplimiento de los programas y proyectos.
6. Buscar que se implementen normas de calidad y conexas en los servicios prestados.

7. Realizar los estudios técnicos y económicos necesarios para el desarrollo de la Empresa.
8. Implementar nuevas tecnologías para la prestación de los servicios.
9. Implementar los mecanismos de evaluación y control para el cumplimiento de los fines de la Empresa.

Art. 4.- **Ámbito.**- El ámbito de acción de la Empresa será la jurisdicción del cantón Ambato.

Art. 5 **Principios.**- En la definición de sus políticas la Empresa se orienta a través de los principios de:

- a) Igualdad, accesibilidad y universalidad;
- b) Equidad;
- c) Solidaridad;
- d) Regularidad, continuidad y calidad;
- e) Responsabilidad, eficiencia, eficacia y efectividad;
- f) Sostenibilidad y sustentabilidad;
- g) Participación; y,
- h) Gestión integral de desechos

Anexo N° 2: Encuesta a los socios del sector de la confección

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

Encuesta dirigida a socios del sector de la confección del Mercado Mayorista de Ambato

Objetivo: Recopilar información que ayude a fundamentar la investigación con respecto a la responsabilidad social y la gestión de desechos plásticos en el Mercado Mayorista de Ambato.

Por favor: Marque con una (X) solo una respuesta en cada pregunta

Conteste las siguientes preguntas con la mayor seriedad y veracidad posible.

1) ¿Conoce usted acerca del tema de responsabilidad social?

- a. Si b. No

2) ¿Cuál de los siguientes grupos considera Ud. deberían trabajar con responsabilidad social?

- a. Empresas
b. Comunidad
c. Gobierno

3) Según su criterio ¿cuál de los siguientes puntos de responsabilidad social considera, más importantes para ser puesto en práctica?

- a) Dar un mejor trato a los consumidores
b) Dar más empleo y mejorar sueldos
c) No dañar la naturaleza
d) Ayudar a la comunidad
e) Reciclar, Reutilizar y Reducir basura

4) Puede identificar el tiempo en que debería aplicar la responsabilidad social dentro del Mercado Mayorista de la confección:

- a) Inmediata
b) A medio plazo
c) A largo plazo
d) No sabe

5) ¿Se ha realizado algún tipo de eventos de responsabilidad social en el Mercado Mayorista?

- a. Si b. No

6) ¿Usted está dispuesto a participar en las actividades de responsabilidad social que se ejecuten en el Mercado Mayorista?

- a) Si
b) No
c) Tal vez

7) ¿Usted como socio realiza, clasificación los desechos sólidos dentro de su puesto de trabajo en Mercado Mayorista?

- a) Si
b) No

8) ¿Qué es lo que más se le dificultaría al momento de clasificar desechos?

- a. Falta de espacio
b. Pérdida de tiempo.
c. Desconocimiento de la forma de hacerlo
d. Desconocimiento de las ventajas para el futuro

9) ¿Con que frecuencia elimina los desechos sólidos en el Mercado Mayorista?

- a) Una vez a la semana
b) Dos veces a la semana

c) Tres veces a la semana

d) Más de tres veces

10) Cree Ud. que clasificar desechos sirve para:

- a) Evitar el calentamiento global
b) Tener una ciudad más limpia
c) Creo que no es necesario reciclar

11) ¿Ha reciclado alguna vez?

- a) Si
b) No

12) ¿Le gustaría reciclar de forma organizada?

- a) Si
b) No

13) ¿Considera Ud. que la implementación de un sistema de gestión de desechos sólidos en el Mercado Mayorista, mejorará la imagen del lugar?

- a) Si
b) No
c) Tal vez

14) ¿Piensa usted que es necesario mejora la comunicación dentro del Mercado Mayorista de la confección para incentivar la gestión de desechos plásticos?

- a) Si
b) No
c) Tal vez

15) ¿Teniendo en cuenta que al momento de la venta de reciclaje de desechos sólidos se obtiene un costo bajo, usted estaría dispuesto a colaborar?

- a) Si
b) No
c) Tal vez

16) Género

- a) Masculino
b) Femenino

17) Edad

- c) Entre 18 y 25
d) Entre 26 y 35
e) Entre 36 y 45
f) De 46 en adelante

18) Grado de instrucción

- g) Primario
h) Secundario
i) Tercer nivel
j) Cuarto nivel
k) Doctorado

¡Gracias por su colaboración!

Anexo N° 3: Encuesta del estudio de mercado

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

Encuesta dirigida a socios del sector de la confección del Mercado Mayorista de Ambato

Objetivo: Recopilar información que ayude a conocer las necesidades para la creación de un centro de acopio.

Por favor: Marque con una (X) solo una respuesta en cada pregunta

Conteste las siguientes preguntas con la mayor seriedad y veracidad posible.

- 1) ¿Considera que el reciclaje brinda bienestar al Mercado Mayorista?**
- a. Si
b. No
- 2) ¿Qué le motivaría reciclar?**
- a) Mejorar el medio ambiente
b) Recompensa económica
c) Que el dinero recolectado sea para beneficios del Mercado Mayorista,
- 3) ¿Qué aspectos consideran usted que dificultan la clasificación de desechos?**
- a) Falta de contenedores especiales
b) Desconocimiento de cómo hacerlo
c) Falta de tiempo
- 4) ¿Cuál de los siguientes desechos considera que es el que más se genera en el Mercado Mayorista?**
- a) Plástico
b) Papel
c) Vidrio
- 5) ¿Si se implementaría un centro de acopio en el Mercado Mayorista, le gustaría participar reciclando?**
- a. Si
b. No
- 6) ¿Clasificaría los desechos si existieran basureros específicos para cada desecho?**
- a) Si
b) No reciclaría
- 7) ¿Le gustaría que se conforme un centro de acopio para material reciclado dentro del Mercado Mayorista que ayude a la recolección, clasificación y comercialización de desechos sólidos?**
- a) Si
b) No recicla
c) Indiferente
- 8) ¿Qué considera se debería realizar con el dinero recolectado?**
- a) Remodelar las instalaciones
b) Promocionar el Mercado Mayorista
c) Invertir en sorteos para atraer más clientes
d) No recicla
- ¡Gracias por su colaboración!**

Anexo N° 4: Reglamento para la prestación del servicio público de gestión

REGLAMENTO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE GESTIÓN INTEGRAL DE DESECHOS SÓLIDOS EN EL CANTÓN AMBATO

- Que, el artículo 264, numeral cuarto de la Constitución de la República establece que los gobiernos municipales tienen, entre otras competencias exclusivas, prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos y actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) en su artículo 55, literal d), establece que son competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal, prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- Que, el Concejo Municipal de Ambato aprobó la Ordenanza de Creación de la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos del Cantón Ambato, mediante sesión ordinaria de fecha 16 de agosto de 2011, publicada en la página web de la Municipalidad el 23 de agosto de 2011;
- Que, es necesario que la Empresa Pública Municipal para la Gestión Integral de los Desechos Sólidos de Ambato cuente con un Reglamento para normar la prestación del servicio público de Gestión Integral de Desechos Sólidos en el Cantón Ambato para su correcto funcionamiento;

NORMA ISO 14000

La serie incluye disciplinas en eco-gerencia, auditoría, evaluación en la gestión de protección al medio ambiente, eco-estampado/etiquetas/sellos y normalización de productos entre sus guías. Más aún la ISO 14000 se puede integrar con seguridad,

salud ocupacional e ISO 9001 para lograr un Sistema de Gerencia Integral. (Normas, 2014)

LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art. 14 reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak kawsay (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

En su numeral 4, Art. 264, establece que los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: como es prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

En el Art. 323 hace referencia al objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley. Se prohíbe toda forma de confiscación. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008)

LEY DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN

AMBIENTAL

En el TÍTULO I, ÁMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN

AMBIENTAL

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respeto a las culturas y prácticas tradicionales (Congreso Nacional, 1999)

ARTÍCULOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ENCONTRADOS EN LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:...

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.

2. Sin perjuicio de la prevalencia del interés general sobre el interés particular, cuando los efectos de la ejecución de las políticas públicas o prestación de bienes o servicios públicos vulneren o amenacen con vulnerar derechos constitucionales, la política o prestación deberá reformularse o se adoptarán medidas alternativas que concilien los derechos en conflicto.
3. El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos. En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.
2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural.
6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
9. Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable.

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. Sección cuarta Democratización de los factores de producción.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos. Sección quinta Intercambios económicos y comercio justo.

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

TEXTO UNIFICADO DE LEGISLACIÓN AMBIENTAL SECUNDARIO – TULAS

Art. 57.- Responsabilidades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales. Garantizarán el manejo integral de residuos y/o desechos sólidos generados en el área de su competencia, ya sea por administración o mediante

contratos con empresas públicas o privadas; promoviendo la minimización en la generación de residuos y/o desechos sólidos, la separación en la fuente, procedimientos adecuados para barrido y recolección, transporte, almacenamiento temporal de ser el caso, acopio y/o transferencia; fomentar su aprovechamiento, dar adecuado tratamiento y correcta disposición final de los desechos que no pueden ingresar nuevamente a un ciclo de vida productivo; además dar seguimiento para que los residuos peligrosos y/o especiales sean dispuestos, luego de su tratamiento, bajo parámetros que garanticen la sanidad y preservación del ambiente (Ministerio Del Ambiente, 2015)

Art. 62.- De la separación en la fuente. El generador de residuos sólidos no peligrosos está en la obligación de realizar la separación en la fuente, clasificando los mismos en función del Plan Integral de Gestión de Residuos, conforme lo establecido en la normativa ambiental aplicable.

Art. 63.- Del almacenamiento temporal urbano. Se establecen los parámetros para el almacenamiento temporal de residuos sólidos no peligrosos ya clasificados, sin perjuicio de otros que establezca la Autoridad Ambiental Nacional, de acuerdo a lo siguiente:

- a. Los residuos sólidos no peligrosos se deberán disponer temporalmente en recipientes o contenedores cerrados (con tapa), identificados, clasificados, en orden y de ser posible con una funda plástica en su interior.
- b. Los contenedores para el almacenamiento temporal de residuos sólidos no peligrosos deberán cumplir como mínimo con: estar cubiertos y adecuadamente ubicados, capacidad adecuada acorde con el volumen generado, construidos con materiales resistentes y tener identificación de acuerdo al tipo de residuo.
- c. El almacenamiento temporal de los residuos no peligrosos se lo realizará bajo las condiciones establecidas en la norma técnica del INEN

Art. 66.- De la recolección. Es responsabilidad de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales la recolección de los residuos y/o desechos sólidos no peligrosos.

Art. 67.- Del transporte. El traslado de los residuos y/o desechos sólidos desde el lugar de su generación hasta un centro de acopio y/o transferencia deberá contemplar procedimientos.

Art. 75.- De la disposición final. Es la acción de depósito permanente de los residuos sólidos no peligrosos en rellenos sanitarios u otra alternativa técnica aprobada por la Autoridad Ambiental Nacional; éstos deberán cumplir con condiciones técnicas de diseño de construcción y operación.

La selección del sitio para la disposición final, se la realizará en base a un estudio técnico de alternativas que deberá ser aprobado por parte de la Autoridad Ambiental, en concordancia con la normativa emitida para el efecto.

Los rellenos sanitarios u otra alternativa técnica como disposición final, deberán cumplir con lo establecido en la norma técnica emitida por la Autoridad Ambiental Nacional, de tal manera que se minimicen el impacto ambiental y los riesgos a la salud.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados podrán proponer tecnologías apropiadas para disposición final de residuos y/o desechos sólidos, para así reducir el volumen de la disposición final de los mismos, enmarcadas en lo establecido en la normativa ambiental nacional. Los sistemas de eliminación y disposición final serán aprobados por la Autoridad Ambiental Nacional.

Art. 76.- Del plan de gestión integral de residuos sólidos no peligrosos. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales deberán elaborar y mantener actualizado un Plan para la gestión integral de los residuos sólidos no peligrosos en el ámbito local, enmarcado en lo que establece la normativa ambiental nacional

emitida para la Gestión Integral de los residuos. El Plan deberá ser enviado a la Autoridad Ambiental Nacional, para su aprobación, control y seguimiento.

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN – COOTAD

Art. 4, Fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, establece que dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales, son fines de los gobiernos autónomos descentralizados, literal c, menciona a la recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de un ambiente sostenible y sustentable. (Solís Carrión, 2011)

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales promoverán actividades de preservación de la biodiversidad y protección del ambiente, para lo cual impulsarán en su circunscripción territorial programas y/o proyectos de manejo sustentable de los recursos naturales y recuperación de ecosistemas frágiles; protección de las fuentes y cursos de agua; prevención y recuperación de suelos degradados por contaminación, desertificación y erosión; forestación y reforestación con la utilización preferente de especies nativas y adaptadas a la zona; y, educación ambiental, organización y vigilancia ciudadana de los derechos ambientales y de la naturaleza. Estas actividades serán coordinadas con las políticas, programas y proyectos ambientales de todos los demás niveles de gobierno, sobre conservación y uso sustentable de los recursos naturales.

Anexo N° 5: Cotización (Compactadora)



Dirección: Av. Eloy Alfaro S/N y Anasayas – Quito - Ecuador

Teléfonos: (02) 24 83-416 / 28 01-122/ 28 02-034

Fax: (02) 24 83-857

Quito 12 de agosto 2016

Señorita: Viviana Ortega

Se envía la cotización solicitada de la compactadora solicitada:

Características y Beneficios:

Las prensas compactadoras verticales son ideales para compactar cartón, plásticos, periódico, PET.

- Reducen los costos del manejo de desperdicios
- Expulsión de paca automático.
- Compuerta reforzada con bisagra.
- Operación silenciosa.
- Sistema eléctrico automático
- Fácil acceso a mantenimiento.
- Fácil de operar.
- Sistema Hidráulico Avanzado.
- Motor de alta eficiencia.
- Diseño, y fabricación bajo necesidades del cliente.
- Garantía de equipos NEUMAC



Las condiciones de pago son de contado, la presente proforma tiene una vigencia de 15 días laborables.

La compactadora hecha por NEUMAC S.A. tiene una densidad de compactación de más de 100 kg/m³.

El costo es de \$9700,00. En la espera de su confirmación para la compra por favor comunicarse a los números mencionados anteriormente mencionado.

Atentamente;


José Luis Avilés
Dpto. De Ventas

Anexo N° 6: Cotización (balanza)



Estimada Viviana

Buen día

Adjunto características de la balanza solicitada.



TCS-300

- Modo automático de medida
- Material: Acero inoxidable
- Estructura: escala de plataforma electrónica
- Pantalla: LCD, indica peso y precio
- Se puede configurar el peso para que salga en Kilos o Libras
- Función de tara
- Función de memorias
- Base a prueba de agua
- Cable de corriente AC/DC incluido
- Costo 1575



Karina Rúaless
Jefa de ventas

Anexo N° 7: Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA					
MONTO		32.746,51			
TASA		11,7106%	T. EFECTIVA	12,3601%	
PLAZO		10 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		02-mar-2007			
MONEDA		DÓLARES			
AMORTIZACIÓN CADA		30 días			
Número de períodos		60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		32.746,51			
1	01-abr-2007	32.200,73	319,57	545,78	865,34
2	01-may-2007	31.654,96	314,24	545,78	860,02
3	31-may-2007	31.109,18	308,92	545,78	854,69
4	30-jun-2007	30.563,41	303,59	545,78	849,36
5	30-jul-2007	30.017,63	298,26	545,78	844,04
6	29-ago-2007	29.471,86	292,94	545,78	838,71
7	28-sep-2007	28.926,08	287,61	545,78	833,39
8	28-oct-2007	28.380,31	282,28	545,78	828,06
9	27-nov-2007	27.834,53	276,96	545,78	822,73
10	27-dic-2007	27.288,76	271,63	545,78	817,41
11	26-ene-2008	26.742,98	266,31	545,78	812,08
12	25-feb-2008	26.197,21	260,98	545,78	806,76
13	26-mar-2008	25.651,43	255,65	545,78	801,43
14	25-abr-2008	25.105,66	250,33	545,78	796,10
15	25-may-2008	24.559,88	245,00	545,78	790,78
16	24-jun-2008	24.014,11	239,68	545,78	785,45
17	24-jul-2008	23.468,33	234,35	545,78	780,12
18	23-ago-2008	22.922,56	229,02	545,78	774,80
19	22-sep-2008	22.376,78	223,70	545,78	769,47
20	22-oct-2008	21.831,01	218,37	545,78	764,15
21	21-nov-2008	21.285,23	213,05	545,78	758,82
22	21-dic-2008	20.739,46	207,72	545,78	753,49
23	20-ene-2009	20.193,68	202,39	545,78	748,17
24	19-feb-2009	19.647,91	197,07	545,78	742,84

25	21-mar-2009	19.102,13	191,74	545,78	737,52
26	20-abr-2009	18.556,35	186,41	545,78	732,19
27	20-may-2009	18.010,58	181,09	545,78	726,86
28	19-jun-2009	17.464,80	175,76	545,78	721,54
29	19-jul-2009	16.919,03	170,44	545,78	716,21
30	18-ago-2009	16.373,25	165,11	545,78	710,89
31	17-sep-2009	15.827,48	159,78	545,78	705,56
32	17-oct-2009	15.281,70	154,46	545,78	700,23
33	16-nov-2009	14.735,93	149,13	545,78	694,91
34	16-dic-2009	14.190,15	143,81	545,78	689,58
35	15-ene-2010	13.644,38	138,48	545,78	684,25
36	14-feb-2010	13.098,60	133,15	545,78	678,93
37	16-mar-2010	12.552,83	127,83	545,78	673,60
38	15-abr-2010	12.007,05	122,50	545,78	668,28
39	15-may-2010	11.461,28	117,17	545,78	662,95
40	14-jun-2010	10.915,50	111,85	545,78	657,62
41	14-jul-2010	10.369,73	106,52	545,78	652,30
42	13-ago-2010	9.823,95	101,20	545,78	646,97
43	12-sep-2010	9.278,18	95,87	545,78	641,65
44	12-oct-2010	8.732,40	90,54	545,78	636,32
45	11-nov-2010	8.186,63	85,22	545,78	630,99
46	11-dic-2010	7.640,85	79,89	545,78	625,67
47	10-ene-2011	7.095,08	74,57	545,78	620,34
48	09-feb-2011	6.549,30	69,24	545,78	615,01
49	11-mar-2011	6.003,53	63,91	545,78	609,69
50	10-abr-2011	5.457,75	58,59	545,78	604,36
51	10-may-2011	4.911,98	53,26	545,78	599,04
52	09-jun-2011	4.366,20	47,94	545,78	593,71
53	09-jul-2011	3.820,43	42,61	545,78	588,38
54	08-ago-2011	3.274,65	37,28	545,78	583,06
55	07-sep-2011	2.728,88	31,96	545,78	577,73
56	07-oct-2011	2.183,10	26,63	545,78	572,41
57	06-nov-2011	1.637,33	21,30	545,78	567,08
58	06-dic-2011	1.091,55	15,98	545,78	561,75
59	05-ene-2012	545,78	10,65	545,78	556,43
60	04-feb-2012	(0,00)	5,33	545,78	551,10
	05-mar-2012	(545,78)	(0,00)	545,78	545,78
					43.039,10

Elaborado por: Viviana Ortega