



Enero 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE ABASTECIMIENTO PARA EL INCREMENTO DE ACOPIO EN REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Susana Lilibeth Monge Cedeño

Julissa Marielisa Ulloa Guillen

MAE Kelly León Tómalá

Shu_lili@hotmail.com

julyulloa@hotmail.com

kleont@ulvr.edu.ec

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Facultad de Administración: Carrera de Ingeniería Comercial

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Facultad de Administración: Carrera de Ingeniería Comercial

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Susana Lilibeth Monge Cedeño, Julissa Marielisa Ulloa Guillen y Kelly León Tómalá (2019): "Plan de abastecimiento para el incremento de acopio en Reuso y reciclaje Zuñiga en la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (enero 2019). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/abastecimiento-incremento-acopio.html>

RESUMEN

El presente proyecto está enfocado en implementar un plan de abastecimiento para el incremento de acopio en Reuso y Reciclaje Zuñiga en la Ciudad de Guayaquil, siendo el principal objetivo el incremento de acopio de cartón reciclado en Reuso y Reciclaje Zuñiga y este se la realizará en las instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil, debido a que este nicho de mercado no está siendo explotado, la investigación que se realizó fue mediante encuestas direccionada a las personas encargadas de las instituciones educativas para poder optimizar este proyecto la empresa se sintió en la necesidad de contratar una personas que será la encargada de realizar el contacto en la instituciones educativas . En la actualidad la empresa se siente con la necesidad de adquirir más cartón reciclado ya que la demanda está siendo alta en relación con las compras que actualmente realiza el centro de acopio. Con el fin de cubrir esta necesidad la empresa contratará un comprador que será el encargado de realizar las visitas a las instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil y ofrecer la compra del cartón en dichas instituciones este se lo obtendrá mediante los alumnos. Guayaquil es una ciudad donde constan 1550 instituciones educativas particulares y fiscales este es un mercado que no está siendo visitado por las empresas recicladoras y por este motivo Reuso y Reciclaje Zuñiga determina que el nicho de las instituciones educativas será estratégicamente profundizado ya que actualmente realizamos la compra a empresas industriales de la ciudad de Guayaquil y a bodegas de reciclaje pero no es suficiente con relación a la demanda que en la

actualidad tienen. Desarrollaremos un plan de abastecimiento para el incremento del acopio de material reciclado de Reusó y Reciclaje Zúñiga analizando la situación actual de la empresa, aplicando estrategias de marketing en medios de redes social como el Facebook, coordinando un cronograma de visitas que permita abarcar la mayor parte de las instituciones educativas generando un interés en el proceso de recolectar material para el reciclaje como es el cartón, así mismo podemos comprobar su viabilidad con los respectivos estados financieros y sus comparativos que permiten resaltar el porcentaje de incremento en los ingresos en el centro de acopio Reusó y Reciclaje Zúñiga

This project is focused on implementing a plan of supply for the increase in collection in "Reúso y Reciclaje Zúñiga" in the city of Guayaquil, being the main objective the increase of recycled cardboard collection in "Reúso y Reciclaje Zúñiga", and this will be realized in the educational institutions in the city of Guayaquil, because this market niche is not being exploited, the research that was carried out through surveys directed to responsible persons of the educational institutions in order to optimize this project the company felt the need to hire people that will be responsible for the contact of the educational institutions. Currently the company feels the need to acquire more recycled cardboard since the demand is still high in relation to purchases that is currently managing the storage center. In order to cover this need, the company will hire a buyer who will be in charge of carrying out visits to the educational institutions in the city of Guayaquil and offering the purchase of the cardboards in these institutions, this would be obtained by the students. Guayaquil is a city that has 1550 private and public educational institutions, this is a market that has never been exploited by the recycling companies, this is why "Reúso y Reciclaje Zúñiga" determines that the niche of educational institutions will be strategically deepened, as currently made the purchase to industrial enterprises in the city of Guayaquil, and warehouses of recycling but is not sufficient in relation to the current demand. We will develop a plan of supply to increase the collection of recycled material of "Reúso y Reciclaje Zúñiga" by analyzing the current situation of the company, applying marketing strategies in social media like Facebook, planning an chronogram of visits to the platform that can manage only the educational institutions, making an social

Introducción

En la actualidad la empresa se siente con la necesidad de adquirir más cartón reciclado ya que la demanda de compra está siendo alta en relación con las comprar que actualmente realiza el centro de acopio.

Con el fin de cubrir esta necesidad la empresa contratara un comprador que será el encargado de realizar las visitas a las instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil y ofrecer la compra del cartón en dichas instituciones este se lo obtendrá mediante los alumnos.

Guayaquil es una ciudad de consta con 1550 instituciones educativas particulares y fiscales este es un mercado que no está siendo visitados por las empresas recicladoras y por este motivo Reusó Y Reciclaje Zúñiga va realizar las visitas a dichas instituciones ya que actualmente realizamos la compra a empresas de la ciudad de Guayaquil y a bodegas de reciclaje pero no es suficiente con relación a la demanda que en la actualidad tienen.

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué estrategias de abastecimiento se deben usar en Reusó y Reciclaje Zúñiga con el fin de incrementar el acopio de cartón?

Sistematización del problema

¿Cuál es la situación actual del centro de acopio de Reusó y Reciclaje Zúñiga?

¿Las medidas a usar en el centro de acopio son adecuadas?

¿La estructura organizacional de la empresa Reusó y Reciclaje Zúñiga es la adecuada?

¿Cuáles son los impactos financieros que se desarrollan con la utilización de las estrategias de abastecimiento?

Objetivo Generales

Desarrollar un plan de abastecimiento para el incremento del acopio de material reciclado de Reusó y Reciclaje Zúñiga.

BASES TEORICAS

Objetivos Específicos

Analizar la situación actual de la empresa Reusó y Reciclaje Zúñiga y sus actuales canales de acopio para la compra de materia prima.

Determinar las estrategias para el mejoramiento de la rentabilidad del centro de acopio establecer una estructura organizacional adecuada para la empresa Reusó y Reciclaje Zúñiga.

Comprobar mediante un análisis financiero la mejora en la rentabilidad.

IDEA A DEFENDER

“Con el plan de abastecimiento para el incremento de acopio se podrá mejorar el nivel de ingresos en Reusó y Reciclaje Zúñiga a través de la nueva línea de compras en la Instituciones Educativas en la ciudad de Guayaquil”

La Empresa

Reusó y Reciclaje Zúñiga es una organización que se dedica a la compra y venta de cartón reciclado en Guayaquil, dicho material es comercializado a las cartoneras y es utilizado como materia para el proceso de cartón

En la actualidad Reusó y Reciclaje Zúñiga compra el material reciclado de dos maneras, una es por medio del retiro directo al proveedor y otra forma es que el proveedor venda al centro de acopio. En cuanto a la relación de precio se mide por kilos o por toneladas.

Logística

Reusó y Reciclaje Zúñiga determina y gestiona los flujos de materiales de información internos y externos, ya que esta incluye a cada uno de las operaciones necesarias para poder mantener la actividad productiva, desde la programación de compras hasta servicio de postventa, en si se relaciona con la logística de transporte la cual cuya finalidad se encarga que el material han sido

adquiridos por los consumidores sean llegados a tiempo, en el lugar correcto y la hora que ha sido indicado la entrega del material.

PLAN ESTRATEGICO

Reusó y Reciclajes Zúñiga tiene como objetivo centrar la visión y las prioridades de la organización de respuesta a un entorno cambiante y para asegurar que los miembros del centro de acopio están trabajando hacia las mismas metas y aprovecha todo el potencial mediante la integración de decisiones diarias operativas en el proceso estratégico.

La planificación estratégica es una actividad de gestión de la organización que se utiliza para establecer prioridades, concentrar la energía y los recursos, fortalecer las operaciones, asegurar que los empleados y otras partes interesadas están trabajando para alcanzar objetivos comunes, establecer un acuerdo en torno a la intención resultados / resultados, evaluar y ajustar la dirección de la organización en respuesta a un entorno cambiante. Se trata de un esfuerzo disciplinado que produce decisiones fundamentales y acciones que dan forma y guían lo que una organización es, lo que sirve, lo que hace, y por qué lo hace, con un enfoque en el futuro. Planificación estratégica efectiva, articula no sólo cuando una organización va y las acciones necesarias para avanzar, sino también cómo se sabrá si es exitoso.

ANALISIS DEL ESTADO ACTUAL

Se analiza el entorno externo e interno de la organización. Es posible realizar un análisis FODA, que es un examen de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización. También se examinarán cuidadosamente los factores ambientales externos específicos, como sus rivales, el poder de sus proveedores, el poder de sus compradores o clientes tienen, si hay una amenaza viable que los principales clientes o los clientes pueden sustituir con eficacia su producto o servicio, y si existen barreras a la entrada en un nuevo mercado.

Definición del estado futuro

Se desarrollará una visión de la organización y una declaración de misión que describe el futuro de su organización - donde se quiere ser, sus valores esenciales, y lo que quiere hacer. Después de definir la visión y misión de la organización, se puede empezar a formular una estrategia detallada para alcanzarlos.

Determinación de los objetivos y estrategias

Definimos la visión y misión de la organización, se desarrolla un conjunto de objetivos que le llevará a la meta estratégica general o la visión. El objetivo es el aumento de la cuota de mercado año tras año por lo menos el cinco por ciento. Objetivos alcanzados como bloques de construcción en la construcción de su meta o visión.

Aplicación y evaluación

Este paso es implementar y evaluar el plan. Implementación en grandes organizaciones, como las agencias gubernamentales o grandes corporaciones, se llevará a cabo por un conjunto de los miembros de la organización que crearon el plan. Diferentes partes del plan se distribuyen normalmente a varias partes de la organización

Objetivo de un plan estratégico.

Visionarse hacia un propósito la cual se pretende alcanzar, se puede convertir los proyectos en acciones en las que se pueden plantear objetivos, reglas y metas.

Análisis estratégico

Es considerado como el punto inicial del proceso y consiste en el trabajo previo que debe de ser realizado con el fin de formular e implantar competentemente las estrategias, se realizar un completo análisis externo e interno.

Analizar el entorno

Es necesario vigilar y examinar el entorno, así como analizar a los competidores, para esto al momento de analizar el entorno.

Análisis interno

Este tipo de análisis ayuda a identificar tanto las fortalezas como las debilidades que pueden, en parte determinar el éxito de una empresa en un sector, en el cual se puede analizar las fortalezas y a su vez las relaciones entre las actividades que comprenden la cadena de valor de una empresa.

Planificación táctica

La planificación táctica como “una determinación sistemática y la programación de las actividades inmediatas o a corto plazo necesarias para alcanzar los objetivos de la planificación estratégica.”(Guerras & Navas, 2013, p. 352)

La planificación táctica es una parte tan importante del proceso de planificación estratégica de la empresa, ya que las empresas de gestión de consulta suelen ser contratados para ayudar a las empresas en la preparación de planes tácticos. Una empresa por lo general comienza con sus objetivos y luego desarrolla estrategias de cómo llevar a cabo sus objetivos.

Los planes tácticos a veces se llaman planes de acción a corto plazo, debido a que desglosa las metas y estrategias en acciones concretas, tareas más estrechos. La clave de un plan táctico bien desarrollado es tener acciones indicadas específicamente asignadas a los empleados particulares con plazos específicos.

Los sistemas de control operativos en REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA están diseñados para asegurar que las acciones del día a día son consistentes con los planes y objetivos establecidos. Se centra en los acontecimientos en un período reciente. Sistemas de control operacionales se derivan de los requisitos del sistema de control de gestión. Que se tomen medidas correctivas cuando el desempeño no cumple las normas. Esta acción puede implicar la formación, motivación, liderazgo, disciplina, o terminación.

Planificación y control operativo

Los planes operativos establecieron las actividades y presupuestos de la organización para los próximos 1-3 años y vinculamos el plan estratégico con las actividades que la organización va a entregar y los recursos necesarios para alcanzarlos los objetivos del programa y las actividades al igual que un plan estratégico.

El Reciclaje

Según Vaca & Melo (2013)

El reciclaje es aquella habilidad que al usar nuevamente los desechos es un proceso en reutilizar las basuras preserva el ecosistema y reduce la el daño ambiental por sustancias peligrosas. El reciclaje del plástico permite el proceso de materiales primas en asunto de insuficiencia, reducir los importes, es necesario que el acrecentamiento del precio de la materia prima reduce el trabajo del entorno de las basuras establecidas.

El reciclaje es considerado una de las maneras más eficaz de procedimiento de residuos con el propósito de obtener la materia que se alcanza reutilizar para crear un producto renovador. Este procedimiento accede por otro lado disminuir la cabida de sobrantes recopilados, entre tanto los otros ofrecen la materia prima para la fabricación de productos reducidos.

Reusó y reciclaje Zúñiga utiliza este método la reutilización y los desechos ya que economiza medios naturales y disminuye la contaminación del medio ambiente por químicos nocivos.

Beneficios del reciclaje

Según expresa (Toledo et al (2013))

Los restos del reciclaje son característicos tanto en el área del entorno ambiental, tanto el reciclaje y la reutilización logran disminuir el amontonamiento sucesiva de desechos, impidiendo la formación de materiales nuevos, como el papel, que necesitan la tala de más árboles, las manifestaciones de gases ciertas como metano y dióxido de carbono, la consumición de energía, el maltrato a la tierra, el aire y el agua y varios elementos negativos.

En la apariencia económica el reciclaje ayuda a una utilización más razonable de los medios naturales y la sustitución de ciertos activos que logren volver utilizar. En el entorno social, el reciclaje brinda un excelente estilo de vida de los individuos por medio de la conservación de las situaciones ambientales, ya que así mismo ha formado varias áreas de labores y entradas para los individuos que viven en las áreas pobres.

Cadena de Reciclaje

(Rojas, 2013, p.12)

El reciclaje es un procedimiento que reside en la autonomía de los restos para que en un futuro se logren volver a usar. Este es un medio ecológico que posee como propósito la minoración de los restos y la deducción del consumo de los medios naturales para, de esta forma, proteger el entorno ambiental.

Es importante para comenzar el procedimiento de reciclaje, comenzar clasificando objetos de acuerdo el material del cual están elaborado, y que conforman en los contenedores idóneos. Esto proporcionará la compilación, y brindará la congruencia de dar mejora el estilo de vida en el planeta. Un sencillo gesto de suma esencialidad. El reciclaje necesita de un extenso ahorro de materia prima, puesto a que, si se utiliza lo existente, se va a requerir menos de la misma. Perceptiblemente, esto es en apoyo de la tierra y de sus medios no renovables o limitados. Es fundamental conmemorar que varios artículos no consiguen ser reciclados puesto a que son peligrosos, entre estos se haya varios aceites, pinturas, varios plásticos, por lo tanto, estos son tomados a las áreas de acogida idóneos, puesto a que se les da el trato necesario.

MARCO CONCEPTUAL

Reusó y Reciclaje Zúñiga nace ante la idea que existan en el medio comercial, empresas que manejen una responsabilidad social con el medio ambiente, logrando que dentro de sus procesos operativos no realicen actividades que causen daños al hábitat, disminuir desperdicios y economizar energía por medio de la reutilización de materiales. Los procesos de producción de las empresas que reciclan no demanda calidad triple A, porque tienen la capacidad de transformar sus propios residuos provenientes de los procesos en materia prima.

Centro de Acopio

Se entiende como centro de acopio que es un lugar destinado a la recuperación y el almacenaje de materiales reciclables. Instalación de servicio que tiene por objeto resguardar temporalmente y bajo ciertas condiciones a los residuos para su envío a instalaciones autorizadas para su tratamiento o disposición final

Función del reciclaje de cartón

Por cada tonelada de cartón que se recicla se ahorran 140 litros de petróleo, cincuenta mil litros de agua y 900 kilos de dióxido de carbono (CO₂), el principal causante del cambio climático, frente a lo que requiere fabricar una tonelada de cartón nuevo. El reciclaje de cartón y el papel aporta grandes beneficios para el medio ambiente y ocupan un papel importante en el embalaje de envíos, por encima de los plásticos, la madera y el metal. <https://www.rajapack.es/blog-es/curiosidades/como-funciona-reciclaje-carton/>

METODO DE INVESTIGACION

Para esta indagación se realizó un estudio cuantitativo puesto que la información se consigue por medio de la compilación de datos a través de la técnica de las encuestas. Las preguntas que se realizaron son a un número específico de individuos que satisface como la muestra por ende el boceto de indagación, será desarrollado de tal manera que se halle asociado directamente con análisis no experimentales, es fundamental detallar que la recolección del material idóneo estará basado en procesos previamente estudiados.

DISEÑO DE INVESTIGACION

Según lo indicado por Naghi (2011), el diseño de la investigación es una estructura o plano que se elabora principalmente por los investigadores para el desarrollo de proyectos de investigación, a su vez el diseño implica, dinero, recursos humanos y tiempo, en otras palabras, estima el presupuesto y tiempo de la investigación. (P. 86)

Para tener un mejor conocimiento de la forma en el que se desarrollará la investigación, a más de aumentar las posibilidades, que al culminar el estudio se obtengan los resultados esperados por parte de las autoras, es preciso ejercer un diseño de la investigación que ayude al mismo a alcanzar los objetivos proyectados.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACION

Para esta indagación se realiza un estudio cuantitativo.

El enfoque es cuantitativo puesto que la información se consigue por medio de la compilación de datos a través de la técnica de las encuestas a los directivos de las instituciones educativas pertenecientes a la zona Guayaquil.

Por otro lado se debe señalar que el proceso es de decidir qué trata de indicar entre ciertas opciones, manipulando cantidades numéricas que poder ser manejadas por medio de instrumentos del campo estadístico. Las preguntas que se realizaran son a un número específico de individuos que satisfacen como la muestra.

Por ende, el boceto de indagación, será desarrollado de tal manera que se halle asociado directamente con análisis no experimentales, a más de ello, es fundamental detallar que la recolección del material idóneo estará basado en procesos previamente estudiados. Por otro lado, se tendrá en cuenta fuentes primarias y secundarias en el presente análisis para la obtención de datos, por consiguiente, poder detallar cada uno de los elementos que formaran parte de la indagación.

TECNICAS DE LA INVESTIGACION

Al tener el estudio un enfoque cuantitativo, las técnicas o instrumentos de investigación empleadas en la recolección de datos también fueron cuantitativas. Dicho esto se seleccionó la encuesta o cuestionario, mismas que fue dirigida a

Una muestra obtenida de las 1550 Instituciones Educativas de la ciudad de Guayaquil.

INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACION

El cuestionario.

Según lo determinado por García (2011), el cuestionario es un instrumento utilizado con mayor frecuencia como un recurso de investigación, siendo un conjunto de interrogantes sistemáticas, lógicas y coherentes para que el investigador pueda obtener la información; éste puede ser cerrado o abierto.

Las preguntas de investigación para el cuestionario estarán basadas en los objetivos del proyecto, y serán cerradas ya que están orientadas para el desarrollo de encuestas, por ende el método principal a utilizar es la escala de Likert.

Las preguntas de investigación para el cuestionario estarán basadas en los objetivos del proyecto, y serán cerradas ya que están orientadas para el desarrollo de encuestas, por ende el método principal a utilizar es la escala de Likert.

TECNICAS DE LA INVESTIGACION

La Encuesta

Según lo mencionado por Abascal & Grande (2013), La encuesta se la puede considerar como una técnica primaria de recolección de información, bajo un proceso de interrogación sistemático garantizando que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada a través de métodos cuantitativos y cualitativos.

La encuesta es la técnica a aplicar para la recolección de datos, debido a que se encuentra conformado por preguntas cerradas que conllevan al conocimiento exacto de los datos a través del cuestionario, haciendo menos posible para las autoras la codificación de aquellos datos, puesto que los resultados se verán reflejados porcentualmente, dando cabida al método cuantitativo, por otra parte es necesario recurrir al análisis de los mismos, aplicándose el método cualitativo.

Dentro de la encuesta realizada tenemos un resumen de las preguntas siguientes.

1. ¿Cómo califica el grado de interés por reciclar en las instituciones educativas?
2. ¿Dónde realizan el depósito de material reciclado?
- 3.- ¿Por lo general, que materiales reciclan?
- 4.- ¿Qué hacen con el material solido recolectado?
- 5.- ¿Sería factible la posibilidad de realizar convenios con empresas recicladoras para poder agilizar los procesos?
- 6.- ¿Estaría dispuesto a vender el material a una empresa recicladora?
- 7.- ¿Conoce usted la empresa Recicladora Zúñiga?

8.- ¿Si la empresa Recicladora Zúñiga apoyara al estudio de los estudiantes, aportaría su institución con material para

CONCLUSION GENERAL DE ENCUESTAS

Tras haberse realizado el estudio a las instituciones educativas por medio de encuestas y entrevistas a expertos relacionados que trabajan en centros de acopio, se pudo obtener información relevante que permita obtener conclusiones generales que ayuden a entender la problemática planteada. Así se pueda implementar soluciones que permitan llevar a cabo el proyecto propuesto para un plan de abastecimiento que incremente el acopio de la empresa recicladora Zúñiga. De esta manera se evaluó la posibilidad de que se pueda formular estrategias para que la empresa tenga un incremento en sus ganancias.

El panorama respecto al reciclaje en las instituciones educativas se manifiesta con gran interés por la actividad recicladora. Además, estas instituciones mantienen medidas para que no se desechen indebidamente tales materiales, ya que se cuenta con tachos para este fin. No obstante, el fin que tienen los materiales reciclables es incierto, porque si bien se destinan al reciclaje, eventualmente se sale de tal objetivo. Materiales en donde predomina el papel, significarían un importante flujo para el abastecimiento del acopio de la empresa.

De manera concluyente como resultado del estudio a base de encuestas, el interés que demuestran las instituciones educativas por formalizar el proceso de abastecimiento a la empresa por medio de un convenio da cabida a que sea viable llevar tal actividad. No obstante una posible relación entre ambas organizaciones debe asegurar al proveer de material, un beneficio común como resultante de la actividad, en donde debe prevalecer un beneficio netamente social en beneficio de los estudiantes de las instituciones educativas.

Entrevista

La entrevista se realizara con cuestiones concretas, las mismas que serán desarrolladas a los directivos de la empresa. Cada una de las cuestiones indica la necesidad de obtener nuevos procesos de recolección de material reciclaje para su correcto manejo.

CONCLUSION GENERAL DE ENTREVISTA

Al realizar las entrevistas a los expertos, y luego de que éstas han sido analizadas debidamente, tomando en cuenta las respuestas y opiniones de las entrevistas, es factible realizar una conclusión general de este proceso en la recolección de datos que permita establecer un panorama más claro y

definido en lo concerniente a los temas relacionados con el desarrollo del presente proyecto y lo que se pretende implementar con el mismo.

De esta manera se puede saber que las empresas de reciclaje enfrentan varios tipos de dificultades para el desarrollo eficiente de sus actividades, lo cual a su vez, les genera pérdidas y dificultades económicas que profundizan más otro tipo de dificultades. Así mismo, todas estas situaciones hacen que un cambio en la manera y estructura de los procesos llevados a cabo por estas empresas es necesario, para corregir las falencias que puedan presentarse y permitir que las organizaciones estén mejor preparadas para lidiar con todos los inconvenientes.

De la misma manera, se concluye que las empresas de reciclaje necesitan aplicar métodos directos de recolección de la materia prima necesaria con el fin de suplir con las necesidades de la empresa y del mercado.

PROPUESTA DEL PLAN DE ABASTECIMIENTO

En la implementación del Plan de Abastecimiento para el incremento del Centro de Acopio de REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA mediante la colaboración de las instituciones educativas. Comprobamos la viabilidad de incluir las instituciones educativas como parte esencial del plan de abastecimiento del Centro de Acopio de REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA estableciendo estrategias de marketing para la concientización del reciclaje de cartón dirigida exclusivamente a las instituciones educativas y estrategias de negociación de la nueva línea de compra. Organizamos mediante un cronograma las visitas a las instituciones educativas para la adquisición de la nueva línea de compra, con el respectivo análisis financiero para comprobar la viabilidad del incremento del Centro de Acopio.

FUNDAMENTACION DEL PLAN DE ABASTECIMIENTO

La idea general es incluir a las instituciones educativas al plan de abastecimiento mediante convenios o acuerdos previos con la finalidad de obtener materia prima de una manera más rápida, eficiente, y sin recurrir a costos de transportación demasiado elevados. Para la empresa de REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA.

Es importante señalar que la presente propuesta, al tener como finalidad mejorar el abastecimiento de una empresa de reciclaje, traerá también un beneficio directo a la empresa en cuestión de su proyección, y de su desempeño como empresa en general, en el cual se presenta la posibilidad de

mejorar los procesos en relación a los elementos reciclados, y mitigar los efectos de la generación de los residuos sobre los ecosistemas y el entorno en general, haciendo que sea posible la implementación de diferentes estrategias encaminadas a reducir la precaria situación existente en el manejo de los residuos sólidos.

Entre estas soluciones se menciona el reciclaje y las diversas maneras en cómo se pueden mejorar la recolección de materiales que pueden ser reutilizados mediante distintos medios, permitiendo reducir el impacto de las actividades humanas sobre la naturaleza, y ayudando al mantenimiento de un sistema económico estable y sustentable para la población mejorando de manera general la situación de la empresa.

PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE ABASTECIMIENTO

Análisis foda

Como se puede apreciar en la Matriz FODA, el cuadro en el que se encuentra la empresa de REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA es el primero, es decir las medidas y estrategias que se deberán tomar en cuenta son las denominadas Maxi-Maxi, es decir aquellas que permitirán maximizar las oportunidades gracias a una maximización de las fortalezas que posee la organización. Este tipo de acciones pueden incluir una variedad de aspectos, encaminadas a aplicar cambios que se consideren necesarios para mejorar la gestión tanto interna como externa en la empresa.

Con base en la tabla 6 al análisis situacional de la empresa refleja una insuficiencia en el abastecimiento de materia prima, por lo tanto, para reducir tanto las amenazas y alcanzar mayores fortalezas y oportunidades se presenta viable proponer un plan eficiente de abastecimiento incluyendo la participación de instituciones educativas ya que son sitios que generan actividades de concientización sobre el reciclaje promulgando una cultura de cambio ambiental en las personas. Por lo tanto, se presenta la tabla 7 el análisis situación de la empresa con la nueva línea y los respectivos cambios generados.

Marketing de concientización como estrategia de Negociación

Dentro de las estrategias de marketing se tendremos en cuenta lo siguiente:

Realizar dos o tres veces al año campañas de reciclaje de cartón con un tiempo de comienzo y fin establecidos durante un periodo comprendido entre el mes de Abril hasta el mes de Octubre.

Utilizar redes sociales como Facebook, banners y afiches en las instituciones educativas para promocionar la estrategia de negociación.

Involucrar a la mayor parte de las instituciones educativas de la ciudad de Guayaquil con el fin de motivarlas al reciclaje.

Brindar opciones de participación y motivación a los estudiantes de los centros educativos.

Por medio de los afiches, se pretende brindar una información específica al potencial proveedor del negocio para que logre reciclar la mayor cantidad de cartones, de tal manera que estas sean proveídas al Centro de Acopio de REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA.

El objetivo de utilizar Facebook como parte del proceso de estrategia de comunicación se debe a su gran popularidad en la sociedad lo cual permitirá llegar al máximo número de estudiantes y quienes forman parte de los centros educativos e informar sobre el reciclaje del cartón, de tal manera, que exista una excelente interacción e intercambio de opiniones, resolución de dudas y la aportación de ideas por parte de los estudiantes y directivas, siendo la clave esencial del centro de acopio el uso del internet como medio idóneo para la educación y la sensibilización ambiental.

Estrategia de precios para la negociación

Se aplicara el precio basado en el análisis de competencia, es decir, que será un pequeño porcentaje arriba o debajo de ellos, para aquello es importante identificar los costos y gastos financieros que se presentan antes de ser comercializados. En caso de no ser rentable, no se lo tomará en cuenta para el portafolio y oferta, si no es por razones estratégicas.

Estructura organizacional propuesta.

En relación a la estructura organizacional de la empresa REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA se observa una disposición jerárquica apropiada y una distribución adecuada de los mandos en las diferentes áreas, sin embargo, se considera apropiado que al implementar la nueva línea de abastecimiento se contrate el personal idóneo para dinamizar la gestión interna de la compañía con respecto a la compra, recepción y control de la nueva línea de abastecimiento de materia prima.

Programa para mejorar el abastecimiento de la empresa.

El desarrollo de un programa que permita a la empresa REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA realizar el abastecimiento de materia prima de una manera más eficiente y sin recurrir de demasiados costos, o sin generar inconvenientes es algo sumamente necesario, y constituye un elemento crucial en la propuesta del presente proyecto.

Para esto se considera necesario determinar cuáles son las etapas de los procesos que deben de ser desarrolladas por la empresa para la finalmente realizar la comercialización, concluyendo desde

el momento en el que recibe la materia prima, el almacenamiento de la misma, los monitores requeridos, y su posterior comercialización a los clientes.

Contacto con las instituciones.

Las escuelas y colegios son lugares donde podemos conseguir cartón, por lo que desarrollar un convenio con las autoridades de estos centros educativos para poder acceder directamente a los desechos que se puedan utilizar como materia prima para la empresas exportadoras, además tiene el potencial de constituir una estrategia que permitiría a la compañía a abaratar los costos requeridos, así como el de la transportación de los mismos. Además contar con un proveedor asegurado durante un período de tiempo importante puede ayudar a mitigar los problemas de suministros que podrían ocurrir en la compañía, garantizando que la actividad de la transformación y reciclaje de estos materiales no se vea interrumpida o sufra de algún otro tipo de contratiempos.

El desarrollo de los convenios con los centros educativos no solo proporcionaría un suministro constante y seguro de materia prima para el empresa REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA, también permitiría a esta organización posicionarse como una de las líderes en el área de material reciclado, un mercado que se encuentra en expansión y que cada vez se beneficia más de la creciente consciencia ambiental que tiene buena parte de la población y del mayor interés que resulta para una gran cantidad de clientes que el producto que están adquiriendo haya sido obtenido de materiales reciclados o reutilizados, mientras se logra disminuir el impacto ambiental de cada una de las actividades que se realizan para sostenerlo.

Negociación y cierre del negocio.

La empresa REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA cuenta con una persona nueva para la negociación que según el Ministerio de Educación existen 1550 instituciones educativas de Guayaquil, en las cuales topará los siguientes temas:

- La importancia de los convenios
- Concientización sobre el reciclaje
- Beneficios monetarios
- Precios de la compra
- Las facilidades para la recolección
- Horarios de visitas y recolección

Como comprobación de la viabilidad de este Proyecto podemos resumir y presentar una tabla donde detallan:

Un cuadro comparativo del estado de resultados que parte del año base 2018 donde se ve reflejado una proyección del estado de la empresa en el 2018 con datos relativos proporcionados por la empresa del período comercial 2017, a su vez se detalla el estado consolidado 2018 donde se observa el incremento de la nueva línea y el estado de resultados con datos propiamente de la nueva línea en conjunto con la diferencia porcentual que la misma proporciona al estado consolidado. Cabe recalcar que al implementar la nueva línea los gastos de ventas no incrementarán únicamente se ajustará al presupuesto de venta ya dispuesto. Por lo tanto, da como resultado un incremento en su utilidad y la capacidad de pago para afrontar los gastos que se van a generar tanto con el préstamo, gastos de administrativos, ventas y la contratación de nuevo personal.

Recalcando que la propuesta del incremento, se estima una utilidad bruta de un 31% lo que indica que sería favorable para el Centro de Acopio el incremento de esta nueva línea de abastecimiento.

Costos Variables y Fijos sin la nueva línea y con la nueva línea.

Costos Variables Anuales sin la nueva línea

| TIPO DE COSTO | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Promedio Primer Año | Mensual |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|
| Unidades producidas | 6.000 | 6.300 | 6.615 | 6.946 | 7293 | | |
| Costo variable unitario | 120,00 | 122,56 | 125,17 | 127,83 | 130,56 | | |
| Total Costos Variables | 720.000,00 | 772.102,80 | 827.976,02 | 887.892,50 | 952.144,84 | 60.000,00 | |

Se refleja que existirá costos variables en relación a la cantidad producida del bien por el costo variable unitario, el mismo que año a año incrementará con base a una inflación promedio del 2,3% mientras que la cantidad producida se proyecta un incremento del 5%, es decir que para el año 2018 se conoce que se producirá un total de 6000 unidades a un costo de \$120 presentando un costo variable total de \$720.000

Costos Fijos Anuales sin la nueva línea

| TIPO DE COSTO | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Promedio Primer Año | Mensual |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|
| Costo de Venta | 139.680,66 | 155.559,69 | 157.985,31 | 160.462,60 | 162.992,66 | 11.640,05 | |
| Gastos Administrativos | 43.207,68 | 51.603,66 | 52.418,18 | 53.250,05 | 54.099,64 | 3.600,64 | |
| -Sueldos y salarios | 40.237,68 | 48.571,04 | 49.356,78 | 50.159,26 | 50.978,83 | 3.353,14 | |
| -Servicios Básicos | 1.320,00 | 1.348,12 | 1.376,83 | 1.406,16 | 1.436,11 | 110,00 | |
| -Varios | 1.650,00 | 1.684,51 | 1.684,57 | 1.684,63 | 1.684,70 | 137,50 | |
| Gastos de Ventas | 2.910,00 | 2.971,98 | 3.035,29 | 3.099,94 | 3.165,97 | 3.233,40 | |

| | | | | | | |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| TOTAL | 185.798,34 | 210.135,33 | 213.438,78 | 216.812,59 | 220.258,26 | 4.618,52 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|

Se detalla los costos fijos que la empresa obtiene sin integrar aún la nueva línea de abastecimiento, por ende dicho costo comprende tanto los costos incurridos en la producción, gastos administrativos integrados por el pago de sueldos y salarios, servicios básicos y varios, y por último los gastos de ventas que básicamente incluyen todo relacionado al marketing y publicidad.

Costos Variables Anuales con la nueva línea

| TIPO DE COSTO | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Promedio Mensual Primer Año |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------------|
| Unidades producidas | 2.400 | 2.448 | 2.497 | 2.547 | 2.598 | |
| Costo variable unitario | 120,00 | 122,56 | 125,17 | 127,83 | 130,56 | |
| Total Costos Variables | 288.000,00 | 300.017,09 | 312.535,60 | 325.576,46 | 339.161,46 | 24.000,00 |

Se refleja los costos variables con la implementación de la nueva línea que de igual manera se relaciona a la cantidad producida por el costo variable unitario, el mismo que año a año incrementará con base a una inflación promedio del 2,3% mientras que la cantidad producida se proyecta un incremento del 2%, es decir que para el año 2018 se conoce que se producirá un total de 2.400 unidades a un costo de \$120 presentando un costo variable total de \$288000.

Costos Fijos Anuales de la nueva línea

| TIPO DE COSTO | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Promedio Mensual Primer Año |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------------------------|
| Costo de Venta | 27.164,79 | 30.647,44 | 31.050,49 | 31.462,13 | 31.882,53 | 2.263,73 |
| Gastos Administrativos | 9.322,24 | 10.745,88 | 10.892,13 | 11.041,49 | 11.194,04 | 258,95 |
| -Sueldos y salarios | 5.748,24 | 7.104,15 | 7.216,40 | 7.331,04 | 7.448,12 | 479,02 |
| -Servicios Básicos | 1.560,00 | 1.593,23 | 1.627,16 | 1.661,82 | 1.697,22 | 130,00 |
| -Varios | 2.014,00 | 2.048,51 | 2.048,57 | 2.048,63 | 2.048,70 | 167,83 |
| TOTAL | 36.487,03 | 41.393,32 | 41.942,62 | 42.503,62 | 43.076,57 | 3.040,59 |

Se representa los costos fijos empleados para la nueva línea de abastecimiento durante los tres últimos meses del año 2018 por motivo que desde el mes de octubre se implementará dicha propuesta.

Comprobación de viabilidad del proyecto

TIR, VAN, PAY BACK

| | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| INVERSIÓN TOTAL | \$(96.034,11) | | | | | |
| UAIT | | \$21.306,82 | \$18.902,40 | \$21.965,16 | \$25.226,79 | \$28.705,11 |
| Pago Part. Trab. | | \$3.196,02 | \$2.835,36 | \$3.294,77 | \$3.784,02 | \$4.305,77 |
| Pago de IR | | \$5.326,70 | \$4.725,60 | \$5.491,29 | \$6.306,70 | \$7.176,28 |
| EFFECTIVO NETO | \$12.784,09 | \$11.341,44 | \$13.179,10 | \$15.136,08 | \$17.223,06 | |
| (+) Deprec. Área Prod. | | \$12.800,00 | \$12.800,00 | \$12.800,00 | \$12.800,00 | \$12.800,00 |
| (+) Valor Residual de Act. Tang. | | | | | | \$12.800,00 |
| (+) Recuperación Cap. Trabajo | | | | | | \$23.342,51 |
| (+) Préstamo concedido | | \$1.788,01 | \$7.703,70 | \$8.668,70 | \$9.754,57 | \$10.976,47 |
| FLUJO NETO DEL PERIODO | \$(96.034,11) | \$27.372,10 | \$31.845,14 | \$34.647,79 | \$37.690,65 | \$77.142,04 |
| Saldo Periodo de Recuperación | \$(96.034,11) | \$(68.662,01) | \$(36.816,87) | \$(2.169,07) | \$35.521,58 | |
| | | TIR | 27,01% | | | |
| | | VAN | \$18.119,55 | | | |
| | | Pay Back | 3,16 | años | | |

Se representa los costos fijos empleados para la nueva línea de abastecimiento durante los tres últimos meses del año 2018 por motivo que desde el mes de octubre se implementará dicha propuesta.

Cuadro Comparativo

| AÑO | Consolidado 2018 | Sin nueva línea 2018 | Nueva línea 2018 | % de incremento |
|--|---------------------|----------------------------|------------------------|--------------------|
| Ingreso de Actividades Ordinarias | 1.320.000,00 | 960.000,00 | 360.000,00 | 27% |
| Costo de Venta | 1.174.845,45 | 859.680,66 | 315.164,79 | -27% |
| Utilidad (Pérdida) Bruta | 145.154,55 | 100.319,34 | 44.835,21 | 31% |
| (-)Gastos Financieros | 1.406,15 | | 1.406,15 | -100% |
| (-)Gastos Administrativos | 52.893,92 | 43.571,68 | 9.322,24 | -18% |
| (-)Gastos Ventas | 2.910,00 | 2.910,00 | | 0% |

| | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------|
| (-)Gastos de Depreciación | 51.200,00 | 38.400,00 | 12.800,00 | -25% |
| Utilidad O Pèrdida antes de Imptos | 36.744,48 | 15.437,66 | 21.306,82 | 58% |
| (-) Participación Trabajadores | 5.511,67 | 2.315,65 | 3.196,02 | -58% |
| (-) Impto a la Renta | 9.186,12 | 3.859,42 | 5.326,70 | -58% |
| Utilidad Neta | 22.046,69 | 9.262,60 | 12.784,09 | 58% |

Se muestra un cuadro comparativo del estado de resultados que parte del año base 2018 donde se ve reflejado una proyección del estado de la empresa en el 2018 con datos relativos proporcionados por la empresa del período comercial 2017, a su vez se detalla el estado consolidado 2018 donde se observa el incremento de la nueva línea y el estado de resultados con datos propiamente de la nueva línea en conjunto con la diferencia porcentual que la misma proporciona al estado consolidado. Cabe recalcar que al implementar la nueva línea los gastos de ventas no incrementarán únicamente se ajustará al presupuesto de venta ya dispuesto. Por lo tanto, da como resultado un incremento en su utilidad y la capacidad de pago para afrontar los gastos que se van a generar tanto con el préstamo, gastos de administrativos, ventas y la contratación de nuevo personal.

Conclusiones

La empresa REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA en su centro de acopio, realiza gestiones de la compra de la materia prima mediante dos fuentes de abastecimiento, una de ellas son las bodegas recicladoras, las demás son empresas de diferentes sectores, estas le limitan a manejar una brecha de precios, capacidad de compra.

La falta de una política de abastecimiento de materia prima eficiente en la empresa, es uno de los puntos claves para evitar el desperdicio y permitirá a la organización optimizar su operación y mejorar los niveles de servicio, evitando pérdida en las ventas y reduciendo costos innecesarios por almacenamiento de bienes que tienen baja rotación o demanda.

Toda organización requiere de una buena estructura organizacional, para crecer y obtener rentabilidad, además permite que la alta gerencia identifique el talento humano necesario, para lograr las metas establecidas en el plan anual de la organización.

El incremento del Centro de acopio en REUSO Y RECICLAJE ZUÑIGA, es factible porque en la actualidad el cartón es uno de los materiales más utilizados en la vida cotidiana, aunque también

representa una de las principales fuentes de contaminación, por lo cual frente a esta realidad, la reutilización del cartón u otros materiales reciclables se convierte en una atractiva oportunidad de negocios.

Recomendaciones.

Es necesario dar el mantenimiento adecuado a los medios de transporte y maquinarias que se utilizan en los procedimientos del reciclaje, ya que son las herramientas esenciales para culminar con éxito el proceso.

Mediante la política de abastecimiento, se debe apuntar esfuerzos en forma general a una administración de cadena de suministro, que este reorientada a una estrategia de producción, que está basada a un adecuado conocimiento de la demanda, Definir claramente las responsabilidades de cada persona por medio de una descripción de las funciones de su trabajo, dependiendo de la posición que ocupe en el organigrama de la empresa, para evitar conflictos en las actividades operativas que se lleven a cabo en la organización.

Motivar a los ciudadanos a retomar experiencias sobre el reúso y reciclaje de los residuos sólidos, como un paso complementario o previo a su reciclaje a nivel industrial y reducir la contaminación del medio ambiente.

1 Trabajos citados

- Abascal, E., & Grande, I. (2013). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC.
- Aguero Cobo, L. (2014). *Estrategias de fidelización de clientes*. Santander: Universidad de Cantabria.
- Aguirre, D. (2014). *El plástico reciclado como elemento constructor de la vivienda*. Cuenca: Facultad de Arquitectura y Urbanismo Universidad de Cuenca.
- Alcaide, J. C. (2016). *www.marketingdeservicios.com*. Obtenido de www.marketingdeservicios.com
- Alfredo Fernández Lorenzo. (2012). *Metodología para elaborar Planes de negocio*. Escuela de Organización Industrial. Madrid: Escuela de Organización Industrial.
- Anderson Diaz., M. A. (2004). Logística inversa y Medio Ambiente. En *Logística inversa y Medio Ambiente, aspectos estratégicos y operativos* (pág. 292). Madrid: ARGA.
- ANTONIO, C. C. (NOVIEMBRE de 2009). *BIBDIGITAL.EPN.EDU.EC*. Recuperado el 18 de JULIO de 2014, de BIBDIGITAL.EPN.EDU.EC:
www.google.com/ec/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBkQFj
- Antonio, S. B. (2016). *MEDIOS Y GESTIÓN DEL TRANSPORT*. Obtenido de Logística y Abastecimiento: <https://logisticayabastecimiento.jimdo.com/distribuci%C3%B3n-y-transporte/>
- ARAUJO, A. (2014). *EL COMERCIO.COM*. Recuperado el 15 de JULIO de 2014, de EL.COMERCIO.COM:
www.elcomercio.com.ec/negocios/mercado-de-cocinas-de-induccion.html
- Arias, A. (2012). *Economía: Sociedad y medio ambiente: reflexiones y avances hacia un desarrollo .* Reverte : Catalunya.
- Ballou, R. (2013). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Valencia: ESIC.
- Barragán, A. (21 de Septiembre de 2011). *www.pymerang.com*. Obtenido de www.pymerang.com/marketing-y-redes/893-las-ventajas-del-ghost-marketing
- Benavides Nieto, D. (2013). *www.dspace.udla.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3410/1/UDLA-EC-TTM-2013-04%28S%29.pdf>

- Best, R. (2007). El enfoque en el cliente y la gestión de su lealtad. En R. Best, *Marketing estratégico* (pág. 9). Madrid: Pearson education.
- Bird. (2000). *Aprenda Investigación de Mercado en una semana*. España.
- Braidot, N. (2009). *Neuromarketing*. Buenos Aires: Editorial Granica.
- Calle Mejía, M. G., & Gómez Ullauri, M. (2009). *www.dspace.uazuay.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1684/1/07341.pdf>
- Castelles, E. (2011). *Los plásticos residuales y sus posibilidades de valoración*. Catalunya: Reverte.
- Coronado, o., Sotelo, H., & Chávez, Á. (2012). *Diseño y Proyección Logística de un Centro de Acopio y Manejo de Residuos Sólidos para el Relleno Sanitario Doña Juana*. Obtenido de Universidad Militar Nueva Granada: http://www.umng.edu.co/documents/10162/745280/V3N1_3.pdf
- Dominguez, S., & Samudio, C. (2012). *www.ips.gov.py/*. Obtenido de http://www.ips.gov.py:8080/portal/rest/jcr/repository/collaboration/sites%20content/live/lpsWeb/web%20contents/manuales/Gu%C3%ADa%20de%20Protocolo%20y%20Organizaci%C3%B3n%20de%20Eventos%20IPS_Oficial.pdf
- Duque, L., & Torres, J. (2016). *Logística Inversa en el Reciclaje de Chatarra en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- El TELEGRAFO. (30 de 06 de 2014). *telegrafo.com*. Recuperado el 09 de 08 de 2014, de [telegrafo.com: www.telegrafo.com/economia/item/cocinas-de-induccion-costaran-desde-156-hasta-680.html](http://www.telegrafo.com/economia/item/cocinas-de-induccion-costaran-desde-156-hasta-680.html)
- Espindola Guzman, M. E., & Salazar Mera, O. F. (2011). *www.repositorio.pucesa.edu.ec*. Obtenido de www.repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/592
- Estanyol, E. (Febrero de 2012). *www.uoc.edu*. Obtenido de www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero08/articles/Article-Elisenda-Estanyol.html
- Facebook. (2018). Obtenido de <https://es-la.facebook.com/reciclajeuniga/>
- Fernández Tenesaca, M., & Lalvay Zhingri, W. (Julio de 2010). *www.dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/836>
- Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México, DF: Pearson.
- GAD de la Ilustre Municipalidad del cantón Daule. (2015). *Plan de Desarrollo y de Ordenamiento Territorial del Cantón Daule 2015-2025*. Daule.
- García, F. (2011). *El cuestionario*. Ciudad de México: Limusa.
- García, J., & Ramos, C. (2013). *Estadística administrativa*. Cádiz: Publicaciones UCA.
- Grönroos, C. (1990). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Guerras, L., & Navas, J. (2013). *Implantación de las estrategias*. Barcelona: UOC.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Definición del alcance de la investigación que se realizará. En R. Hernández, C. Fernández, & M. Baptista, *Metodología de la investigación* (pág. 91). México: McGraw Hill Education.

- INEC. (Diciembre de 2011). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Pr esentacion.pdf
- INEC. (5 de Enero de 2017). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec/inflacion-diciembre-2016/
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (10 de 01 de 2011). *INEC*. Recuperado el 15 de 10 de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Jordan, M., Moncayo, R., & Ortega, M. (2009). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4184/1/5470.pdf>
- Juez, P., & Diez, F. (2012). *Probabilidad y estadística matemática*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Estrategias de marketing impulsadas por el cliente. En P. Kotler, & G. Armstrong, *Fundamentos de marketing* (pág. 186). Mexico: Pearson education.
- Kotler. (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. Mexico.
- Kotler, P. (1999). *El Marketing según Kotler*. Argentina: Paidós SAICF. Recuperado el 1 de Julio de 2013, de *Cómo crear, ganar y dominar los mercados* .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- LA HORA. (07 de 08 de 2014). *la hora.com.ec*. Recuperado el 09 de 08 de 2014, de [la hora.com.ec: www.la hora.com.ec/index.php/movil/noticia/1101709956](http://www.la hora.com.ec/index.php/movil/noticia/1101709956)
- Llimós, A. (2012). *Reciclaje* . Berceña: UOC.
- Llopis, R. (2011). *Grupos de investigación*. Madrid: ESIC.
- Maholtra, & Naresh. (2004). *Investigación de Mercado: Un enfoque aplicado*. Mexico: 4.
- Manzano Alvarado, P. (2011). *www.dspace.uazuay.edu.ec*. Obtenido de www.dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1838/1/08341.pdf
- Ministerio de Educación. (2013). *Indicadores Educativos 2011-2012*. Obtenido de www.educacion.gob.ec
- Mohammad. (2005). *Metodología de la investigación*. Mexico: 2da.
- Moreno, M. (2011). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Buenos Aires: Progreso.
- Moyano del Pezo, O., & Paredes Cruz, T. (2009). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11995/1/D-38564.pdf>
- Naghi, M. (2011). *Investigación de mercados*. Ciudad de México: Limusa.
- Oramas, J. M. (Julio de 2005). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de www.gestiopolis.com/metodos-para-la-evaluacion-financiera-de-proyectos/#pf4
- Orozco, M. (6 de Junio de 2016). El Banco Mundial proyecta que la economía ecuatoriana caerá 4%. *El Comercio*.

- Pau, J. (2012). *Manual de logística integral*. Buenos Aires : IICC.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*.
- Robusté, F. (2012). *Logística del transporte*. Catalunya: Politéc.
- Rodríguez Danta, M., González Fernández, A., & Beliver Cebreros, C. (1995). *Campos Electromagneticos*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Rodríguez Lucas, P., Rivera Barberan, G., & Cruz Silva, S. (11 de Noviembre de 2011). *www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/19090>
- Rodríguez, E. (2012). *Metodología de la investigación*. Tabasco : Universidad Juárez de Tabasco.
- Sainz, J. (2012). *El plan estratégico en la práctica*. Valencia : IICA.
- Sánchez, E. (16 de Julio de 2008). *Blogspot.com*. Recuperado el 09 de Agosto de 2014, de blogspot.com: Raizahinojosa.blogspot.com/2008/06/las-casas--comerciales.html?m=1
- Sarmiento Sarmiento, K. V. (Diciembre de 2011). *www.dspace.uisrael.edu.ec*. Obtenido de <http://190.11.245.244/bitstream/47000/30/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-499.pdf>
- Solanas, I. (2011). *Dirección de cuentas: Gestión y planificación de cuentas en publicidad*. Barcelona: UOC.
- Supercias. (2017). *www.ekosnegocios.com*. Obtenido de www.supercias.gob.ec: www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx
- Toledo, A. A., Valdés, M. T., & Santiago, J. R. (2013). *Economía, sociedad y medio ambiente: reflexiones y avances hacia un desarrollo sustentable en México*. Barcelona: Instituto Nacional de Ecología.
- Vacca, L., & Melo, C. (2013). *El reciclaje... cuestion de vida*. Barcelona: Pluma de Mompox.
- Valencia, A. G. (2011). Obtenido de www.repositorio.uct.edu.ec: http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/461/1/PROYECTO%20EMPRESARIAL%20COMPLEJO%20TURISTICO%20AGUA%20PANELA.pdf
- Virginie, M. (2013). *Los caminos del reciclaje*. Perú: NED Ediciones.
- Wayne, T. (2003). *Sistemas de Comunicaciones Electronica cuarta edición*. Mexico: Pearson Educación.
- Williams, U. (15 de Mayo de 2017). *Negocios Globales Logística Transporte Distribución*. Obtenido de <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=259>
- www.doblezero.events*. (2016). Obtenido de www.doblezero.events/2016/08/2892/
- www.miboda.com*. (Diciembre de 2015). Obtenido de <http://www.miboda.com/tendencias-decoracion-bodas/>
- Yañez, D. R. (2012). *www.repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de www.repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/3304
- Zambrano, A. (2011). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Montalbán: Universidad Catolica Andres.

