

# **TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO**

**VIDA NUEVA**

**SEDE MATRIZ**



**TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**

**TEMA**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE  
RECICLAJE FERROSO Y NO FERROSO, EN EL SECTOR EL CONDADO-QUITO

**PRESENTADO POR**

BAUTISTA PEREZ TATIANA JACQUELINE

POZO CHUGCHILAN RICARDO DAVID

**TUTOR**

ING. FLORES TORRES PAULA KATHERINE MG.

**FECHA**

MARZO 2024

QUITO – ECUADOR

### **Certificación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Aplicación Práctica con el tema: "Plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector el Condado-Quito", presentado por los ciudadanos Bautista Perez Tatiana Jacqueline y Pozo Chugelilan Ricardo David, para optar por el título de Tecnólogo Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2024.



Tutor: Ing. Flores Torres Paula Katherine Mg.

C.I.: 0104889761

### Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector El Condado-Quito”, presentado por los ciudadanos Bautista Perez Tatiana Jacqueline y Pozo Chugchilan Ricardo David facultados en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

---

Nombre:

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

---

Nombre:

C.I

**DOCENTE TUVN**

---

Nombre:

C.I.:

**DOCENTE TUVN**

### **Cesión de Derechos de Autor**

Yo, Bautista Perez Tatiana Jacqueline portadora de la cédula de ciudadanía 1724371065, Pozo Chugchilan Ricardo David portador de la cédula de ciudadanía 1723502058, facultados en la carrera Tecnología Superior en Administración, autores de esta obra, certifico y proveo al Tecnológico Universitario Vida Nueva usar plenamente el contenido de nuestro Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector El Condado-Quito”, con el objeto de aportar y promover la cultura investigativa, autorizando la publicación de nuestro proyecto en la colección digital del repositorio institucional, bajo la licencia Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de marzo de 2024.

---

Bautista Perez Tatiana Jacqueline

C.I.: 1724371065

---

Pozo Chugchilan Ricardo David

C.I.: 1723502058

### **Dedicatoria**

Le dedicamos el resultado de este trabajo a Dios, por darnos la fuerza necesaria para culminar esta meta y porque sin su compañía no lo habiéramos logrado, en segundo lugar, a toda nuestra familia. Principalmente, a nuestros padres María Chugchilan, Manuel Bautista y Elena Pérez, que nos apoyaron y contuvieron los momentos malos y no tan malos. Gracias por enseñarnos a afrontar las dificultades sin perder nunca la cabeza ni morir en el intento.

También, queremos dedicarle este trabajo a nuestro hijo Jesús David, quien ha sido el motor que nos ha impulsado, demostrándonos cada día, que por más difícil sea el camino, se debe seguir con una sonrisa.

## **Agradecimiento**

A estas personas queremos expresar el más profundo agradecimiento:

En primer lugar, al Instituto Tecnológico Universitario Vida Nueva por abrirnos las puertas y acogernos como una familia y por toda la disponibilidad de trabajo que tuvieron con nosotros.

En segundo lugar, a nuestra tutora de proyecto de aplicación práctica, la Mg. Paula Flores por el apoyo incondicional que nos brindó desde el primer día, por transmitirnos su experiencia, su orientación y conocimientos.

## Tabla de Contenido

Resumen	12
Abstract	13
Introducción	14
Planteamiento del Problema	15
Descripción de la Situación Problemática	15
Formulación del Problema	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Justificación	17
Antecedentes	18
Marco Teórico	19
Plan	20
Plan Como Medio Para Alcanzar los Objetivos Propuestos	20
Eficiencia	21
Productividad	21
Eficacia	21
Planificación	21
Efectos de la Carencia de Planificación	22
Plan de Negocios	23
Marketing	23
Marketing Mix	23

	8
Producto	24
Plaza	24
Precio	24
Promoción	25
Mercado	25
Clientes	25
Empresa	25
Negocio	26
Reciclaje	26
Definición de Términos Básicos	26
Plan	26
Negocio	26
Centro de Acopio	26
Reciclaje	27
Ferroso - No Ferroso	27
Material	27
Clientes	27
Marketing	28
Materia Prima	28
Análisis PESTEC	28
Análisis de la Situación Política	28
Análisis de la Situación Económica	28
Análisis de la Situación Social	29



	9
Análisis de la Situación Tecnológica	29
Análisis de la Situación Ecológica	29
Análisis de la Situación Competitiva	29
Fuerzas de Porter	29
Emulación Entre Competidores	30
Dominio de Negociación del Comprador	30
Conminación de Nuevos Productos o Servicios Sustitutos	31
Dominio de Negociación de Proveedores	31
Conminación de Nuevos Competidores	31
Encadenamiento de Valor	31
Servicio	31
Metodología y Desarrollo del Proyecto	32
Diseño Metodológico	32
Variables y Definición Operacional	33
Variables y Definición Operacional	33
Diseño Muestral	35
Técnicas de Recolección de Datos	35
Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información	36
Análisis e Interpretación de los Datos Obtenidos en las Técnicas de Investigación	36
Observación	42
Análisis PESTEC	44
Fuerzas de Porter	48
Encadenamiento de Valor	50

	10
Matriz de Análisis DAFO	50
Matriz de Análisis DAFO Cruzado	54
Objetivos Estratégicos y su Impacto	58
Segmentación de Mercado	63
Estrategias de Marketing	63
Marketing Mix	64
Producto	64
Plaza	69
Precio	70
Promoción	71
Ingeniería del Negocio	72
Pasos de Atención al Cliente	72
Diseño del Proceso de Adquisición de Materiales Ferrosos y no Ferrosos (flujograma)	73
Diseño del Proceso de Venta de Materiales Ferrosos y No Ferrosos (flujograma)	74
Estructura Organizacional	75
Asignación de Funciones	76
Análisis Financiero del Negocio	77
Inversión Inicial	77
Proyección de Gastos Fijos Anuales	78
Cálculo del VAN	79
Calcular el VAN	80
Cálculo de la TIR	81
Cálculo del PRI	83

	11
Cálculo del (RC/B)	85
Propuesta	87
Objetivo del Plan de Negocio	87
Objetivos Específicos	87
Plan de Negocio	87
Aporte Social del Trabajo	89
Acerca de la Empresa	89
Filosofía Corporativa	89
Misión	90
Visión	90
Logotipo	90
Clasificación de Productos	91
Conclusiones	93
Recomendaciones	94
Referencias	95
Anexos	98

## Resumen

Debido a todos los factores que influyen en los cambios de mercado, los emprendedores o empresarios que quieran invertir en la implementación de un negocio, deberá primero analizar diversos factores, como el factor técnico y financiero que le permitan la identificación de la viabilidad del proyecto, por tanto, el presente trabajo de investigación tiene como finalidad elaborar un plan de negocio para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector Condado-Quito, ofreciendo a su vez la solución a los requerimientos identificados en el estudio, el beneficio será creado para las dos partes, cliente, la metodología utilizada en el desarrollo el trabajo tiene un diseño no experimental ya, que no existe manipulación de las variables, de carácter transversal, ya que el trabajo se desarrolla por única vez como proceso de estudio; de nivel descriptivo por la manera de presentar la información, y de campo al tomar los datos de manera directa.

Los instrumentos aplicados son de tipo cualitativo, las técnicas utilizadas fueron la entrevista con 8 ítems y la observación directa con 4 reactivos, la entrevista estuvo orientada a las personas que asistieron el día de la visita al centro acopio de reciclaje, se aplicó además la investigación de tipo bibliográfica o documental, porque se analizaron varias teorías propuestas por diversos autores que hacen hincapié en el tema propuesto, como técnicas estadísticas para el procesamiento de información, se utilizó Word para la redacción organizada adecuada y sencilla, con la finalidad de obtener la información requerida que permita establecer adecuadamente la implementación del Plan de negocio.

**Palabras Clave:** PLAN DE NEGOCIO, CENTRO DE ACOPIO DE RECICLAJE, RECICLAJE FERROSO Y NO FERROSO.

### **Abstract**

Due to all the factors that influence market changes, entrepreneurs or businessmen who want to invest in the implementation of a business must first analyze several factors, such as the technical and financial factors that allow them to identify the feasibility of the project. Therefore, the purpose of this research work is to develop a business plan for the implementation of a ferrous and non-ferrous recycling collection center in the Condado-Quito sector, offering a solution to the requirements identified in the study. The benefit will be created for both parties, client, the methodology used in the development of the work has a non-experimental design since there is no manipulation of the variables, cross-sectional, since the work is developed only once as a study process; descriptive level by the way of presenting the information, and field to take the data directly.

The instruments applied were qualitative, the techniques used were the interview with 8 items and direct observation with 4 items. The interview was oriented to the people who attended the day of the visit to the recycling collection center. A bibliographic or documentary type of research was also applied, because several theories proposed by various authors that emphasize the proposed topic were analyzed. As statistical techniques for the processing of information, Word was used for the adequate and simple organized writing, with the purpose of obtaining the information required to adequately establish the implementation of the Business Plan.

**Keywords:** BUSINESS PLAN, RECYCLING COLLECTION CENTER, FERROUS AND NON-FERROUS RECYCLING.

## **Introducción**

La implementación de un plan de negocio es relevante para quienes toman la decisión de invertir ya, que es una decisión difícil de tomar por los riesgos que ello implica, en la actualidad las empresas tienen que enfrentar enormes retos, como la competencia, que actualmente cuenta con presupuestos bastante grandes para obtener la atención de los consumidores. La implementación o puesta en acción de un plan de negocio es mucho más favorable que trabajar sin la elaboración de un plan debido a que no se conoce el camino que va a seguirse.

Mediante el análisis técnico y financiero realizado para la implementación de un plan de negocio se identificó que el proyecto es de gran viabilidad, por lo que se toma la decisión de implementar como tal el negocio.

El presente trabajo de investigación titulado “Plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector el Condado-Quito” tiene como finalidad el tomar acción para invertir en el proyecto.

El trabajo este compuesto por tres partes, detalladas a continuación:

La primera parte que contiene el marco teórico, donde se presentan diversas fuentes teóricas y definiciones de terminologías básicas que han sido de utilidad en el desarrollo de la investigación.

La segunda parte que comprende la metodología de estudio aplicada y el desarrollo de la investigación, donde se detalla el caso de estudio, considerando los resultados obtenidos en la investigación.

La tercera parte donde se establecen las estrategias y acciones para la solución de los requerimientos, encontrados en la sección o parte anterior, aquí se presenta la propuesta que dará solución al tema planteado.

## **Planteamiento del Problema**

### **Descripción de la Situación Problemática**

Un plan de negocio para la implementación de un nuevo emprendimiento es importante, ya que de esta manera es posible enfrentarse a los grandes retos que trae consigo el arte de emprender de implementar nuevos negocios o empresas, el plan permite trazar e identificar cada uno de los pasos que deberán tomarse para poner en marcha o acción un plan de negocio, por lo tanto, este plan plantea estrategias y acciones que facultan su ejecución.

La creciente acumulación de residuos de reciclaje ferroso y no ferroso en el sector Condado-Quito, genera preocupación debido al crecimiento de la contaminación del medio ambiente y la salud pública. La poca presencia de centros de acopio en dicho sector limita la generación de empleo y desarrollo económico de los habitantes locales. La carencia de infraestructuras para el reciclaje provoca o conduce a la disposición inapropiada de estos materiales, contribuyendo así a la degradación del entorno y proliferación de problemas ambientales.

### **Formulación del Problema**

¿De qué manera el desarrollo de un plan de negocio permitirá la implementación viable y efectiva de un centro de acopio de material reciclaje ferroso y no ferroso, al sector El Condado - Quito?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de material de reciclaje ferroso y no ferroso, a través de un estudio de inversión, para logro de la innovación, desarrollo sostenible y conciencia ambiental en las comunidades aledañas a la recicladora, en el sector El Condado – Quito.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado que permita la identificación de la demanda y las necesidades del mercado local en el sector El Condado.
- Evaluar con estudios técnicos y financieros la inversión para adquisición y ejecución del centro de acopio, considerando factores como la ubicación, infraestructura y costos asociados.
- Diseñar estrategias de promoción y sensibilización enfocadas en la comunidad local y empresas fomentando la participación en el reciclaje para la obtención de ingresos recurrentes.



### **Justificación**

El plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso en el sector del Condado – Quito fue realizada por la existencia de contaminación ambiental generada por la poca ausencia de infraestructura de centros de acopio.

Este plan de negocio contribuirá de manera económica y laboral con la generación de nuevos empleos, brindando a varias personas la oportunidad de acceder a una vacante laboral y tendrá un continuo mejoramiento dentro del suministro de materia prima para satisfacer y sustentar a nivel nacional el material.

Este proyecto se justifica a nivel cognitivo debido a que será una base de referencia para futuras generaciones que deseen desarrollar un plan operativo a diferente nivel de organización.

El desarrollo investigativo y aplicativo permitirá obtener un conjunto de estrategias con las cuales se den solución a varias problemáticas visualizadas en un sondeo primario el cual revela el planteamiento de un proyecto socialmente amigable, con el objetivo de satisfacer necesidades de un continuo mejoramiento. Este proyecto también contribuye como una referencia para todas las áreas medioambientales que deseen sumarse a este proyecto.

## Antecedentes

El entorno empresarial actualmente es cada vez más competitivo, cambiante y dinámico, por lo que la elaboración de un plan de negocio es aún más relevante, debido a que hay que adaptarse rápidamente a los cambios, identificar las oportunidades tomarlas y anticiparse a los desafíos, el plan de negocio es una herramienta de planeación que se originó en Estados Unidos durante los años 60 (del siglo XX) como solución al requerimiento de las empresas de invertir sus remanentes de capital, fue a partir del final de la década de los 70 que se disparó el desarrollo empresarial en torno a la tecnología (Borello, 2020, párr. 2).

Por lo tanto, el plan es un documento donde se trazan todas las actividades que se van a realizar, como parte de una planificación que tiene como fin lograr o alcanzar un objetivo.

“La implementación de un plan de negocio permite optimizar el lugar de una empresa dentro del mercado, mejorando consigo su rentabilidad económica” (Gaibor, 2017, p. 17). La elaboración de un plan de negocio es importante, por que de ello depende el éxito a largo plazo de una organización debido a que este brinda o proporciona una guía que permite enfrentar los desafíos existentes en un mercado saturado de opciones, es crucial que las instituciones desarrollen su propuesta de valor, por lo tanto, el desarrollo de un plan de negocio permite analizar diversas situaciones de la empresa, el plan de negocio es un documento, escrito con claridad, precisión y sencillez, este radica en el proceso de planificación. Este tipo de plan es útil para guiar un negocio, porque presenta los objetivos que quiere lograr y las actividades que se desarrollaran a diario para lograrlo (Arevalo, 2015, p. 25). En conclusión el plan de negocio es un documento que contiene los pasos a seguir para mejorar las condiciones económicas y financieras de una organización.

## Marco Teórico

Para desarrollar la presente investigación se consideran de importancia las siguientes teorías que permiten comprender el manejo de la temática:

Ecuador país donde el espíritu emprendedor se encuentra arraigado; lo que para algunos es considerado como un revés, para otros constituye una oportunidad para crecer ya, que en la dificultad como la crisis política, económica y social surgen iniciativas de desarrollo.

El plan de negocios tiene la facultad de ampliar la participación del mercado, medir la factibilidad y viabilidad de un proyecto para convertir una idea de negocio en realidad, a través de la aplicación de un estudio de mercado, técnico y financiero; con resultados que faculten la creación y desarrollo de una nueva oportunidad de negocio. “Es por ello, que debe establecerse o definirse procedimientos que tenga la capacidad de generar no solo solidez, sino que tenga la capacidad de crecer y expandirse en el mercado” (Gavilánez, 2019, p. 7).

“Un plan de negocios permite analizar si un proyecto es viable identificando los recursos que esta ofrece, para la creación de una nueva empresa o el crecimiento de una ya existente” (Chacha, 2020, p. 14).

Para ello debe establecerse un diseño organizacional que permita potenciar las ventas y comercialización de un producto, la persona que toma la decisión de implementar un negocio o emprender en alguna actividad económica, debe establecer un plan de negocio que le permita identificar si su idea de negocio funcionará o no, esto le permitirá tomar decisiones acertadas a la hora de realizar una inversión.

La tarea de diseñar un plan de negocio no es una tarea sencilla, porque que debe establecerse un procedimiento que permita dar respuesta a la problemática que presentan la mayoría de los emprendedores, es por ello que el diseño de un plan de negocio permite a las

empresas tener una perspectiva muy amplia de las oportunidades que esta puede tener, para ello se deben planificar y ejecutar estrategias de marketing que permitan incrementar los ingresos en ventas, además de realizar el estudio técnico de la gestión de la empresa de acuerdo con su tamaño, deben además establecerse técnicas que permitan la recolección de datos que faculten la proyección financiera y a su vez determinar si el proyecto es viable o no.

Se considera que las decisiones de negocio no deben ser tomadas a la ligera ya, que se podría tomar decisiones equívocas que en ocasiones terminan disminuyendo el patrimonio de quienes toman la decisión de emprender sin tener los conocimientos básicos sobre cómo hacerlo correctamente sin arriesgar su capital, es por ello, que con la aplicación de un plan de negocio los riesgos a la hora de invertir disminuyen y la toma de decisiones puede ser tomada con mayor certeza. (Jiménez, 2021, p. 18)

## **Plan**

“El plan es la agrupación de medidas que toma un emprendedor o persona para lograr sus metas, este se compone de pasos detallados, tiempo y requerimientos que son empleados para alcanzar un objetivo trazado” (Zorita, 2015, p. 1). Un plan debe tener una buena estructura porque así se identifica fácilmente los pasos a seguir e identifica en que parte del proceso se encuentra un proyecto.

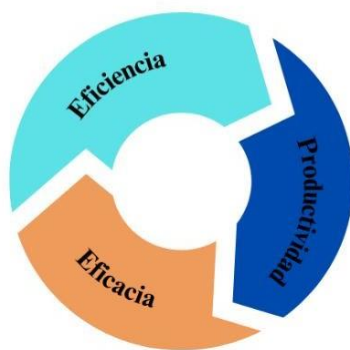
## **Plan Como Medio para Alcanzar los Objetivos Propuestos**

El plan es el medio a través del cual se obtienen los objetivos propuestos.

**Figura 1**

*Medio para lograr los objetivos trazados*

## **Plan como medio para alcanzar los objetivos**



*Nota.* La figura representa el medio que permite alcanzar los objetivos trazados. Adaptado de Plan de Negocio (p. 14), por Zorita, 2015, Esig Editorial.

***Eficiencia***

Nivel en el que es logrado un objetivo.

***Productividad***

Empleo de medios limitados para el logro del objetivo.

***Eficacia***

La eficacia no es más que la suma de la eficiencia y la productividad.

**Planificación**

La planificación esta enfoca en lo que se quiere lograr, para ello se considera la asignación de recursos suficientes para efectuarlo. De acuerdo con:

Es el análisis del medio donde la nueva empresa o emprendimiento compite, la definición de las metas que se quieren alcanzar y establecer las estrategias para obtenerlas, por tanto, la

planificación es el medio para la obtención de los objetivos propuestos siguiendo los pasos previamente establecidos.

La planificación permite decidir con antelación la toma de decisiones de acuerdo con el plan establecido ya sea a corto, mediano o largo plazo, este proceso permite la asignación de tareas determinadas para cada uno de los departamentos de la empresa (Zorita, 2015, p.14).

Además, es una de las funciones básicas que faculta a la organización prepararse para competir en medios venideros, tomando el control de riesgos y beneficiarse de oportunidades, la planificación adecuada se basa en hacer predicciones en el conocimiento de la institución.

### **Efectos de la Carencia de Planificación**

La carencia de planificación en una organización trae consigo desorden ya, que no se tiene establecida una ruta clara y todos están enfocados en objetivos distintos. “La carencia de planificación conforma un factor de costos riesgoso que puede ocasionar la quiebra de la empresa en el mediano plazo, debido a que provoca desecho de dinero, de tiempo y oportunidades” (Zorita, 2015, p. 15).

La carencia de planificación provoca lo siguiente:

- Falta de control.
- Diversas situaciones imprevistas.
- Inexistencia de métricas de evaluación de éxito o fallo de la diligencia.
- Carencia de ruta de acción.
- Riesgosa visión a corto plazo.
- Carencia de normativa para la toma de decisión de inversión y gasto.
- Arriesgado componente de coste, que genera: desperdicio de dinero, tiempo y oportunidad.

## **Plan de Negocios**

El plan de negocio está conformado por el documento escrito, donde se detalla y examina una oportunidad de negocio, analiza la factibilidad técnica y financiera de la idea que se indaga cubrir y desarrollar estrategias, procesos para transformar o materializar una idea (Juliá, 2019, p. 12).

El documento deberá tener detalladamente las actividades de la nueva empresa, su mercado objetivo, competencia, estrategias, objetivos, recursos, fuentes de financiamiento, activos y personal idóneo.

## **Marketing**

“El marketing es una corriente filosófica basada en lograr los objetivos de la organización, para una correcta aplicación se necesita conocer las necesidades y deseos del mercado objetivo entregando los satisfactores deseados de manera correcta” (Arstrong y Kotler, 2013, p. 10). Mediante el uso y aplicación correcta del marketing las empresas tienen la posibilidad de expandir su mercado, mejorar su posicionamiento, tener credibilidad y sobre todo de darse a conocer.

## **Marketing Mix**

EL marketing mix se compone de la unión única de las estrategias de producto, plaza, promoción y precio, esta mezcla tiene la finalidad de generar intercambios mutuos.

## Figura 2

### *Mezcla del marketing mix*



*Nota.* La figura representa la mezcla del marketing mix. Adaptado de Marketing, (p.47), por Lamb et, al., 2011, Cengage Learning.

### ***Producto***

La estrategia de producto es primordial para el éxito de cualquier organización debido a que determina como se desarrolla, posiciona y gestionan los bienes o servicios.

### ***Plaza***

Esta estrategia es un elemento fundamental del marketing y está centrada en hacer accesible o acercar los productos al consumidor.

### ***Precio***

El precio es la percepción de valor y competitividad de una empresa ya, que este influye de manera considerable en la rentabilidad de la empresa.



### ***Promoción***

La promoción es una estrategia diseñada a corto plazo, para el estimular las ventas y aumentar la demanda de bienes o servicios.

### ***Mercado***

El mercado está definido como el conjunto o totalidad de adquirientes o demandantes actuales y potenciales de un bien o servicio en específico, este tipo de consumidores comparten una necesidad o anhelo que puede ser atendido a través del intercambio comercial (Armstrong y Kotler, 2013, p. 12).

El mercado es el lugar donde los productores y vendedores exponen sus productos y servicios para que los demandantes puedan fácilmente adquirirlos.

### ***Clientes***

Los clientes son la razón de ser de las empresas, por tanto, sin clientes no hay empresa. “El cliente es el punto de inicio y parada final de las actividades de marketing, es la única razón de la existencia del marketing” (Rodríguez, 2023, párr.3).

### ***Empresa***

La empresa es un organismo de comercio que se dedica a producir o vender bienes y servicios con la finalidad de obtener beneficios. “Una empresa es una institución de individuos que gestionan ciertos recursos para lograr beneficio económico, mediante la creación de un producto o servicio que satisface la necesidad de las personas. Su finalidad es buscar el lucro” (Sánchez, 2024, párr. 1).

**Negocio**

Actividad comercial o empresarial que busca la obtención de beneficios económicos mediante la venta de los productos o servicios que ofrece. “Un negocio conforma todo tipo de labor, ocupación o sistema enfocado en lograr beneficios económicos” (Roldán, 2021, p. 1).

**Reciclaje**

Técnica a través de la cual los materiales que se utilizan o desecha son recolectados, separados y procesados para ser convertidos en nuevos bienes en lugar de ser desechados, La práctica de esta actividad tiene como finalidad la reducción de los residuos y la conservación de los recursos naturales y generar una disminución del impacto ambiental. “Proceso simple o complejo donde; la reutilización y reducción del consumo manifiesta de manera concreta la toma de conciencia del ser humano y su función protagónico en el tratamiento o proceso de transformar la realidad como especie superior” (Traverso et al., 2022, p. 1).

**Definición de Términos Básicos*****Plan***

Un plan es un conjunto organizado de acciones diseñadas para alcanzar un objetivo específico. Puede referirse a planes estratégicos en los negocios, proyectos de desarrollo, planes de marketing, entre otros.

***Negocio***

Un "negocio" es una actividad comercial dedicada a la venta de productos o servicios con la finalidad de obtener beneficios.

***Centro de Acopio***

Un "centro de acopio" es un lugar designado para la recolección y almacenamiento temporal de materiales específicos, como productos reciclables, donaciones o bienes específicos.

Estos centros suelen tener como objetivo facilitar la clasificación, el procesamiento y la distribución eficientes de los materiales o recursos recopilados.

### ***Reciclaje***

El reciclaje es un proceso mediante el cual materiales previamente utilizados o desechados se recolectan, se procesan y se transforman para ser reutilizados en la fabricación de nuevos productos. El objetivo principal del reciclaje es reducir la cantidad de residuos, conservar recursos naturales y disminuir el impacto ambiental asociado con la extracción y procesamiento de materias primas.

### ***Ferroso - No Ferroso***

Es importante señalar que el término "ferroso" se utiliza principalmente para describir materiales que contienen hierro, mientras que "no ferroso" se utiliza para aquellos materiales que no contienen hierro.

### ***Material***

El término "material" se refiere a cualquier sustancia, elemento o compuesto que puede utilizarse para fabricar productos o realizar procesos. Los materiales son la base de todo lo que nos rodea y pueden tener propiedades físicas y químicas diversas.

### ***Clientes***

Un cliente es quien adquiere los productos o servicios de un negocio. Por lo tanto, es quien consume, desde la perspectiva empresarial. Se trata de un cliente que realiza compras de manera regular, o un cliente que realiza una compra por única vez.

### ***Marketing***

Proceso mediante el cual se plantean estrategias que permiten el incremento de los ingresos de una institución, con la generación de relaciones recíprocas donde dos partes que conforman los consumidores y empresas se benefician de manera mutua, la una tiene una necesidad insatisfecha mientras que la otra busca satisfacer dicha insatisfacción.

### ***Materia Prima***

La "materia prima" son recursos básicos o sustancias primarias que se utilizan en la producción de bienes y productos. Son materiales que pasan por un proceso de transformación a través de procesos industriales para crear productos finales. La elección de la materia prima puede variar según la industria y el producto final deseado.

### **Análisis PESTEC**

“Herramienta estratégica, que proporciona una visión integral del entorno empresarial, facultando a las organizaciones a tomar decisiones informadas y desarrollar estrategias que permitan enfrentar los desafíos y capitalizar las oportunidades”. Así lo refiere (Londoño, s.f).

### ***Análisis de la Situación Política***

Establece la normativa tanto formal como informal, bajo los cuales opera una empresa, como los permisos de funcionamiento.

### ***Análisis de la Situación Económica***

Permiten establecer las condiciones para el financiamiento y las decisiones de inversión: están directamente vinculadas con la capacidad adquisitiva de los clientes de la empresa y que representa gran valor para las actividades de comercio.

### ***Análisis de la Situación Social***

Facultan el establecimiento de valores, actitud, opinión y estilo de vida empleados partiendo de condiciones sociales, culturales, demográficos, etnias religiosas, que tienen su existencia en el entorno de la empresa.

### ***Análisis de la Situación Tecnológica***

Están caracterizadas por la rapidez del cambio, innovación científica permanente, el crecimiento del progreso tecnológico y la amplia socialización del progreso.

### ***Análisis de la Situación Ecológica***

Está caracterizada por la conciencia ecológica, y conservar el medio ambiente, siendo esta una preocupación de primer orden para las personas.

### ***Análisis de la Situación Competitiva***

La influencia competitiva se compone de las 5 fuerzas de Porter.

Este análisis faculta a las organizaciones a analizar una situación, permite la revisión de estrategias.

### **Fuerzas de Porter**

Metodología que permite a las empresas a entender de mejor manera el entorno competitivo identificando oportunidades y amenazas, formulando estrategias que permitan mantener una ventaja competitiva.

**Figura 3***Fuerzas competitivas de Porter*

## Cinco fuerzas de Porter



### **Emulación entre competidores**

Adopta diversas formas familiares, incluyendo descuentos en precios, lanzamiento de nuevo bienes, publicidad y mejora de servicios

### **Dominio de negociación del comprador**

Los compradores tienen la capacidad de captar mayor valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad.

### **Conminación de nuevos productos o servicios sustitutos**

Sustituto cumple la misma función o una similar que el producto de un sector.

### **Dominio de negociación de proveedores**

Capturar la mayor parte del valor para sí mismos

### **Conminación de nuevos competidores**

Los competidores nuevos introducen nuevas capacidades y el deseo de tener participación en el mercado.

*Nota.* La figura representa las cinco fuerzas de Porter. Adaptado de Ser Competitivo edición actualizada y aumentada (p. 33-48), por Michael Porter, 2017, Harvard Business School Publishing Corporación.

### ***Emulación Entre Competidores***

La emulación o rivalidad entre competidores se basa directamente en la competencia entre organizaciones pertenecientes al mismo sector o giro de negocio

### ***Dominio de Negociación del Comprador***

El comprador tiene la capacidad de incidir en los precios, condicionamiento de venta y aspectos como las transacciones comerciales.

### ***Conminación de Nuevos Productos o Servicios Sustitutos***

Los nuevos productos o productos sustitutos cumplen una función similar a un determinado producto, si la amenaza de los sustitutos se encuentra en un nivel alto, la rentabilidad del sector se ve afectada.

### ***Dominio de Negociación de Proveedores***

Los proveedores tienen la facultad de capturar la mayor parte del valor por sí solos cobrando precios elevados.

### ***Conminación de Nuevos Competidores***

Los nuevos competidores tienen la capacidad de introducir capacidades nuevas y prima el deseo de tener participación en el mercado.

### **Encadenamiento de Valor**

“El encadenamiento de valor se basa en una serie de procedimientos que son producidos para crear un producto o servicio que permite satisfacer una necesidad” así lo refieren los autores. (Krajewski, et al., 2008, p. 9). Se puede decir que una cadena de valor está compuesta por cada uno de los pasos que conllevan a la elaboración de un bien o servicio.

### **Servicio**

Actualmente en muchas organizaciones el servicio es mucho más eficiente que el marketing, para lograr incrementar el nivel de negocios, cuando la estrategia de servicios de una empresa está globalizada y es elevadamente profesional, el servicio incrementa las utilidades finales más que las actividades que son realizadas en el área administrativa. De acuerdo con: (Tschohl, s.f)

## **Metodología y Desarrollo del Proyecto**

### **Diseño Metodológico**

El proyecto de aplicación práctica denominado: Plan de negocios para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso en el sector El Condado-Quito tendrá un diseño de investigación no experimental ya, que no se manipula la variable independiente del Plan de negocios, para que reaccione la variable dependiente de la implementación del centro de acopio de reciclaje; con carácter transversal ya, que dicho trabajo se realizará una sola ocasión como proceso de investigación; de nivel descriptivo por la manera en como se presentan las actividades, estrategias, objetivos y acciones de la elaboración del plan de negocio.

Otro de los diseños aplicados en la investigación es el bibliográfico o documental ya, que esta faculta el análisis de la teoría planteada por otros autores que a su vez permiten la identificación de cómo debe establecerse de manera adecuada un plan de negocio.

La modalidad de investigación será de campo, porque se realizará el levantamiento de información directamente del sector donde se desea implementar el centro de acopio de reciclaje, generando el levantamiento de información primaria con instrumentos cuantitativos y cualitativos, así como la utilización de la revisión de bibliografía por tal motivo que se realizó el análisis teórico de diversas fuentes, libros, pdf, blogs, página web, redes sociales, etc.

La investigación se desarrolló mediante el enfoque de tipo cualitativa, mediante diferentes técnicas de recolección de datos como es la entrevista y observación, para lo cual los clientes que asisten de manera diaria serán los principales partícipes para el levantamiento de información mediante un cuestionario de interrogantes de tipo cerrado y para la aplicación de las técnicas cualitativas se usará como informante a los colaboradores de empresas de centros de acopio de reciclaje.



Con el fin de mejorar la experiencia de las personas del sector que se dedican al reciclaje, al tener la información deseada se continúa con la finalización a través de un resultado cuantitativo para de esta manera tener un resultado estadístico cuantificable de la realidad para actuar de manera correcta sobre la problemática encontrada.

### **Variables y Definición Operacional**

Dentro de la investigación para implementar un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector Condado-Quito, se encuentran las siguientes variables tanto dependiente como independiente para el tema antes mencionado.

Variable Independiente: Plan de Negocio

Variable Dependiente: Implementación de un centro de acopio de reciclaje

### **Variables y Definición Operacional**

**Tabla 1***Variables y definición operacional*

Variable	Tipo	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Plan de negocio independiente	Independiente	Documento que describe a detalle los objetivos, estrategias, estructura organizativa, procesos, productos o servicios, análisis de mercado, financiero y demás aspectos esenciales de un nuevo proyecto empresarial (Juliá, 2019, p. 12)	Bibliográficas o documentales Reciclaje sectorizado Generación de empleo Reutilización de material	Check List Prueba de aceptación del mercado de recicladora	Inventarios de Estrategias Proyección de crecimiento futuro
	Dependiente	Espacio designado para recibir, almacenar y concentrar temporalmente diversos tipos de bienes o materiales (Fonseca, s.f, p. 1, párr. 1).	Marketing Objetivos Finanzas Liquidez Flujo de caja	Objetivos estratégicos: eficacia eficiencia y efectividad	Observación directa de la información

*Nota.* La tabla representa las variables y definiciones operacionales.

## **Diseño Muestral**

Para el desarrollo del presente proyecto la técnica que se utilizó para realizar la correspondiente investigación es la entrevista a personas que entregan productos reciclados en un centro de acopio del sector Condado- Quito, para conocer cuál es la situación de este tipo de empresa e identificar los requerimientos para la implementación de este tipo de empresa.

Mientras que en la ficha de observación se analizarán los procedimientos que realiza la empresa para realizar la compra de material reciclado ferroso y no ferroso, de esta manera se podrá establecer el tipo de proceso que debe aplicarse en cada caso.

## **Técnicas de Recolección de Datos**

La recolección de datos es un paso crucial en la investigación y toma de decisiones en diversos campos.

## **Entrevistas**

Se realizarán entrevistas a personas que entreguen productos reciclados en el centro de acopio de reciclaje que pertenezcan al sector Condado-Quito de manera semiestructurada para conocer más a profundidad y reflexivamente los temas sobre el funcionamiento de este tipo de negocio. Utilizando un cuestionario de interrogantes previamente planteadas.

## **Observación Directa**

Se observará directamente a la empresa de reciclaje como principal y procederá a registrar la información encontrada en un entorno natural.

## **Registros y Archivos**

Revisión y análisis de documentos, como informes, comprobantes, para extraer información relevante de quienes serán los proveedores.

## Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

La recolección de información será mediante Excel, esta herramienta permitirá realizar cálculos pertinentes de manera precisa y exponer los respectivos resultados procesarlos y visualizarlos de manera sencilla, correcta de manera que se facilite la exposición de los resultados.

A su vez también se usará la herramienta de Word perteneciente a Office 360, programa de procesamiento de texto, que permite crear documentos de calidad profesional, con mejores herramientas de formato documental, Word ayuda en la organización y escritura de documentos de manera eficaz.

## Análisis e Interpretación de los Datos Obtenidos en las Técnicas de Investigación

### Entrevista

**Tabla 2**

*Matriz de preguntas y respuestas de entrevista realizada a cliente que asistió al centro de acopio*

Ítem	Interrogantes	Respuestas
1	¿Qué opina usted del impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos?	Existe mucho descuido de las personas
2	¿Cuáles son las dificultades que usted encuentra a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos?	No hay muchos lugares cercanos donde se puedan vender los materiales reciclados.
3	¿Qué actividades considera usted que podrían hacerse para fomentar una cultura de reciclaje en la comunidad?	Campañas y talleres

4	¿Considera usted que la implementación de un centro de acopio en la comunidad podría traer consigo beneficios económicos y sociales para la comunidad?	Generar empleo
5	¿Qué materiales ferrosos y no ferrosos se reciclan en la comunidad?	Latas, cobre, botellas de plástico, papel y cartón.
6	¿Está usted de acuerdo con que se implemente un nuevo centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso?	Si para entregar el reciclaje en un lugar más cercano
7	¿Cuáles serían las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad?	Cercanía
8	¿Le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad con el centro de acopio?	Si me gustaría

*Nota.* La tabla representa la matriz diseñada para la obtención y análisis de datos encontrados en la entrevista realizada al cliente del centro de acopio Reyproplástico (Reciclar).

### ***Análisis e Interpretación de Datos***

De acuerdo con la primera interrogante planteada se puede identificar que el entrevistado manifiesta que el impacto ambiental causado por residuos ferrosos y no ferrosos se debe a que existe descuido por parte de las personas. En el segundo interrogante se identifica que las dificultades encontradas a la hora de reciclar, no hay muchos lugares cercanos donde se pueda vender el material reciclado. El tercer interrogante planteado permite identificar que las actividades que se podrían realizar para fomentar una cultura de reciclaje son campañas y

talleres, en el cuarto interrogante se identifica que el entrevistado considera que la implementación de un centro de acopio en la comunidad puede traer consigo la generación de empleo. En el quinto interrogante planteado se identifica que los materiales ferrosos y no ferrosos que se reciclan en la comunidad son: latas, cobre, botellas de plástico, papel y cartón. En el sexto interrogante planteado se identifica que el entrevistado está de acuerdo con que se implemente un nuevo centro de acopio, para entregar el reciclaje a un lugar más cercano. Por otro lado, el séptimo interrogante se identifica que el entrevistado considera que las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad es la cercanía.

Por último, en la octava interrogante planteada se identifica que el entrevistado promovería la participación y colaboración con el centro de acopio.

### Tabla 3

*Matriz de preguntas y respuestas para toma de entrevista*

Ítem	Interrogantes	Respuestas
1	¿Qué opina usted del impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos?	Hay que disminuir los daños al ambiente
2	¿Cuáles son las dificultades que usted encuentra a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos?	No hay muchos lugares donde se pueda dejar los materiales
3	¿Qué actividades considera usted que podrían hacerse para fomentar una cultura de reciclaje en la comunidad?	Días específicos de reciclaje
4	¿Considera usted que la implementación de un centro de acopio en la comunidad podría traer consigo beneficios económicos y sociales para la comunidad?	Mejorar la calidad de vida

5	¿Qué materiales ferrosos y no ferrosos se reciclan en la comunidad?	Latas, botellas y metales
6	¿Está usted de acuerdo con que se implemente un nuevo centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso?	Si
7	¿Cuáles serían las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad?	Creación de empleo
8	¿Le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad con el centro de acopio?	Si

*Nota.* La tabla representa los datos obtenidos en la segunda entrevista realizada al cliente de la empresa Reyproplástico (reciclar).

### ***Análisis e Interpretación de Datos***

De acuerdo con los datos identificados en el primer interrogante se identifica que el impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos debe disminuir los daños al ambiente. En el segundo interrogante se identifica que el entrevistado encuentra como dificultad a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos, es que no hay muchos lugares donde se pueda dejar los materiales reciclados. En tercer lugar, se identifica que el entrevistado considera que las actividades que pueden realizarse para fomentar una cultura de reciclaje, es establecer días específicos de reciclaje. En cuarto lugar, se identifica que el entrevistado considera que la implementación de un centro de acopio en la comunidad podría traer consigo beneficios, como la mejora en la calidad de vida. En quinto lugar, se identifica mediante la interrogante que el entrevistado considera que los materiales ferrosos y no ferrosos que se reciclan en la comunidad son: latas, botellas y metales. En el sexto interrogante se identifica que el entrevistado si está de acuerdo con la implementación de un nuevo centro de acopio de reciclaje ferrosos y no ferroso.

Por otro lado, se identifica en el séptimo interrogante planteado que el entrevistado considera que las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad, es la generación de empleo. Finalmente en el octavo interrogante el entrevistado manifiesta que le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad con el centro de acopio.

**Tabla 4**

*Matriz de preguntas y respuesta para entrevista*

<b>Ítem</b>	<b>Interrogantes</b>	<b>Respuestas</b>
1	¿Qué opina usted del impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos?	Es preocupante, porque la comunidad se ve descuidada.
2	¿Cuáles son las dificultades que usted encuentra a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos?	Falta de empatía
3	¿Qué actividades considera usted que podrían hacerse para fomentar una cultura de reciclaje en la comunidad?	Campañas de socialización
4	¿Considera usted que la implementación de un centro de acopio en la comunidad podría traer consigo beneficios económicos y sociales para la comunidad?	Mejorar la economía y reducir la contaminación
5	¿Qué materiales ferrosos y no ferrosos se reciclan en la comunidad?	Botellas de plástico, papel, cartón y latas.
6	¿Está usted de acuerdo con que se implemente un nuevo centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso?	Si estoy de acuerdo, por la distancia.
7	¿Cuáles serían las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad?	Mejora del ambiente



8	¿Le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad con el centro de acopio?	Si para que los vecinos se beneficien también
---	--	---

*Nota.* La tabla representa la matriz de preguntas y respuestas para la obtención de datos de la tercera entrevista realizada a clientes de la empresa Reyproplástico (Reciclar).

### ***Análisis e Interpretación de Datos***

De acuerdo con los datos obtenidos en el primer interrogante planteado se identifica que el entrevistado identifica que el impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos, que deben disminuirse los daños causados al ambiente. En segundo lugar, se identifica con el segundo interrogante que el entrevistado encuentra como dificultad a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos es que no hay muchos lugares donde se pueda dejar los materiales. En tercer lugar, se identifica que el entrevistado considera que las actividades que pueden realizarse para fomentar una cultura de reciclaje es establecer días específicos para reciclar. En el quinto interrogante se identifica que el entrevistado considera que los materiales ferrosos y no ferrosos que se reciclan son: latas, botellas y metales. Por otra parte, en el sexto interrogante planteado se identifica que el entrevistado, está de acuerdo con la implementación de un nuevo centro de acopio de reciclaje ferrosos y no ferrosos. Se identifica en séptimo lugar que el entrevistado considera que las ventajas de contar con un centro de reciclaje en la comunidad traerán consigo la creación de fuentes de empleo. Por último, en el octavo interrogante se identifica que al entrevistado si le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad con el centro de acopio.

### ***Discusión***

De acuerdo al análisis e interpretación de los datos realizado se considera en el primer interrogante que las personas de la comunidad son muy descuidadas, que hay que disminuir los

daños causados al ambiente y que la situación es preocupante porque en la comunidad puede evidenciarse el descuido y que las dificultades que afectan a la comunidades es que no hay muchos lugares donde se pueda dejar el material, como actividades para el fomento del reciclaje se proponen talleres, días específicos para recoger el reciclaje. La implementación de un centro de acopio permitirá mejorar la calidad de vida y generar empleo. El material que la mayoría de las personas recicla es son, botellas plásticas, latas, metales, cobre, papel y cartón. La implementación de un centro de acopio es de ayuda, porque permite entregar los materiales a un lugar más cercano. Las ventajas de tener un centro de acopio es la cercanía, la creación de nuevas fuentes de empleo y sobre todo la mejora del ambiente.

### ***Observación***

**Tabla 5**

*Matriz para observación*

<b>Ficha de observación</b>				
Tema:	Plan de negocio			
Producto:	Material ferroso y no ferroso			
Fecha:	28-feb-24			
Lugar:	El Condado-Quito Reyproplástico (Reciclar)			
ITEM	Reactivo	Valoración		
	Hay residuos ferrosos y no ferrosos correctamente clasificados en el lugar	Regular (0)	Bueno (1)	Excelente (1)
<b>1</b>				x
<b>2</b>		Regular (1)	Bueno (1)	Excelente (1)

		Los recicladores	
	La comunidad participa en las actividades de reciclaje	buscan entre la basura el material reciclable.	
	Existe conciencia ambiental, donde se evidencia acciones para el cuidado del ambiente.	No (1)	Si (0)
<b>3</b>		Las personas no saben reciclar	
		No (0)	Si (1)
<b>4</b>	Las personas que se dedican a reciclar fueron atendidas correctamente.		Si. Cada persona fue atendida de manera correcta.

*Nota.* La tabla representa la matriz para observación aplicada a la empresa Reyproplástico (Reciclar).

### ***Análisis e Interpretación de Datos***

Los datos identificados permiten conocer que en el lugar los materiales o residuos que se reciclan están correctamente clasificados y su valoración es excelente, La comunidad no participa del reciclaje porque son las personas que se dedican a reciclar quienes sacan de la basura el material reciclable. También se identifica que no existe conciencia ambiental en las personas de la comunidad ya, que no saben reciclar.

Las personas que se dedican a reciclar fueron atendidas de manera correcta.

### ***Discusión***

Debido a la información obtenida se concluye que debe incluirse mediante campañas y talleres a que se eduque a las personas a realizar actividades de reciclaje y sobre todo que se haga conciencia que el cuidado del medio ambiente es importante.

### **Análisis PESTEC**

Mediante la aplicación de esta herramienta se analizarán diversos factores de incidencia en el desempeño y estrategia de la organización.

**Tabla 6***Matriz de análisis PESTEC*

		<b>Impacto</b>	<b>Durabilidad</b>	<b>Total</b>	<b>Oportunidad</b>	<b>Amenazas</b>
		Alto=2	>12 meses=2			
		Medio=1	>6 meses=1			
		Bajo=0,5	< 1 mes=0,5			
	Plan regulatorio institucional 2024	1	1	2	x	
Políticas	Estabilidad gubernamental	2	1	3		x
	Ley de Economía Circular Inclusiva	1	1	2	x	
	Generación de empleo	1	0,5	1,5	x	
Económica	Reducción de costos para las empresas	2	0,5	2,5	x	
	Generación de ingresos	1	0,5	1,5	x	
	Procesos automatizados	1	1	2	x	
Tecnológica	Trituración y compactación	1	1	2	x	
Ecológica	Eliminación de residuos	2	1	3		x

	Preservar la biodiversidad	2	2	4	x
	Conservación de los recursos naturales	2	1	3	x
	Disminución de la contaminación	1	0,5	1,5	x
	Inclusión de familias migrantes	2	0,5	2,5	x
Cultural	Inclusión de la infancia para que vivan en un ambiente sano	2	0,5	2,5	x
	Conciencia del cuidado ambiental	2	1	3	x
	Creatividad y arte	1	0,5	1,5	x

*Nota.* La tabla representa la matriz de análisis PESTEC.

De acuerdo con, el factor político se evidencia que el plan regulatorio institucional 2024, representa una oportunidad para este sector debido a que este pretende ofrecer condiciones mejores para quienes realizan la actividad de reciclaje. El cambio de gobierno puede afectar a la empresa ya, que trae consigo cambios en la política de gobierno, por lo tanto, representa una amenaza. La Ley económica Circular Inclusiva representa una oportunidad para la empresa debido a, que existe una normativa que regula este tipo de actividades por lo tanto representa una oportunidad para la empresa.

En el ámbito económico la generación de empleo es una oportunidad, para las personas que pertenecen a la comunidad. Otro de los factores que representa una oportunidad es la reducción de costos para la empresa. Además, otra de las oportunidades es la generación de ingresos.

En el ámbito tecnológico la automatización de los procesos representa una oportunidad, ya, que de esta manera los procedimientos son mucho más sencillos a la hora de ejecutarlos. Por otro lado, la trituración y compactación de los materiales es una oportunidad para la empresa ya, que puede transportarse o vender mayor cantidad de material.

En el ámbito ecológico, la eliminación de residuos representa una amenaza porque no se realiza una correcta eliminación de residuos, por otro lado, preservar la biodiversidad representa una amenaza debido a la falta de conciencia. La conservación de los recursos naturales representa una amenaza, debido a que no se está trabajando adecuadamente. La disminución de la contaminación representa una oportunidad para la empresa ya, que ayuda a mitigar la contaminación.

En el ámbito cultural la inclusión de familias migrantes es una oportunidad porque que les permite trabajar reciclando y obtener ingresos extra, y con ello la empresa también gana ya, que incrementa su material. Por otro lado, se identifica una oportunidad ya se puede ofrecer una mejor calidad de vida para que la infancia pueda vivir en un ambiente mucho más sano libre de contaminación. Se considera como una amenaza la falta de conciencia sobre el cuidado ambiental ya, que si esto no se corrige el riesgo de contaminación seguirá incrementando, por lo que esto puede ser considerado también como una oportunidad para la empresa ya, que puede generar conciencia en los habitantes del sector. Se puede a su vez hacer usos del material

reciclado para crear obras de arte, para crear desde aquel material que es desechado y de tal manera promover el reciclaje.

### Fuerzas de Porter

Proporcionan a la empresa la evaluación del giro de negocio y entender la dinámica competitiva de la empresa.

**Tabla 7**

*Matriz de análisis de las fuerzas de Porter*

Emulación entre competidores	Nivel de competencia				
	Bajo	Regular	Medio	Alto	Muy alto
Nivel de competencia			x		
Estrategias de la competencia		x			
Precios		x			
Medios reguladores					x
Dominio de negociación del cliente	Bajo	Regular	Medio	Alto	Muy alto
Fragmentación de clientes		x			
Facilidades de entrega de material				x	
Conminación de nuevos productos o servicios	Bajo	Regular	Medio	Alto	Muy alto
Existencia de puntos de acopio cercanos		x			
Estrategias			x		
Regulación de precios			x		
Dominio de negociación de proveedores	Bajo	Regular	Medio	Alto	Muy alto



Nivel de negociación						x
Ubicación de proveedores	x					
Seriedad de proveedores						x
Conminación de nueva competencia	Bajo	Regular	Medio	Alto	Muy alto	
Inversión en marketing	x					
Fidelización de clientes		x				
Distribución						x
Ventajas						x
Acceso a tecnología						x

*Nota.* La tabla representa la matriz de las fuerzas de Porter para respectivo análisis y comprensión del entorno competitivo.

De acuerdo con, la emulación entre competidores se destaca que el nivel medio respecto a la competencia, identificando a las estrategias de la competencia en un nivel regular.

Calificando también, a los medios reguladores del giro de negocio en un nivel alto.

En el dominio de negociación del cliente, se califica en nivel regular a la fragmentación de los clientes. La facilidad de entrega de material ha sido catalogada en un nivel alto.

Conminación de nuevos productos o servicios, se cataloga el nivel de la existencia de centros de acopio en nivel regular, se destacan las estrategias en un nivel medio y la regulación de precios de nivel medio.

En cuanto, al dominio de negociación de proveedores, se identifica un nivel bajo de negociación, se cataloga en nivel bajo la ubicación de los proveedores ya, que estos están ubicados a distancias considerables. A su vez se conoce que el nivel de seriedad de los proveedores es de nivel medio.

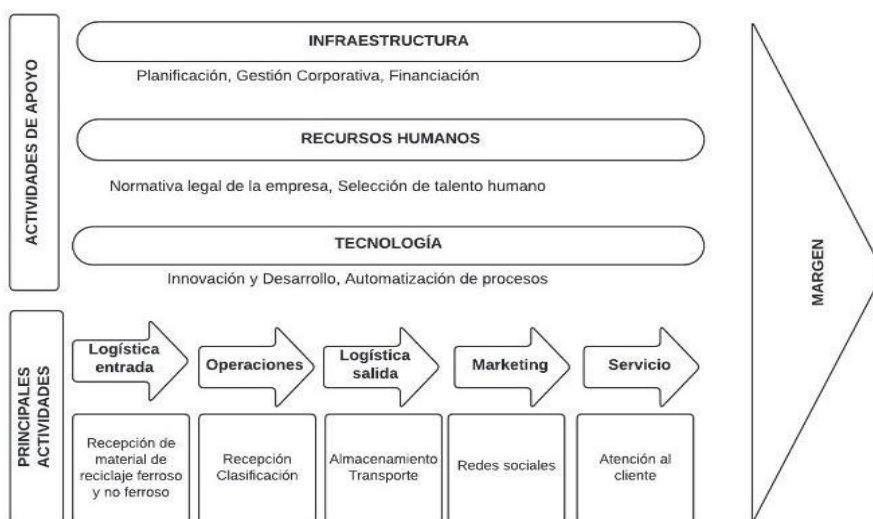
Finalmente, en la conminación de nueva competencia, se identifica que la inversión en marketing es de nivel bajo, en cuanto a la fidelización de clientes se la ha calificado de regular. La distribución se considera que es de nivel medio ya, que existen diversos lugares donde puede entregarse los materiales reciclados. En cuanto a las ventajas se considera que son de nivel medio debido y el acceso a la tecnología también se lo considera de nivel medio.

### Encadenamiento de Valor

La cadena de valor se compone todos los pasos que se realizan para efectuar una actividad. Mediante el desarrollo de la cadena de valor se identifican las siguientes operaciones.

#### Figura 4

*Cadena de valor*



*Nota.* La figura representa la cadena de valor.

### Matriz de Análisis DAFO

Mediante el análisis DAFO pueden determinarse los factores internos y externos que influyen en la implementación de un centro de acopio de reciclaje.

**Tabla 8***Factores Internos*

Factores Internos	Fortalezas			Debilidades		
	A	M	B	A	M	B
Precios.		x				
Ubicación.	x					
Infraestructura.	x					
Personal capacitado.	x					
Credibilidad.	x					
Falta de experticia.					x	
Presupuesto de inversión.						x
Estrategias.						x
Empresa nueva.					x	
Procesos ineficientes				x		
Visibilidad.					x	

*Nota.* La tabla representa los factores internos que influyen en la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso.

El análisis DAFO en torno a los factores internos permite conocer las fortalezas de la empresa en función de la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, identificándose las siguientes fortalezas; precios ofrecidos son iguales a los de la competencia, para captar la aceptación de la comunidad que se dedica al reciclaje, es recomendable trabajar en mejorar este nivel, para que la empresa pueda ofrecer precios que superen a los de la competencia desde un alto nivel. Ubicación estratégica para facilitar la

entrega del material a un sitio cercano a la comunidad, en cuanto a la infraestructura un lugar amplio que permita almacenar adecuadamente el material de reciclaje, contar con personal altamente capacitado faculta a la empresa a mantener un buen posicionamiento en su giro de negocio, La falta de experticia en el manejo del negocio puede ser un factor negativo, es por ello que el dueño del negocio debe contar con la experticia adecuada para el manejo correcto del negocio.

En el ámbito de las debilidades se identifican las siguientes; Presupuesto de inversión medio, debe trabajarse en este aspecto para tener la capacidad de incrementar el presupuesto de inversión para generar mayor oportunidad para el negocio, en cuanto a las estrategias se recomienda trabajar arduamente debido a que las estrategias se identifican en un nivel bajo y estas son las que permiten incrementar el desarrollo o crecimiento de la empresa. Al ser crearse una nueva empresa su nivel de crecimiento es bajo, por lo que debe trabajarse arduamente para encontrarse en un nivel alto en cuanto al crecimiento de la empresa, Al tener procesos ineficientes por ser una empresa nueva se generan retrasos en las actividades ya, que no hay un lineamiento claro sobre lo que debe hacerse en cada caso. Finalmente, la visibilidad de la empresa es un factor muy importante porque esto posibilita el crecimiento de esta.

**Tabla 9**

*Factores externos*

Factores Externos	Oportunidades			Amenazas		
	A	M	B	A	M	B
Cuidado ambiental.			x			
Crecimiento de la economía circular.			x			
Crecimiento de mercado.			x			

Sensibilidad y educación.	x	
Cambio de gobierno.		x
Delincuencia.		x
Limitación de recursos financieros.		x
Competencia.		x

*Nota.* La tabla representa los factores externos que influyen en la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso.

De acuerdo con, los factores externos se han identificado lo siguiente en función de las oportunidades; El cuidado ambiental está catalogado como bajo ya, que no existe la toma de conciencia por parte de la comunidad, este ámbito debe ser trabajado arduamente ya, que el cuidado ambiental es un factor importante para la sostenibilidad del planeta. El crecimiento de la economía circular se encuentra en un nivel bajo debido a las personas no tienen una cultura de reciclaje, esto debe cambiar mediante capacitaciones y talleres. El crecimiento del mercado trae consigo el incremento de la competencia, por lo que se recomienda brindar un servicio de calidad a los clientes.

En función de las amenazas se identifica la sensibilidad y educación de las personas mediante talleres para la generación de una cultura que promueva el manejo del material reciclado de manera correcta, los cambios de gobiernos representan una amenaza alta ya, que estos suelen cambiar las normativas o regulaciones del giro del negocio. Actualmente la delincuencia es una de las amenazas de alto riesgo porque por motivos de la inseguridad que enfrenta el país actualmente el riesgo de ser asaltado es alto, por ello la empresa debe proporcionar diversos métodos de pago a sus clientes para no exponerlos a la delincuencia. La

limitación de recursos financieros es otra amenaza ya, que se limita a la empresa la capacidad de incrementar sus ingresos.

### Matriz de Análisis DAFO Cruzado

El análisis DAFO cruzado ayuda en la identificación de ventajas, opciones, desafíos y riesgos. Esto, a su vez, ayuda a diagnosticar factores con áreas de mejora de la empresa que pueden en donde se pueden aprovechar los aspectos positivos y abordar los negativos. El mismo en el término implica potenciar los puntos fuertes, maximizar las oportunidades, mitigar las amenazas y corregir las debilidades. A través de este análisis, se pueden establecer estrategias y ejecutarlas después de identificar los factores que afectan el rendimiento de la empresa.

**Tabla 10**

*Matriz de análisis DAFO*

<b>Factores</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Externos</b>	Cuidado ambiental. Crecimiento de la economía circular.	Cambio de gobierno. Delincuencia. Limitación de recursos financieros.
<b>Factores Internos</b>	Crecimiento de mercado. Sensibilidad y educación.	Competencia.
Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
Precios. Ubicación. Infraestructura. Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer precios competitivos para mayor acogida y mejorar el cuidado del ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precios competitivos para que los cambios dictaminados por el gobierno no infieran con el negocio y aprovechar la ubicación</li> </ul>

capacitado. Credibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar la ubicación estratégica y ofrecer un buen servicio y aprovechar el crecimiento de la economía circular.</li> <li>• El personal capacitado debe ser aprovechado para obtener crecimiento en el mercado.</li> <li>• La credibilidad debe aprovecharse para sensibilizar y educar a las personas sobre el cuidado ambiental.</li> </ul>	<p>estratégica, brindando la mayor seguridad para no ser víctimas de la delincuencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura que permita incrementar los recursos financieros.</li> <li>• Personal capacitado que permita superar a la competencia.</li> </ul>
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
Falta de experticia. Presupuesto de inversión. Estrategias. Empresa nueva. Procesos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir experticia en el negocio y con ello también contribuir al cuidado ambiental.</li> </ul> <p>Establecer un presupuesto para inversión aprovechando el</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir la experticia en el negocio para aprovechar los cambios de gobernante.</li> <li>• El definir un presupuesto para contrarrestar factores como la delincuencia porque se tiene el presupuesto para la contratación de seguridad.</li> </ul>

---

<p>ineficientes</p> <p>Visibilidad.</p>	<p>crecimiento de la economía circular.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer estrategias para lograr un crecimiento en el mercado.</li> <li>• Aprovechar que es una empresa nueva, para sensibilizar y educar a las personas sobre el correcto manejo del reciclaje.</li> <li>• Ser visibles mediante el uso de redes sociales para crecer dentro del mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer estrategias aprovechando que es una nueva empresa y tener ingresos fuertes.</li> <li>• Establecer procesos eficientes para tener mayor visibilidad de la comunidad de recicladores y superar a la competencia.</li> </ul>
---	--	---

---

*Nota.* La tabla representa la matriz de análisis FODA CRUZADO.

De acuerdo con, el análisis de los factores tanto internos como externos establecidos anteriormente se ha planteado el análisis FODA cruzado, con el cual se plantean estrategias que permitirán la implementación del centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, planteando las siguientes estrategias en cuanto a las fortalezas y oportunidades; Ofrecer precios competitivos para aumentar la aceptación del público y contribuir a la protección del medio ambiente, además de aprovechar la ubicación de las instalaciones y ofrecer un buen servicio. También se debe aprovechar el talento y habilidades del personal porque se está capacitando para aumentar la participación en el mercado y superar a la competencia.



En cuanto a la credibilidad de la empresa que se aprovechará para generar conciencia en las personas y educar a la comunidad con el fin de tener una cultura de reciclaje que permita beneficiar tanto a los recicladores como a la empresa.

En cuanto a las fortalezas y amenazas se plantean las siguientes estrategias; ofrecer precios competitivos para que los cambios dictaminados por el gobierno actual no infieran con los ingresos del negocio y aprovechar la ubicación estratégica para lograr el incremento de material reciclable ferroso y no ferroso, brindando la mayor seguridad posible a los clientes para no ser víctimas de la delincuencia, ofreciendo diversos métodos de pago para no exponerlos a la delincuencia. Contar con una infraestructura que permita incrementar los recursos financieros de la empresa y contar con personal altamente calificado para superar a la competencia. Por otro lado, se plantean las siguientes estrategias en función de las debilidades y oportunidades; adquirir la experticia necesaria en el negocio no solo para obtener retribuciones, sino también contribuir al cuidado del medio ambiente, a través de las personas que realizan el reciclaje. Se destina un presupuesto de inversión, para aprovechar el crecimiento de la economía circular y contribuir con la ciudadanía con el cuidado del ambiente, por otro lado, se propone el establecer estrategias que permitan a la empresa crecer de manera sostenida y mantenerse en el mercado. Se propone también, aprovechar la implementación de la nueva empresa, para sensibilizar a las personas sobre el correcto manejo del reciclaje, también se propone realizar campañas de visibilidad en redes sociales para tener mayor participación en el mercado

En cuanto, a las debilidades y amenazas se propone las siguientes estrategias; adquisición de experticia en el giro de negocio y no limitarse por los cambios que puedan existir por parte del nuevo gobierno, contar con un presupuesto para contrarrestar factores como la delincuencia ya, que se cuenta con los recursos para la contratación de personal de seguridad. Establecer

estrategias es primordial porque se debe establecer acciones que le permitan a la empresa la generación de ingresos recurrentes. Finalmente se propone establecer procesos eficientes automatizados, para tener mayor visibilidad con la comunidad de recicladores y aprovechar para superar a la competencia.

### **Objetivos Estratégicos y su Impacto**

Los objetivos estratégicos son el mapa que sirve de guía para lograr el éxito, estos indican hacia dónde se deben dirigir los esfuerzos, permiten coordinar y motivar a los colaboradores ya, que todos tendrán conocimiento de lo que se espera de ellos y de qué manera el esfuerzo de ellos contribuye al éxito de la organización. Los objetivos estratégicos permiten a las empresas mantenerse en competencia y adaptarse a nuevas circunstancias.

**Tabla 11**

*Primera estrategia propuesta basada en ofrecer precios competitivos*

**Objetivo N°1: Ofrecer precios competitivos para una buena acogida del centro de acopio de reciclaje**

Estrategia N°1: Se propone elaborar tabla de precios de acuerdo con la información identificada en las estrategias en función de (FO).

N°	Pasos de Acción	Responsable	Duración	Valor unitario	Valor total	Recurso	Retroalimentación
1	Contratación de personal para gestionar precios	Caja	12 meses	\$460,00	\$5.520,00	Documental	Documentar las acciones que se realizan de manera digital y física para
2	Diseñar tabla con los diferentes precios de los productos	Manejo Excel	1 semana	\$0,00	\$0,00	Tecnológico	una rápida toma de acción

*Nota.* La tabla representa la primera estrategia propuesta que se basa en el ofrecimiento de precios competitivos para la obtención de una buena acogida del centro de acopio de reciclaje.

**Tabla 12**

*Segunda estrategia propuesta que tiene como fin realizar capacitaciones al personal para brindar una atención adecuada al cliente*

<b>Objetivo N°2: Realizar capacitaciones al personal para brindar una atención adecuada al cliente</b>							
Estrategia N° 2: Se propone aprovechar que existen plataformas gratuitas donde el personal puede capacitarse de manera autónoma para atención al cliente. (FA).							
N°	Pasos de Acción	Responsable	Tiempo Estimado	Valor unitario	Valor total	Recurso	Mecanismos de Retroalimentación
1	Inscribirse en la plataforma aula fácil	R.H	1 semana	\$0,00	\$0,00	Intelectual	Certificación de haber aprobado el curso.
2	Tomar el curso, rendir la prueba y obtener el certificado	Todo el personal	3 meses	\$0,00	\$0,00	Tecnológico	

*Nota.* La tabla representa la segunda estrategia propuesta cuyo fin es promover la capacitación del personal para ofrecer un buen servicio al cliente.

**Tabla 13**

*Tercera estrategia propuesta que establece la creación de campañas de visibilidad para el incremento de ingresos*

<b>Objetivo N°3: Crear campañas de visibilidad para el incremento de ingresos.</b>							
Estrategia N° 3: Se establece realizar campañas en Facebook y en territorio haciendo perifoneo y volanteo							
N°	Pasos de Acción	Responsable	Tiempo Estimado	Valor unitario	Valor total	Recurso	Mecanismos de Retroalimentación
1	Contratación de experto	Marketing	1 semana	\$0,00	\$0,00	Tecnológico	
2	Elaborar flyers con información de los precios que el centro de acopio ofrece	Marketing	3 meses	\$460,00	\$1.380,00	Tecnológico	Archivo de datos
3	Perifoneo en el sector aledaño al centro de acopio	Promotor	1 mes	\$460,00	\$460,00	Humano	

*Nota.* La tabla representa la tercera estrategia propuesta que establece realizar campañas de visibilidad.

**Tabla 14**

*Cuarta estrategia en la cual se propone la contratación de personal de seguridad privada*

<b>Objetivo N°4: Establecer presupuesto para contratación de personal de seguridad privada para precautelar la seguridad de los colaboradores interno y externos</b>							
Estrategia N°4: Se establece destinar un presupuesto para la contratación de seguridad privada (DO).							
N°	Pasos de Acción	Responsable	Tiempo Estimado	Valor unitario	Valor total	Recurso	Mecanismos de Retroalimentación
1	Contratar personal de seguridad	Gerente	1 2 meses	\$3.547,72	\$42.572,64	Tecnológico	Archivar la información de manera digital y física
2	Implementación de cámaras de seguridad	Técnico	1 semana	\$3.000,00	\$3.000,00	Tecnológico	

*Nota.* La tabla representa la cuarta estrategia propuesta en la cual se establece destinar presupuesto para contratar personal de seguridad privada.

## Costo de Implementación de Estrategias

El costo de la implementación de estrategias es un factor crítico que la empresa debe considerar y gestionar de manera cuidadosa, es importante establecer una planificación financiera consolidada, distribuir eficientemente los recursos y prepararse para enfrentar posibles riesgos.

**Tabla 15**

*Costo de implementación de estrategias*

Ítem	Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Estrategia 1	1	\$5.520,00	\$5.520,00
2	Estrategia 2	1	\$0,00	\$0,00
3	Estrategia 3	1	\$1.840,00	\$1.840,00
4	Estrategia 4	1	\$45.572,64	\$45.572,64
<b>Suma Total</b>			<b>\$52.932,64</b>	<b>\$52.932,64</b>

*Nota.* La tabla representa el costo de implementación de estrategias.

## Segmentación de Mercado

Se trabajará mediante la segmentación geográfica con la comunidad local de recicladores del sector el Condado-Quito.

## Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing están orientadas en el producto, el precio, plaza y promoción, estas estrategias están dirigidas en la generación de ingresos a través de la compra de material reciclado ferroso y no ferroso.

## **Marketing Mix**

Diseño y gestión efectiva de las acciones que se realizaran para el logro de objetivos comerciales.

### ***Producto***

Representa el material reciclado que la empresa adquiere.

Ferrosos:

Chatarra es un conjunto de residuos o pedazos metálicos que han sido desechados.

### **Figura 5**

*Chatarra material ferroso reciclado*



*Nota.* La figura representa el material ferroso que la empresa adquiere para su posterior venta.



Hierro fundido es el metal más utilizado por su dureza.

### **Figura 6**

*Hierro fundido reciclado*



*Nota.* La figura representa el hierro fundido que la empresa adquiere para su posterior venta.

Los motores es la parte de una máquina que permite el funcionamiento de todo un sistema, capaz de transformar energía eléctrica en energía mecánica.

### **Figura 7**

*Motores reciclados*



*Nota.* La figura representa los tipos de motores que la empresa adquiere para su posterior venta.

No ferrosos:

Cobre es metal no ferroso conocido por ser el mejor conductor de electricidad.

### **Figura 8**

*Cobre reciclado*



*Nota.* La figura representa cobre adquirido para su posterior venta.

Bronce es la aleación combinada de cobre y estaño resistente a la corrosión.

### **Figura 9**

*Bronce reciclado*



*Nota.* La figura representa la adquisición de bronce para su posterior venta.

Aluminio es el material no ferroso de baja densidad y ligero de color plateado.

### **Figura 10**

*Aluminio reciclado*



*Nota.* La figura representa el aluminio adquirido para su posterior venta.

Acero es la aleación de la combinación de hierro y carbono.

### **Figura 11**

*Acero reciclado*



*Nota.* La figura representa el acero reciclado y adquirido por la empresa para su posterior venta.

PET es el plástico utilizado en la elaboración de envases y botellas de gaseosas, agua y aceites.

### **Figura 12**

*PET (plástico) reciclado*



*Nota.* La figura representa el reciclaje de PET adquirido por la empresa para su posterior venta.

Cartón es el material producido mediante la adhesión de varias cubiertas de papel.

### **Figura 13**

*Cartón reciclado*



*Nota.* La figura representa el cartón reciclado por la empresa para su posterior venta.

Papel es el material formado por una capa delgada preparada a base de fibras vegetales.

#### **Figura 14**

##### *Papel reciclado*



*Nota.* La figura representa el papel adquirido por la empresa para su posterior venta.

##### ***Plaza***

Lugar físico donde se ubica de manera estratégica la empresa, porque de esta manera esta cercana a la comunidad local, brindando sus servicios de reciclaje. La empresa Ecomundo Reciclaje Quito, <https://www.google.com/maps/dir/-0.1205643,-78.5084076/@-0.1205452,-78.5085685,21z?hl=es&entry=ttu>

**Tabla 16**

*Ubicación del centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso*



*Nota.* La tabla representa el lugar físico donde se recibe materiales de reciclaje ferroso y no ferroso.

**Precio**

**Tabla 17**

*Listado de precios de materiales reciclables ferrosos y no ferrosos*

<b>Material</b>	<b>Precio \$</b>
Ferrosos	
Chatarra	0,18
Hierro fundido	0,10
Motores	3.00
Maraña	0,40

No ferrosos	
Cobre	2,9
Bronce	1,90
Aluminio	0,35
Acero	0,35
PET	0,50
Antimonio	0,4
Cartón	0,05
Papel	0,10
Soplado	0,10

*Nota.* La tabla representa el precio que la empresa ofrece por el material reciclado.

### ***Promoción***

La promoción se da a conocer por medio de flyers publicitarios.

### **Figura 15**

*Flayer publicitario para promocionar el reciclaje*



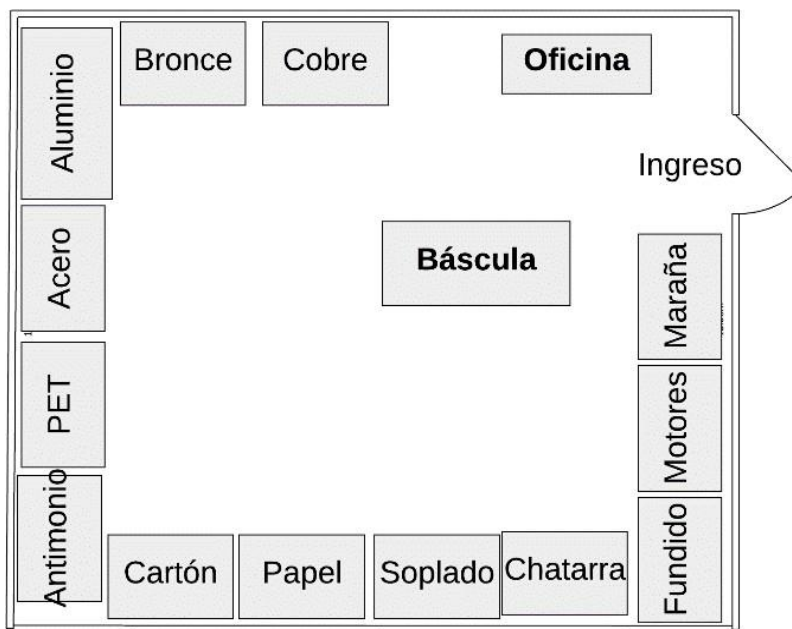
*Nota.* La figura representa flayer realizado para promocionar el reciclaje.

## Ingeniería del Negocio

Diseño e implementación de sistemas automatizados que permiten optimizar la gestión del capital humano de la empresa.

### Figura 16

*Plano del centro de acopio*



*Nota.* La figura representa el plano del centro de acopio.

La empresa cuenta con un espacio adecuado para la gestión de residuos ferrosos y no ferrosos, lo que permite comodidad y fácil acceso a los clientes.

### Pasos de Atención al Cliente

Está definido por el mapa de actividades que la persona encargada de atender al cliente realiza desde su ingreso hasta la salida del sitio.



**Figura 17***Pasos o ruta de atención del cliente*

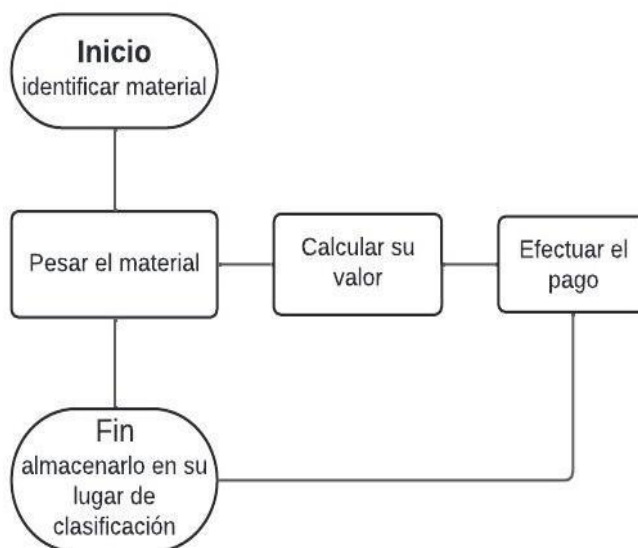
*Nota.* La figura representa la ruta de atención al cliente.

### **Diseño del Proceso de Adquisición de Materiales Ferrosos y no Ferrosos (flujograma)**

Diseño estructurado de pasos para la adquisición de material reciclado ferroso y no ferroso, para garantizar el cumplimiento de los estándares de la empresa y facilitar su comprensión.

**Figura 18**

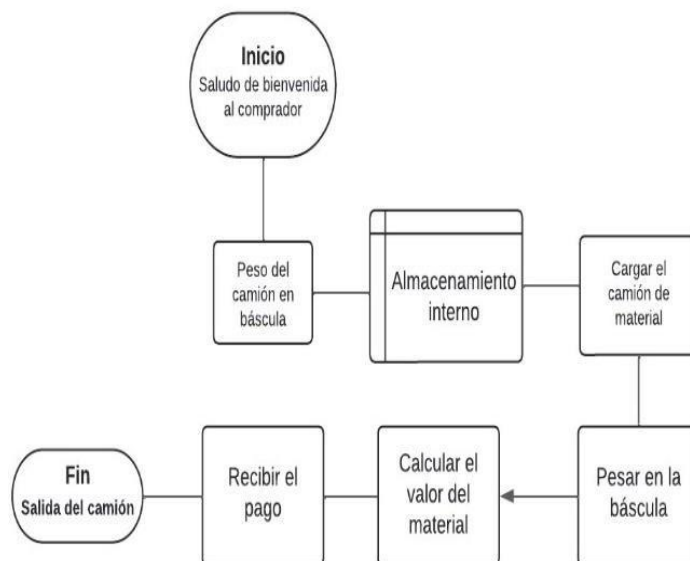
*Flujograma del proceso de adquisición de material de reciclaje ferroso y no ferroso*



*Nota.* La figura representa el flujograma para adquisición de material.

**Diseño del Proceso de Venta de Materiales Ferrosos y No Ferrosos (flujograma)**

Establece los pasos a seguir a la hora de vender el material reciclado a los compradores, desde la salida del lugar de almacenaje hasta la salida del material.

**Figura 19***Flujograma de proceso de venta de material*

*Nota.* La figura representa el flujograma con los pasos para el proceso de venta del material.

**Estructura Organizacional**

Ofrece claridad, eficiencia, coordinación y control de las actividades asignadas a el personal de la empresa.

**Figura 20***Estructura Organizacional*

*Nota.* La figura representa la estructura organizacional de la empresa.

***Asignación de Funciones***

Se describe las funciones de cada uno de los departamentos de la organización, detallando las responsabilidades, tareas y competencias.

**Gerencia:** Tiene la función de toma decisiones, supervisa y coordina la ejecución del trabajo de las diversas áreas de la empresa, garantiza que se cumplan los procesos, representa a la empresa frente a clientes y proveedores, evaluar el desempeño de los colaboradores y el fomento de un ambiente laboral armonioso.

**Departamento administrativo:** Tiene la función coordinar y gestionar las actividades de tipo administrativas de la empresa, gestiona la documentación de la empresa de manera ordenada y segura, se encarga de coordinar reuniones y viajes de negocios, gestiona los suministros de oficina, brinda apoyo a las diferentes áreas según lo requieran.

**Contabilidad:** Tiene la función de registrar las transacciones financieras de la empresa, elabora los estados financieros, elabora las conciliaciones bancarias, gestiona las cuentas por cobrar y pagar, prepara y presenta los informes financieros, evalúa el rendimiento financiero de la organización, supervisa que se cumplan las políticas y procedimientos contables.

**Ventas:** Se encarga de mantener las relaciones con los clientes, presenta los productos y precios a los clientes.

**Obreros:** Tiene la función de operar la maquinaria y equipos de manera segura, sigue los procedimientos establecidos para realizar su tarea, mantiene el lugar de trabajo limpio y ordenado, reporta cualquier situación relacionada a la maquinaria, cumple las normas de seguridad.

### **Análisis Financiero del Negocio**

Ofrece una visión completa de la situación financiera de la empresa, que permiten la toma de decisiones y mejorar el rendimiento y rentabilidad de la empresa.

### ***Inversión Inicial***

Para implementar el negocio se utilizaron los siguientes elementos, esta inversión se destina cubrir los costos para iniciar las operaciones de la empresa.

### **Tabla 18**

#### ***Inversión inicial***

<b>Inversión inicial</b>	
Banco	10.000,00
Muebles y enseres	5.000,00
Equipo de Computo	1.800,00
Insumos de Oficina	100,00

Candados	80,00
Moladora	78,00
Báscula 9m (20ton)	10.000,00
Balanza industrial (8ton)	4.500,00
Contenedor	8.000,00
Terreno	50.000,00
<b>Total</b>	<b>89.558,00</b>

*Nota.* La tabla representa la inversión inicial para la implantación del negocio.

### ***Proyección de Gastos Fijos Anuales***

Los gastos fijos anuales constituyen una estimación anticipada de rubros que la empresa espera tener durante un año.

### **Tabla 19**

#### *Proyección de gastos anuales*

<b>Proyección de gasto fijos anuales</b>	
Descripción	Valor total
Salarios	28.000,00
Servicios básicos	3.800,00
Productos de limpieza	150
Útiles de oficina	300
<b>Total</b>	<b>32.250,00</b>

*Nota.* La tabla representa la proyección de gastos anuales.

### ***Cálculo del VAN***

Análisis de rentabilidad en la implementación de un centro de acopio de reciclaje de material ferroso, haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$AN = -Q_0 + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n} = 0$$

Donde:

VAN>0. Si el valor obtenido es mayor a cero se asume que el proyecto será rentable.

VAN<0. Si el VAN es menor a cero se considera el proyecto no viable.

Se propone una inversión que tiene un desembolso inicial de \$ 20.000,00 y que genera los siguientes flujos de caja; en el primer año \$ 9.800,00, para el segundo año \$12.325,00, para el tercer año \$16.835,24, para el cuarto año \$21.841,23 y para el quinto año \$ 24.987,20 respectivamente, calcular el VAN si la tasa es del 10%

### **Tabla 20**

*Rentabilidad de proyecto de comercialización de material ferroso*

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Inversión inicial</b>	<b>Tasa</b>
<b>1</b>	9.800,00	-20.000,00	
<b>2</b>	12.325,00		0,10%
<b>3</b>	16.835,24		
<b>4</b>	21.841,23		
<b>5</b>	24.987,20		
<b>VAN</b>		<b>42.176,55</b>	

*Nota.* La tabla representa la rentabilidad en la comercialización de material de reciclaje ferroso.

El VAN ha sido obtenido al multiplicar la tasa porcentual por los flujos de efectivo y restar la inversión inicial.

$$\text{VAN} = 42.176,55$$

Al ser  $\text{VAN} > 0$  el proyecto se acepta.

### ***Calcular el VAN***

Análisis de rentabilidad: Proyecto de comercialización de material no ferroso.

Se plantea una inversión inicial de \$15.000,00, donde se proyecta los siguientes flujos de efectivo durante 5 años: para el primer año \$5.000,00, para el segundo año 7.000,00, para el tercer año 10.000,00, para el cuarto año \$ 9.500,00 y para el quinto año \$ 11.780,00. Calcular el VAN con una tasa del 9%.

### **Tabla 21**

*Rentabilidad del proyecto de comercialización de material no ferroso*

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Inversión inicial</b>	<b>Tasa</b>
1	5.000,00	-15.000,00	
2	7.000,00		0,09%
3	10.000,00		
4	9.500,00		
5	11.780,00		
<b>VAN</b>		<b>17.586,98</b>	

*Nota.* La tabla representa la rentabilidad del proyecto de comercialización de material no ferroso.

El VAN ha sido obtenido al multiplicar la tasa porcentual por los flujos de efectivo y restar la inversión inicial.



El VAN= 17.586,98

VAN>0

Al ser el VAN positivo se acepta la inversión

### ***Cálculo de la TIR***

Evaluar el proyecto en función de una tasa única de rendimiento, por periodo, por lo cual, la totalidad de beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Si la TIR es < r se determina que el proyecto se rechaza.

Si la TIR es > entonces el proyecto es viable y puede ser aprobado.

Cuando la TIR = 0, el proyecto en principio debe ser rechazado

De acuerdo con, calcular la fórmula con la fórmula siguiente:

$$TIR = VAN(+) + \left[ \frac{VAN(+)}{VAN(+)-VAN(-)} \right]$$

Donde: T1 y T2 son dos tasas de descuento diferentes donde la una es positiva y la otra negativa. VAN 1 y VAN 2 son el VAN correspondientes a esas tasas. Se utiliza la tasa del 8% y la tasa del 12% para calcular dos VAN y luego utilizar la fórmula anterior para estimar la TIR

**Tabla 22***TIR estimada para el primer caso de rentabilidad*

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Tasa de descuento (K)</b>
0	-20.000,00	0,08%
1	9.800,00	TIR>k
2	12.325,00	62%>0,08
3	16.835,24	
4	21.841,23	
5	24.987,20	
<b>TIR</b>	<b>62%</b>	<b>Rentable</b>
<b>VAN</b>	<b>65.551,34</b>	<b>Ganancia</b>

*Nota.* La tabla representa la tasa interna de retorno aproximada.

La TIR aproximada es de 62%, por lo tanto, la TIR supera a la tasa de descuento que es del 8%, lo que implica que el proyecto es rentable, es por ello, que si una persona decide invertir en este momento la ganancia que obtendría es de \$65.551,34.

**Tabla 23***TIR estimada para el segundo caso*

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Tasa de descuento (K)</b>
0	-15.000,00	0,12%
1	5.000,00	TIR>k
2	7.000,00	22%>0,12
3	10.000,00	

4	9.500,00	
5	11.780,00	
TIR	42%	Rentable
<b>VAN</b>	<b>28.105,43</b>	<b>Ganancia</b>

*Nota.* La tabla representa la tasa interna de retorno aproximada para el segundo caso.

La TIR aproximada es de 42%, por lo tanto, la TIR supera a la tasa de descuento que es del 12%, lo que implica que el proyecto es rentable, es por ello, que si una persona decide invertir en este momento la ganancia que obtendría es de \$28.105,43.

### *Cálculo del PRI*

#### **Tabla 24**

*PRI momento exacto en el que se recupera la inversión*

<b>Año</b>	<b>Inversión inicial</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Recuperación de la inversión</b>	<b>Tiempo</b>
0	-20.000,00			
1		9.800,00	-10.200,00	
2		12.325,00	12.325,00	
3		16.835,24		
4		21.841,23		
5		24.987,20		
			<b>9,93</b>	<b>meses</b>

*Nota.* La tabla representa el momento exacto donde se recupera la inversión.

Para conocer el año de recuperación de inversión a la inversión inicial le restamos el primer año de inversión y continuamos haciendo lo mismo hasta que el año del resultado sea mayor al número negativo en este caso -10.200,00. Este valor lo dividimos entre el primer número mayor positivo, en este caso 12.325,00 y lo multiplicamos por 12, que son los meses que tiene el año. Y el periodo de recuperación de la inversión es de 10 meses.

**Tabla 25**

*Periodo de recuperación para el segundo caso*

<b>Año</b>	<b>Inversión inicial</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Recuperación de la inversión</b>	<b>Tiempo</b>
0	-15.000,00			
1		5.000,00	-10.000,00	
2		7.000,00	7.000,00	
3		10.000,00	10.000,00	
4		9.500,00	9.500,00	
5		11.780,00	11.780,00	
			<b>10,18675722</b>	<b>Meses</b>

*Nota.* La tabla representa el periodo donde se recupera la inversión.

Para conocer el año de recuperación de inversión a la inversión inicial le restamos el primer año de inversión y continuamos haciendo lo mismo hasta que el año del resultado sea mayor al número negativo en este caso -10.000,00. Este valor lo dividimos entre el primer número mayor positivo, en este caso 11.780,00 y lo multiplicamos por 12, que son los meses que tiene el año. Y el periodo de recuperación de la inversión es de 10 meses.

### Cálculo del (RC/B)

La relación costo beneficio permite comparar los costos del proyecto con los beneficios esperados. Se obtiene tomando la suma de los beneficios (o flujos de efectivo) descontados y dividiéndolos por la inversión inicial (o costos) del proyecto. Un RC/B mayor a 1 indica que los beneficios superan a los costos, y, por lo tanto, el proyecto podría considerarse viable desde el punto de vista financiero.

$$RC/B = \frac{\text{beneficios descontados}(VAN + inversión inicial)}{\text{costos}(inversión inicial)}$$

Usando los datos previos del primer caso:

Inversión Inicial (Costo): -\$20.000,00

VAN: \$42.176,55 (Este es el beneficio descontado sin contar la inversión inicial)

Entonces,

$$RC/B = \frac{42.176,55 + 20.000,00}{20.000,00}$$

$$RC/B = \frac{62.176,55}{20.000,00}$$

$$RC/B = 3.10$$

El valor de RC/B es de 3,10, es decir, por cada dólar invertido en el proyecto, se esperan retornos de \$3,10 en valor presente. Un RC/B de 3,10 es bastante favorable porque los beneficios esperados superan significativamente los costos del proyecto.

Usando los datos previos del segundo caso:

Inversión Inicial (Costo): -\$15.000,00

VAN: \$17.586,96 (Este es el beneficio descontado sin contar la inversión inicial)

Entonces,

$$RC/B = \frac{17.586,96 + 15.000,00}{15.000,00}$$

$$RC/B = \frac{32.586,96}{15.000,00}$$

$$RC/B = 2.17$$

El valor de RC/B es de 2.17, es decir, por cada dólar invertido en el proyecto, se esperan retornos de \$2.17 en valor presente. Un RC/B de 2.17 es bastante favorable ya, que los beneficios esperados superan significativamente los costos del proyecto.

	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.1
---	------------------------	-------

### **Propuesta**

Este Plan de negocios contiene los procedimientos que deben seguirse para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, en el sector el Condado-Quito, para brindar una mejor calidad de vida a los habitantes del sector y contribuir en el cuidado medioambiental; dicho plan puede ser implementado en cualquier tipo de empresa ya, que permite beneficiar a la comunidad y a su propietario.

### **Objetivo del Plan de Negocio**

Establecer estrategias y acciones, para la implementación exitosa de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso, promoviendo la clasificación del material.

### **Objetivos Específicos**

- Crear acciones detalladas de las actividades que se van a realizar asignado una persona que este a cargo de la actividad.
- Establecer programas de concientización y educación ambiental.
- Capacitación sobre el manejo adecuado del material reciclable.

### **Plan de Negocio**

- Crear acciones mediante el ofrecimiento de precios competitivos para una mayor acogida y contribuir al cuidado del medio ambiente.

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana <b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
Fecha: marzo 2024	<b>Revisión:</b> 01

	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.2
---	------------------------	-------

- Aprovechar la ubicación estratégica y ofrecer un buen servicio aprovechando el crecimiento de la economía circular.
- Capacitación al personal para crecimiento de la empresa en el mercado.
- Aprovechar la credibilidad de la empresa para sensibilizar a las personas sobre la importancia del cuidado ambiental.
- Aprovechar correctamente la infraestructura e incrementar los recursos financieros de la empresa
- Capacitación al personal para superar a la competencia
- Crear procesos eficientes mediante flujogramas que permitan mejorar la visibilidad de la comunidad de recicladores de la empresa.
- Definir presupuesto de inversión que permita contrarrestar factores como la delincuencia.

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana <b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
Fecha: marzo 2024	<b>Revisión:</b> 01



	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.1
---	------------------------	-------

### **Aporte Social del Trabajo**

Este trabajo no solo aporta conocimiento a este giro de negocio ya, que puede ser aplicado en cualquier ámbito empresarial porque propone estrategias para la implementación de un negocio que aporte económicamente a la comunidad local y que a su vez promueve el cuidado del medio ambiente.

### **Acerca de la Empresa**

La empresa Ecomundo Recicladora fue fundada en el año 2024 por el Sr. Ricardo Pozo, quien consta como representante legal de la empresa, esta empresa brinda un servicio integral en la recolección de desechos que son considerados reciclables, generando una cultura de orden y respeto por el medio ambiente.

### **Filosofía Corporativa**

Sostenibilidad ambiental.

Responsabilidad Social.

Innovación y mejora continua.

Respeto.

Transparencia y ética.

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
<b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Revisión:</b> 01
Fecha: marzo 2024	

	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.1
---	------------------------	-------

**Misión**

Contribuir en la preservación del medio ambiente y al desarrollo sostenible de la comunidad promoviendo la cultura de reciclaje y ofreciendo soluciones eficientes para la recolección, clasificación y comercialización de materiales reciclables.

**Visión**

Tener el reconocimiento como líderes en el sector del reciclaje siendo un modelo de excelencia en sostenibilidad, innovación y responsabilidad social.

**Logotipo**

Es la identificación o imagen que permite diferenciarse de otra empresa, es lo que lo hace diferente.

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana <b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
Fecha: marzo 2024	<b>Revisión:</b> 01

	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.1
---	------------------------	-------

**Figura 21**

*Logotipo de la empresa Ecomundo Recicladora*



*Nota.* La figura representa el logotipo de la empresa.

**Clasificación de Productos**

Ferrosos:

- Chatarra
- Motores
- Marañas

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana <b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
Fecha: marzo 2024	<b>Revisión:</b> 01

	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Pág.1
---	------------------------	-------

No ferrosos:

- Cobre
- Bronce
- Cartón
- Aluminio
- Acero
- PET
- Antimonio
- Papel
- Soplado

<b>Elaborado por:</b> Bautista Tatiana <b>Elaborado por:</b> Pozo Ricardo	<b>Aprobado por:</b> Ing. Flores Paula Mg.
Fecha: marzo 2024	<b>Revisión:</b> 01

## **Conclusiones**

Posterior al análisis de mercado local en el sector el Condado se identificó la falta de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso lo que dificulta a los recicladores el poder realizar la venta del material.

Mediante el análisis del estudio técnico y financiero, se ha podido evaluar la viabilidad de la inversión necesaria para la adquisición y ejecución del centro de acopio de reciclaje, teniendo en consideración factores clave la ubicación estratégica, la infraestructura requerida y los costos asociados. Su potencial es muy significativo ya, que genera retornos atractivos.

Se han diseñado estrategias de promoción y sensibilización enfocadas en la comunidad local, las estrategias están enfocadas en el fomento de la participación del reciclaje, destacando los beneficios ambientales, sociales y económicos de la práctica del reciclaje.

### **Recomendaciones**

Para la implementación de un negocio se debe analizar las necesidades de la comunidad e identificar si el negocio será beneficioso para ambas partes, es decir que debe traer beneficios para la comunidad y para la persona que va a implementar el negocio.

Es importante analizar los factores técnicos y financieros a la hora de implementar un plan de negocio ya, que así se tendrá la certeza de que el negocio será viable y poder tomar acciones para su ejecución y sobre todo asegurarse de que la inversión que se realiza es adecuada y traerá rentabilidad para la comunidad y para el dueño del negocio.

Es importante diseñar estrategias ya, que están son el camino para seguir para lograr los objetivos que la empresa se propone y a su vez facultan la toma de acción y permiten tomar acciones correctivas en caso de que no se esté cumpliendo con las actividades previstas.

## Referencias

- Arstromg, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Décimo primera ed., Vol. XI). (G. Domínguez , Ed.) Atlacomulco, Naucalpan de Juárez, México: PEARSON EDUCACIÓN,. Recuperado el 20 de 03 de 2024
- Chacha, B. (2020). *Plan de negocios para la comercialización de un producto a base de patat "Listo para consumir"*. Trabajo de Titulación, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos y Biotecnología Carrera de Ingeniería de Alimentos , Ambato. Recuperado el 18 de 03 de 2024, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30795/1/AL%20734.pdf>
- Euroinnova. (s.f). *Euroinnova International Online Education*. Recuperado el 18 de 03 de 2024, de Euroinnova International Online Education: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-plan>
- Gavilanez , A. (2019). *Plan de Negocios para la Empresa Flaxotires de la Ciudad de Ambato*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 19 de 03 de 2024, de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2580/1/76833.pdf>
- Jiménez , D. (2021). *Diseño de un Plan de Negocio para la Creación de uan empresa que Comercialice una Aplicación Móvil para la Localización y Promoción de Diversos Tipos de Negocio en la Ciudad de Quito*. Tesis, UIDE Arizona State University, Quito. Recuperado el 18 de 03 de 2024, de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4846/1/T-UIDE-1453.pdf>
- Juliá, J. (2019). *Como crear un Plan de Negocio útil y creíble* (Primera ed., Vol. I). (P. López , & V. Angulo , Edits.) Rambla, Catalunya, España: DC PLUS Serveis editorials SCP.

Recuperado el 18 de 03 de 2024, de

[https://books.google.com.ec/books?id=8PKODwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.ec/books?id=8PKODwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=true)

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (Décimo Primera ed., Vol. XI). (O.

Ramirez , Ed.) Cruz Manca, Santa Fe, México: Cengage Learning. Recuperado el 19 de 03 de 2024

Londoño, P. (s.f). *Hubspot*. Recuperado el 20 de 03 de 2024, de Hubspot.

Rodriguez, J. (29 de 01 de 2023). *Hubspot*. Recuperado el 19 de 03 de 2024, de Hubspot:

<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

Roldán , P. (12 de 02 de 2021). *Economipedia*. Recuperado el 20 de 03 de 2024, de

Economipedia: Un negocio es cualquier actividad, ocupación o método que tiene como fin obtener una ganancia.

Sánchez, J. (7 de 02 de 2024). *Economipedia*. Recuperado el 20 de 03 de 2024, de

Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Traverso, C., Zegarra, A., & Castillo , M. (2022). *El reciclaje: Hecho significativo del valor*

*ambiental desde el entorno educativo* y. Cientifico, Ministerio del Poder Popular para la Salud. Recuperado el 20 de 03 de 2024, de

<https://docs.bvsalud.org/biblioref/2022/10/1397753/513-1569-1-pb.pdf>

Tschohl, J. (s.f). Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia. En

J. Tschohl, *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*

(pág. 44). Guatemala: Service Quality Institute Latin America. Recuperado el 26 de 03 de

2024, de [https://www.servicequality.net/ftp/cap1\\_servcliente.pdf](https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf)



Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio* (Primera ed., Vol. I). Torrejón de Ardoz, Madrid, España:

Esic Editorial. Recuperado el 18 de 03 de 2024, de

[https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=true](https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=true)

## Anexos

### Anexo 1

*Instrumento para la toma de entrevista pág. 1 de 2*

#### ENTREVISTA

Plan de negocio para la implementación de un centro de acopio de reciclaje ferroso y no ferroso en el sector el Condado-Quito.

Interrogantes

1. ¿Qué opina usted del impacto ambiental causado por los residuos ferrosos y no ferrosos?  
.....  
.....
2. ¿Cuáles son las dificultades que usted encuentra a la hora de reciclar materiales ferrosos y no ferrosos?  
.....  
.....
3. ¿Qué actividades considera usted que podrían hacerse para fomentar una cultura de reciclaje en la comunidad?  
.....  
.....
4. ¿Considera usted que la implementación de un centro de acopio en la comunidad podría traer consigo beneficios económicos y sociales?  
.....  
.....
5. ¿Qué materiales ferrosos y no ferrosos considera que serían más comunes de reciclar en la comunidad?  
.....  
.....

*Nota.* El anexo representa el instrumento matriz para la toma de entrevista.

**Anexo 2***Instrumento para toma de entrevista pág.2 de 2*

6. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de un nuevo centro de acopio de reciclaje  
ferroso y no ferroso?

.....  
.....

7. ¿Cuáles serían las ventajas de contar con un centro de acopio en la comunidad?

.....  
.....

8. ¿Le gustaría promover la participación y colaboración de la comunidad en el  
funcionamiento del centro de acopio?

.....  
.....

*Nota.* El anexo representa el instrumento aplicado para la toma de entrevista pág. 2 de2.

### Anexo 3

#### Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACION				
<b>Tema:</b>	Plan de negocio			
<b>Producto:</b>	Material ferroso y no ferroso			
<b>Fecha:</b>	28-feb-24			
<b>Lugar:</b>	El Condado-Quito			
ITEM	REACTIVO	VALORACION		
1	Existen residuos ferrosos y no ferrosos en el sector	Regular (0)	Buena (1)	Excelente (1)
2	La comunidad participa en las actividades de reciclaje en la comunidad	Regular (1)	Buena (1)	Excelente (1)
3	Existe conciencia ambiental, donde se evidencia acciones para el cuidado del ambiente.	No (1)		Si (0)
4	Una vez que el cliente está de acuerdo con la compra del producto, se realiza un seguimiento hasta finalizar la venta.	No (0)		Si (1)

*Nota.* El anexo representa la ficha de observación.

**Anexo 4***Toma de entrevista*

*Nota.* El anexo representa la toma de entrevista.

**Anexo 5***Evidencia de visita para la toma de entrevista*

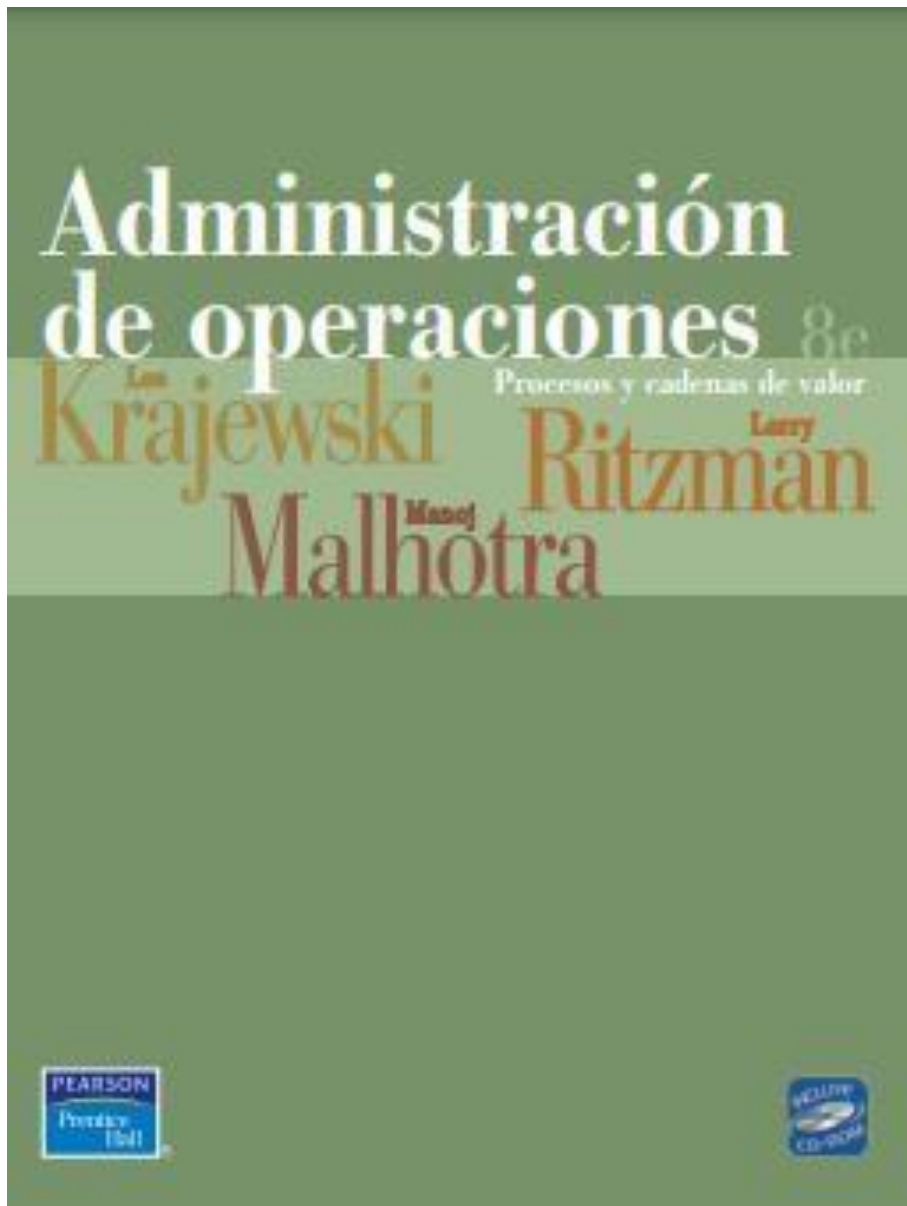
*Nota.* El anexo representa evidencia de visita.

**Anexo 6***Evidencia de Implementación de negocio*

*Nota.* El anexo evidencia la implementación del negocio.

**Anexo 7***Evidencia de implementación de negocio*

*Nota.* EL anexo representa la implementación del negocio.

**Anexo 8***Autores citados*

*Nota.* El anexo representa libro de autores citados en el trabajo de investigación.

## Anexo 9

### Evidencia de Existencia de la empresa en el Sistema de Rentas Internas

#### Consulta de RUC

RUC

1723502058001

Razón social

POZO CHUGCHILAN RICARDO DAVID

Estado contribuyente en el RUC

**ACTIVO**

#### Actividad económica principal

VENTA AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS Y DESECHOS, CHATARRA METÁLICA Y DE MATERIALES PARA EL RECIDLADO, INCLUIDO LA RECOLECCIÓN, CLASIFICACIÓN, SEPARACIÓN Y EL DESGUACE DE PRODUCTOS USADOS, COMO: AUTOMÓVILES, ORDENADORES, APARATOS DE TELEVISIÓN Y OTROS TIPOS DE EQUIPO, PARA OBTENER PARTES Y PIEZAS REUTILIZABLES. EL EMBALAJE Y REEMBALAJE, ALMACENAMIENTO Y ENTREGA, AUNQUE SIN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN REAL. ADEMÁS, LOS MATERIALES COMPRADOS Y VENDIDOS TIENEN UN VALOR REMANENTE.

Contribuyente fantasma

NO

Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	GENERAL		
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
SI	SI	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades

*Nota.* El anexo representa la existencia de la empresa en el SRI.