



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE RESINA
ENCOLANTE TIPO AKD Y ASA**

Autor:

Cárdenas Briones Pedro Javier

Tutor: Ec. Carlos Sánchez

Milagro, Julio del 2012

Ecuador

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el Proyecto de Grado con el Tema **ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE RESINA ENCOLANTE TIPO AKD Y ASA**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA**.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por el Egresado:

Cárdenas Briones Pedro Javier

C.I. 0920099177-5

Milagro, a los 31 días del mes de Julio del 2012

TUTOR

Ec. Carlos Sánchez



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Egr Pedro Javier Cárdenas Briones, por medio de este documento, entrego el proyecto; **ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE RESINA ENCOLANTE TIPO AKD Y ASA**, del cual me responsabilizo por ser el autor del mismo y tener la asesoría personal del Ec. Carlos Sánchez.

Milagro, Julio del 2012.

CÁRDENAS BRIONES PEDRO JAVIER

C.I. 0920099177-5



CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - C.P.A. Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

| | |
|---------------------------|------------|
| MEMORIA CIENTÍFICA | () |
| DEFENSA ORAL | () |
| TOTAL | () |
| EQUIVALENTE | () |

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

A mis compañeras y amigas de la sección matutina de Ingeniería en C.P.A que me han apoyado incondicionalmente a la realización del presente proyecto.

A mis maestros por ser por transmitirme sus conocimientos de la manera que mejor saben.

Pedro Cárdenas Briones

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mi familia, como una muestra de agradecimiento por el apoyo moral y estímulo brindados con amor y confianza y por infundir en mi, ese camino que inicia con toda la responsabilidad que representa el termino de mi carrera profesional.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro así como a los docentes, quienes fueron parte fundamental en este largo proceso de formación profesional, que con sus conocimientos y orientación han aportado significativamente a este logro personal.

A mi tutor de Tesis Ec. Carlos Sánchez, quien fue guía en este trabajo, apoyándome incondicionalmente en el desarrollo del mismo.

Pedro Cárdenas Briones

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de: **ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE RESINA ENCOLANTE TIPO AKD Y ASA**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Julio del 2012.

CÁRDENAS BRIONES PEDRO JAVIER

C.I. 0920099177-5

RESUMEN

El presente proyecto tiene la finalidad el explotar el sector Químico – Industrial de una de las materias primas fundamentales para las empresas productoras de papel, la resina encolante, el cual mantiene un alto nivel de consumo en las fábricas papeleras ecuatorianas ya que ayuda a permeabilizar tanto el papel como el cartón.

Milagro es un sector netamente comercial y que mejor opción para emprender un nuevo negocio, poco tradicional que a su vez abre las puertas a los negocios ya existentes, creando fuentes de trabajo para propios y extraños en nuestra localidad y en el Ecuador.

Por ello se ha establecido la información en cinco capítulos, en los cuales se podrá visualizar detalladamente el origen y propuesta de este proyecto.

Capítulo 1: Consiste específicamente en el planteamiento del problema, en la delimitación y la evaluación del mismo lo cual nos permite darnos cuenta de la importancia que tiene la creación de una empresa comercializadora de resina encolante en el cantón Milagro. Donde se ha establecido los objetivos generales y específicos que abarcan los logros y beneficios que pretendemos alcanzar con el desarrollo del mismo. La justificación nos explica el porqué de nuestro proyecto la importancia y seriedad ya que esto nos ayuda al crecimiento socioeconómico de nuestra sociedad.

Capítulo 2: Se fundamenta en las diferentes investigaciones que hemos realizado sobre el tema planteado, en su fomentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la importancia de este trabajo investigativo.

Capítulo 3: Aquí se hace referencia a la modalidad de investigación que es de campo y también la bibliografía que nos permite definir claramente el problema existente, el mismo que nos da la pauta para el respectivo estudio e investigación

de la muestra que estamos considerando para el desarrollo del presente tema. Además hemos aplicado la técnica conocida como la entrevista, dirigida a profesionales que conocen sobre el tema de producción de papel.

Capítulo 4: Tenemos las respectivas preguntas planteadas en la entrevista las mismas que se realizaron y aplicaron a la muestra poblacional tomada como referencia para realizar nuestro estudio de mercado, las cuales fueron aplicadas en su totalidad pudiendo obtener los resultados esperados y un correcto análisis a través de esta técnica investigativa.

Capítulo 5: Tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la empresa comercializadora de resina encolante tipo AKD y ASA. Podemos encontrar claramente establecida la misión, visión y objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la creación e implementación de este proyecto.

Se encuentra el fundamento legal para la constitución de la empresa. Se da a conocer detalladamente cómo va estar conformado el directorio de la empresa, el personal con el que dispondremos así como la capacidad y experiencia que debe tener cada uno para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro de la empresa.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos del negocio que se pretende crear. Con este análisis se puede desarrollar un plan estratégico y aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten. Además de un plan de marketing bien definido como la parte financiera de esta alternativa empresarial.

SUMMARY

This project aims to exploit the chemical - Industry of critical raw materials for paper companies, the resin sizing, which maintains a high level of consumption in paper mills in Ecuador as it helps both permeable the paper and cardboard.

Milagro is a purely commercial and industry best option for starting a new business, untraditional which in turn opens the door to the existing businesses, creating jobs for locals and foreigners in our town and in Ecuador.

Thus is established the information in five chapters, which can be displayed in detail the origin and purpose of this project.

Chapter 1: It consists specifically in the problem statement in the definition and evaluation of it which allows us to realize the importance of creating a trading company in Canton sizing resin Milagro. Where has established general and specific objectives covering the achievements and benefits we want to achieve with its development. The rationale explains why our project the importance and seriousness because this helps to socio-economic growth of our society.

Chapter 2: It is based on the various investigations we have done on the issue raised in their respective fomentation consists scientific historical review gives us extensive knowledge of the importance of this research paper.

Chapter 3: Here we refer to the type of field research is the literature and allows us to clearly define the existing problem; it gives us the pattern for the respective study and researches of the sample under consideration for development this topic. We have also applied the technique known as the interview, aimed at professionals who know about the issue of paper production.

Chapter 4: We have the respective questions in the interview the same were made and applied to the population sample were then determined to do our market research, which were applied in its entirety can obtain the expected results and a correct analysis through research of this technique.

Chapter 5: We have a proposal for our project. It provides an overview of the marketing company of resin type AKD and ASA sizing. We can find clearly stated mission, vision and aims and objectives we hope to achieve with the creation and implementation of this project.

It is the legal basis for the constitution of the company. It tells you in detail how it will be shaped the company's board, the staff we will have and the ability and experience should each have to perform efficiently and effectively its position within the company.

Through the SWOT analysis develops the same organization that lets us know the positive and negative aspects of the business to be created. With this analysis we can develop a strategic plan to maximize the opportunities offered by the environment and combat external threats that present themselves to us. In addition to a well-defined marketing plan as the financial part of this alternative enterprise.

INDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR | |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN | II |
| CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA | III |
| DEDICATORIA | IV |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR | VI |
| RESUMEN | VII |
| SUMMARY | IX |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I..... | 2 |
| EL PROBLEMA..... | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.1.1 Problematización | 2 |
| 1.1.2 Delimitación del Problema | 3 |
| 1.1.3 Formulación del problema | 4 |
| 1.1.4 Sistematización del problema | 4 |
| 1.1.5 Determinación del tema..... | 5 |
| 1.2 OBJETIVOS..... | 5 |
| 1.2.1 Objetivo General de la Investigación | 5 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación. | 5 |
| 1.3 Justificación | 6 |
| CAPÍTULO II..... | 8 |
| MARCO REFERENCIAL | 8 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos | 8 |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 12 |
| 2.2.1 PRODUCTOS QUIMICOS FUNCIONALES | 13 |
| 2.2.2. PRODUCTOS QUIMICOS NO FUNCIONALES..... | 13 |
| 2.2.3. CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS QUÍMICOS DOSIFICADOS. | 13 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.4. PRODUCTOS QUÍMICOS FUNCIONALES | 13 |
| 2.3.1 PRODUCTOS QUÍMICOS NO FUNCIONALES | 16 |
| 2.3.2 Propiedades del papel | 18 |
| 2.3.3 Etapas del proceso del papel | 19 |
| 2.4 Cultura organizacional..... | 22 |
| 2.5 Competitividad | 25 |
| 2.6 Globalización | 27 |
| 2.7 MARCO LEGAL..... | 29 |
| 2.7.1 Superintendencia de Compañías | 32 |
| 2.7.3. Leyes Ambientales en el Ecuador | 37 |
| 2.8 MARCO CONCEPTUAL | 47 |
| 2.9 HIPÓTESIS Y VARIABLES | 50 |
| 2.9.1 Hipótesis General | 50 |
| 2.9.2 Hipótesis Particulares..... | 50 |
| 2.9.3 Declaración de variables | 50 |
| 2.9.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 52 |
| CAPITULO III..... | 53 |
| MARCO METODOLÓGICO..... | 53 |
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL..... | 53 |
| 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA | 54 |
| 3.2.1 Características de la población..... | 54 |
| 3.2.2 Delimitación de la población | 54 |
| 3.2.3 Tipo de muestra..... | 54 |
| 3.2.4 Tamaño de la muestra..... | 55 |
| 3.2.5 Proceso de selección..... | 56 |
| 3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS | 56 |
| 3.3.1 Métodos teóricos | 56 |
| 3.3.2 Técnicas de investigación..... | 57 |
| CAPITULO IV | 58 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 58 |
| 4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL..... | 58 |
| 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVAS | 58 |
| 4.3 Resultados de las Entrevistas..... | 65 |

| | |
|--|------------|
| CAPITULO V | 67 |
| PROPUESTA..... | 67 |
| 5.1 TEMA | 67 |
| 5.2 FUNDAMENTACIÓN | 67 |
| 5.3 JUSTIFICACIÓN | 70 |
| 5.4 OBJETIVOS | 70 |
| 5.4.1 Objetivo General de la propuesta | 70 |
| 5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta..... | 71 |
| 5.5 UBICACIÓN | 71 |
| 5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD..... | 73 |
| 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA..... | 75 |
| 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA | 85 |
| 5.7.1 Actividades | 93 |
| 5.7.2 Recursos Análisis Financiero..... | 97 |
| 5.7.3 Impacto | 109 |
| 5.7.4 Cronograma de actividades..... | 110 |
| 5.7.5 Lineamiento de la propuesta para evaluar la propuesta..... | 111 |
| CONCLUSIONES | 112 |
| RECOMENDACIONES | 113 |
| BIBLIOGRAFÍA | 114 |
| LINKOGRAFÍA | 115 |
| ANEXO 1: FORMATO DE LA ENTREVISTA | 117 |
| ANEXO 2. PERMISOS Y PATENTES MUNICIPALES | 119 |
| ANEXO 3: FOTOGRAFÍAS DE VISITA A EMPRESAS..... | 122 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| TABLA 1. ASPECTOS DEL PROBLEMA..... | 4 |
| TABLA 2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | 52 |
| TABLA 3. TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 54 |
| TABLA 4. OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 66 |
| TABLA 5. MANUAL DE FUNCIONES – GERENTE..... | 78 |
| TABLA 6. MANUAL DE FUNCIONES – SECRETARIA..... | 79 |
| TABLA 7. MANUAL DE FUNCIONES - JEFE DE COMERCIALIZACIÓN..... | 80 |
| TABLA 8. MANUAL DE FUNCIONES – OPERARIO..... | 82 |
| TABLA 9. MANUAL DE FUNCIONES – VENDEDOR..... | 83 |
| TABLA 10. MANUAL DE FUNCIONES – CONTADOR..... | 84 |
| TABLA 11. ANÁLISIS FODA..... | 85 |
| TABLA 12. COSTOS DE PRODUCTOS..... | 95 |
| TABLA 13. DECLARACIÓN DE ACTIVOS FIJOS..... | 97 |
| TABLA 14. DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS..... | 98 |
| TABLA 15. NÓMINA AÑO 1..... | 98 |
| TABLA 16. NÓMINA AÑO 2..... | 99 |
| TABLA 17. NÓMINA AÑO 3..... | 99 |
| TABLA 18. NÓMINA AÑO 4..... | 100 |
| TABLA 19. NÓMINA AÑO 5..... | 100 |
| TABLA 20. DETALLE DE GASTOS..... | 101 |

| | |
|--|-----|
| TABLA 21. DETALLE DE GASTOS GENERALES | 101 |
| TABLA 22. INVERSIÓN DEL PROYECTO | 102 |
| TABLA 23. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | 102 |
| TABLA 24. TASA ANUAL DE INTERÉS - PRÉSTAMO BANCARIO | 103 |
| TABLA 25. TABLA DE AMORTIZACIÓN | 104 |
| TABLA 26. PRESUPUESTO DE INGRESOS | 104 |
| TABLA 27. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS | 106 |
| TABLA 28. BALANCE GENERAL | 107 |
| TABLA 29. FLUJO DE CAJA PROYECTADO..... | 108 |
| TABLA 30. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 110 |

TABLA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| GRÁFICO # 1. <i>MANUFACTURA DE PAPEL EN LA ANTIGUA CHINA</i> | 9 |
| GRÁFICO # 2. <i>EXPANSIÓN DE PAPEL</i> | 9 |
| GRÁFICO # 3. <i>PRIMERA FASE DEL PROCESO PRODUCTIVO DEL PAPEL EN CMPC, EN 1920.</i> | 11 |
| GRÁFICO # 4. FORMACIÓN DE LA HOJA | 69 |
| GRÁFICO # 5. MAPA DE UBICACIÓN DEL NEGOCIO | 71 |
| GRÁFICO # 6. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA..... | 72 |
| GRÁFICO # 7. LOGOTIPO DE LA EMPRESA..... | 75 |
| GRÁFICO # 8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL | 77 |
| GRÁFICO # 9. CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER | 86 |
| GRÁFICO # 10. ENVASES DE RESINA ENCOLANTE | 93 |
| GRÁFICO # 11. PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS | 94 |
| GRÁFICO # 12. CAMIONES PARA COMERCIALIZAR RESINA ENCOLANTE..... | 94 |

INTRODUCCIÓN

Milagro es un sector ampliamente comercial e industrial, por ello, se ha pensado en nuevas oportunidades de negocios algo no tradicional que a la vez es muy rentable y atraerá directa e indirectamente empleo a la población.

Por su alta demanda como parte de la materia prima para la elaboración del papel y el cartón, la resina encolante tipo AKD y ASA, es comercializada e importada de países como México, Europa, China y Japón, lo que hace que el costo de estos productos sea un costo adicional para las empresas productoras de papel.

La razón por la cual se realizó el planteamiento del problema sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre la elaboración del papel y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables.

En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la entrevista dirigida a personas que se desenvuelven en esta área, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir, el análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que esta plaza de mercado es muy beneficioso.

La propuesta contara con una estructura organizacional bien definida en cada uno de sus aspectos administrativos, operativos y comercialización, con el fin de optimizar la productividad de esta nueva alternativa empresarial. También hemos realizado una proyección financiera, en la cual hemos establecido los costos, gastos; es decir la inversión total de esta propuesta, los mismos que una vez procesados dieron como resultado que esta es un proyecto rentable.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

La ciudad de Milagro ha experimentado un crecimiento notable en diferentes aspectos sociales, culturales, empresariales, pero eso no ha sido suficiente para considerar a la ciudad como la mejor equipada para abastecer a todos los espacios laborales de la población.

Al analizar detenidamente el mercado industrial, nos damos cuenta de la necesidad que existe de crear una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante tipo AKD (Dímero de Alkil Diceteno) y ASA (Anhídrido Alkenil Succínico), ya que este producto está siendo importado en grandes cantidades por industrias productoras de papel más importantes del Ecuador como son: PAPELERA NACIONAL S.A., el Grupo SURPAPELCORP, CARTORAMA y CARTOPEL

Los principales problemas para estas compañías que requieren de la resina es el alto costo por concepto de transportación, el volumen de carga, la desaduanización, el corto tiempo de vida útil, inconvenientes políticos con países vecinos (cierres de fronteras), paralizaciones de actividades de transportes entre

otros; todo esto demandan recursos económicos y de logística para mantener un stock que no afecte a la producción normal.

La creación de “PaPer QuiM” permitirá reducir costos de fabricación, mejorar la calidad, ofrece blancura y vida, también disminuye la contaminación ambiental, en general, los productos de encolado permiten controlar la resistencia del papel y cartón al agua y mejorar sus propiedades de impresión.

Pronóstico

Las situaciones problemáticas que presentan las industrias para la elaboración del papel son los altos costos por concepto de transportación, el volumen de carga, la desaduanización, el corto tiempo de vida útil, entre otros

Control de pronóstico

Para evitar el pronóstico es necesario la creación de una empresa que distribuya en nuestro país la resina encolante tipo AKD y ASA con un menor costo utilizado como herramienta que potencie la participación de este negocio así como su rentabilidad, garantizando la permanencia en este casco comercial.

1.1.2 Delimitación del Problema

Este proyecto de investigación se llevará a cabo en Ecuador, en la región Costa, específicamente en el Cantón Milagro, el mismo que se encuentra ubicado al este de la provincia del Guayas.

Al Sector Empresarial, que esta dirigido este proyecto es, a la Empresa Químico – Industrial. Apoyando a las empresas productoras de papel y cartoneras las cuales consumen en grandes cantidades y es la principal materia prima que necesitan para fabricar los productos que ofrecen en cada una de ellas.

Tiempo:

Nuestra investigación tendrá una antigüedad que no supere los 5 años.

.Universo

Está orientado a los habitantes de la Ciudad Milagro los cuales corresponden a 166.634 según el último censo de población y vivienda realizado en el 2010.

1.1.3 Formulación del problema

¿De qué manera beneficiará la presencia de una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante en el sector industrial dedicado a la producción de papel en el Ecuador?

| ASPECTO | DESCRIPCIÓN |
|-----------|---|
| Claro | Redactado en forma precisa, fácil de comprender e identificar con ideas concisas. |
| Evidente | Que tiene manifestaciones claras y observables. |
| Relevante | Que sea importante para la comunidad a la cual está orientada y se requiera resolverlo científicamente. |
| Factible | Posibilidad de solución según tiempo y recursos: tecnológicos y económicos. |
| Original | Novedoso, nuevo enfoque, no investigado totalmente. |
| Concreto | Redactado de manera que sea corto, preciso, directo y adecuado. |

Tabla 1. Aspectos del problema

1.1.4 Sistematización del problema.

- ¿Qué nivel de aceptación va a tener el producto en el mercado papelerero?
- ¿Qué ventajas brindaría a las empresas ecuatorianas productoras de papel este tipo de negocio?
- ¿Cómo afectan los altos costos de importación de la resina encolante a las industrias productoras de papel?
- ¿Cuáles son los beneficios de contratar servicios publicitarios?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización resina encolante tipo AKD y ASA en la ciudad de Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Aplicar un diagnóstico situacional en las empresas productoras de papel mediante una investigación de mercado, para determinar la factibilidad de la creación de una empresa comercial dedicada a la distribución de resina encolante tipo AKD y ASA.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación.

- Establecer el nivel de aceptación va a tener el producto en el mercado papelerero
- Identificar las ventajas brindaría a las empresas ecuatorianas productoras de papel este tipo de negocio.

- Definir como afectan los altos costos de importación de la resina encolante a las industrias productoras de papel.
- Identificar los beneficios de contratar servicios publicitarios en el posicionamiento de esta empresa.

1.3 Justificación

La química industrial, como toda ciencia aplicada, centra su objetivo en las necesidades humanas y específicamente en los procedimientos que permiten transformar materias primas en productos útiles.

Las empresas Químico – Industrial es caracterizada por ser el sector principal donde se inician todas las operaciones para elaborar las materias primas (en este caso básicas), y su trabajo concluye con la elaboración de los productos para otras industrias y para un consumo final.

Juega un papel muy importante en las economías de los diversos países además de que siempre estará presente en las diferentes industrias para la vida cotidiana como son el textil, transporte, vivienda, papel, alimentación, etc. Así sus inversiones son un peldaño para las compañías en sus inversiones por eso quien llega a contar con una industria química con un buen desarrollo seguro podrá crecer y expandirse por todo el mundo.

Nuestro cantón es un sector comercial, en el cual se puede apreciar una serie de negocios de diferentes actividades empresariales o micro-empresariales, por ello, se tomó en consideración este sector para estudiar las diferentes necesidades que presenta, encontrándonos que el mercado no cuenta con una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante tipo AKD y ASA, que tienen alta demanda en la industria papelera y cartonera del país.

Para verificar la viabilidad de la empresa, se realizará un estudio de mercado, con la cual obtendríamos información relevante sobre la propuesta planteada, la misma que se desarrollará a través de la aplicación de encuestas y entrevistas, que serán de gran ayuda para medir el nivel de satisfacción que tienen las industrias papeleras con respecto a este producto, además de necesidades, exigencias y expectativas. Posteriormente se realizarán los respectivos análisis e interpretaciones de los resultados, creando una base de datos, la misma que aportará o servirá a los inversionistas que desean incurrir en esta alternativa empresarial.

El propósito principal de este estudio de factibilidad es darle prioridad a la industria nacional con insumos de calidad, además de brindar la ventaja de bajos costos debido a que esta materia prima será comercializada en nuestro territorio, también permitirá efectuar varias visitas a diferentes empresas nacionales productoras de papel y cartón con el propósito de evaluarlas y considerarlas como posibles clientes para ofrecer los productos que se van a distribuir.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Historia del Papel.

El vocablo papel - “papyrus”, en latín-, alude a la planta egipcia *Cyperus papyrus*, de la familia de las Ciperáceas, cuyas hojas sirvieron como soporte de escritura a los egipcios, griegos y romanos entre el 3.000 a C. y el siglo V d.C.

Los egipcios obtenían el papiro de una planta del mismo nombre (llamada thuf en el antiguo Egipto), caracterizada por sus hojas largas, tallos blandos -de parte inferior muy gruesa- y sección triangular. La médula del papiro era consumida como alimento una vez hervida y también se usó en la elaboración de un material similar al papel.

En Egipto se fabricó el papiro a partir de capas estiradas de la médula, las que se ordenaban en forma transversal. Esta pulpa se impregnaba de agua, se prensaba y secaba; después se frotaba contra una pieza de marfil o una concha lisa para darle más suavidad a su textura. El tamaño fluctuaba entre los 12,5 x 12,5 cm y

entre los 22,5 x 37,5 cm. Cada hoja se unía a otra, formándose rollos de entre 6 y 9 metros, aunque se han encontrado de longitud superior a los 40 m.

Chinos: Pioneros en la fabricación del papel



Gráfico # 1. *Manufactura de papel en la Antigua China*

En el año 105 d.C., el señor T'sai Lun, que era un empleado del emperador chino Ho Ti, fabricó por primera vez un papel, desde una pasta vegetal a base de fibras de caña de bambú, morera y otras plantas, dando origen al papel que conocemos hoy. T'sai Lun emprendió esta tarea siguiendo órdenes expresas del emperador, quien le ordenó buscar nuevos materiales para escribir sobre ellos.

Durante 500 años la técnica de la elaboración del papel perteneció sólo a los chinos, quienes la guardaron celosamente durante ese largo período.

Expansión del papel

Alrededor del 600 d.C. el papel llegó a Corea y Japón, países en los cuales se comenzó a fabricar en forma manual, de acuerdo a la antigua tradición; coreanos y japoneses fueron perfeccionando paulatinamente este sistema.

En el año 750 d.C. los conocimientos para la fabricación del papel llegaron al Asia Central, el Tibet y la India. Posteriormente los árabes, en su expansión hacia el oriente, se familiarizaron con los métodos de producción del papel de escribir y crearon molinos de papel en Bagdad, Damasco, El Cairo y -más tarde- en



Gráfico # 2. *Expansión de Papel*

Marruecos, España y Sicilia. Los árabes no tenían fibras frescas, de manera que para producir papel extrajeron la materia prima de sus antiguas alfombras; luego usaron harneros hechos de caña y fabricaron hojas delgadas recubiertas con pasta de almidón. Este papel era de apariencia fina y resistía muy bien la escritura.

Al entrar en Europa, los árabes introdujeron en ese continente el secreto de la fabricación del papel; países como Italia y España desarrollaron rápidamente este descubrimiento.

Curiosamente, el papel apareció en Egipto -país creador del papiro- alrededor del año 800 d.C. (700 años después de que el papel fuera creado por el chino T'sai Lun), iniciando los egipcios su fabricación 100 años después.

Europa: de país en país

En Europa, el primer ejemplar escrito en papel es una carta árabe que data del año 806, la que se conserva en Holanda, en la Biblioteca Universitaria de Leyden. Antes de la aparición del papel, los europeos utilizaban el pergamino, producido de delgadas capas de piel de vaca, oveja o cabra.

La primera fábrica de papel europea se estableció en España, cerca del año 1150. Durante los siglos siguientes la técnica se extendió a la mayoría de los países de Europa; a mediados del siglo XV, con el invento y la introducción de la imprenta de tipos móviles, la impresión de libros pudo hacerse a más bajo costo y fue un gran estímulo para la fabricación de papel.

El aumento en el uso del papel durante los siglos XVII y XVIII motivó una escasez de telas y trapos, únicas materias primas satisfactorias que conocían los papeleros europeos; intentaron introducir diversos sustitutos pero ninguno dio buenos resultados. También se intentó reducir el costo del papel a través de una máquina que reemplazara el proceso de fabricación manual.

Cada vez más cerca y de mejor calidad



Gráfico # 3. Primera fase del proceso productivo del papel en CMPC, en 1920.

Fue un francés, Nicholas Louis Robert, quien, en 1798, construyó una máquina efectiva, la que fue mejorada por dos británicos -los hermanos Henry y Sealy Fourdrinier-, quienes en

1803 crearon la primera de las máquinas marcadas con su

apellido. En 1840 introdujeron el proceso de trituración de madera para fabricar pulpa, con lo cual se pudo fabricar papel a partir de una materia prima de más bajo costo. Diez años después se realizó el primer proceso químico para producir la pulpa, lo cual también colaboró a la reducción de costos.

En 1844, Federic Gottlob Seller sería el primero en obtener, mediante un procedimiento mecánico, pasta de madera. Hacia 1852, Meillier descubrió la celulosa y Tilghman patentó el procedimiento mediante el cual, y por medio de la utilización de bisulfito de calcio, se obtenía celulosa de la madera.

Desde esa fecha, todos los esfuerzos convergerían hacia la búsqueda del perfeccionamiento de máquinas y técnicas, la renovación de materiales y la disminución de los tiempos de producción.

En Chile

Los primeros papeles que se fabricaron en Chile datan de la segunda mitad del siglo XIX y fueron producidos con pasta de paja de trigo. Hubo intentos satisfactorios por producir celulosa de madera, pero su costo era muy alto.

Se presume que la primera fábrica de papel de nuestro país fue fundada en Limache en 1869 y trasladada en 1893 a Quillota (ambas ciudades situadas en la actual Región de Valparaíso). A fines del siglo XIX y comienzos del XX, en Chile se elaboraban ínfimas cantidades de papel y cartón para uso interno; en 1892 el papel de envolver nacional apenas abastecía el 5% de la demanda, llegándose a importar papel para responder a los requerimientos de la Ley de Instrucción de la época, en la que se incluía el fomento a la lectura, es decir, había que producir muchos libros.

En 1895, se creó una fábrica de papel y cartón en Las Palmas de Ocoa (Región de Valparaíso), utilizándose la palma chilena (*Jubaea chilensis*) como materia prima.

En 1920 se fundó la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones (CMPC) en los terrenos de una antigua fábrica de Puente Alto. En sus inicios, la producción de papel de CMPC fue a base de paja de trigo importada, hasta que, a mediados del siglo XX, con la instalación de una planta en Laja (Región del Bío Bío), CMPC comenzó la producción de celulosa a gran escala, a partir de las maderas de pino insigne y eucalipto.¹

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

DENOMINACION DE LOS PRODUCTOS QUIMICOS

Para la elaboración de papel se utilizan diversos químicos los mismos que añaden al papel características y contribuyen con sus propiedades físicas y químicas.

¹ Fuente tomada de: <http://www.papelnet.cl/papel/3.html> desde historia de papel - Chile

Dependiendo de cual sea la labor y desempeño dentro de la hoja de papel los químicos se clasifican en:

- Funcionales.

- No funcionales.

2.2.1 PRODUCTOS QUIMICOS FUNCIONALES

Son aquellos que forman parte de la hoja de papel y le dan las propiedades y características finales.

2.2.2. PRODUCTOS QUIMICOS NO FUNCIONALES

Están presentes en la elaboración de la hoja del papel y contribuyen con la misma, brindando las facilidades para que el proceso sea optimo, sin embargo no forman parte de la hoja de papel cuando esta ya ha sido terminada.

2.2.3. CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS QUÍMICOS DOSIFICADOS.

Los productos químicos tienen características propias ya sea físicas o químicas por lo cual es necesario conocer cada una de las mismas para poder tener un referente de qué clase de productos químicos tenemos y cuáles son los parámetros a seguir para su uso, su almacenaje y su conservación, con el fin de evitar su deterioro y por el ende que pierdan sus características:

2.2.4. PRODUCTOS QUÍMICOS FUNCIONALES

2.2.4.1 ALMIDÓN CATIONICO DE PAPA (Wescat “A”) Este producto químico es un almidón modificado Catiónico a partir de almidón de papa, El almidón de papa tiene un alto contenido de amilo pectina (aproximadamente 80%) y la molécula de amilo pectina en el almidón de papa es significativamente mas larga que la de otros almidones regulares.

Este es un factor contribuyente en el incremento de la resistencia del papel, el Wescat "A" es un Ester, el almidón obtiene características Catiónicas, es decir con carga positiva, por lo tanto las fibras de papel (aniónicos) y el Wescat "A" (catiónico) se atraen una a la otra permaneciendo el almidón en el papel.

2.2.4.2 ALMIDON NATURAL (AMIDEX 030030) Es un carbohidrato con una humedad comprendida entre 11.5 – 13.0% con una viscosidad Scout (g/s) 12/75, su pH varía de 4.0 – 6.5, posee una apariencia de polvo blanco fino.

2.2.4.3 RESINA DE RESISTENCIA EN HUMEDO (RESIST EMF) Es una resina sintética en base de la melanina-formaldehído de carácter catiónico, de bajo grado de condensación completamente soluble en agua a temperatura ambiente y de gran estabilidad durante el almacenamiento.

Su aspecto físico es la de un liquido claro ligeramente lechoso con un pH a 25° 4-5 , tiene un contenido de sólidos 17- 18% , es fácilmente diluible en agua en cualquier proporción, la estabilidad que posee es la de mínimo tres meses en condiciones normales de almacenamiento , su viscosidad es de 30-60cps , y formol libre 0.3% máximo (Incotec 2657).

2.2.4.4 COLORANTE (PARDO ANDIPAPEL)

Es un colorante básico con muy buena afinidad por fibras termomecánicas y mezclas con pulpa química.

Su aspecto es la de un polvo café oscuro, con una soludibilidad Max. 8 g/L y una solidez a la luz.

Para su almacenaje se lo debe de preservar en el envase original firmemente cerrado, en un área fresca y ventilada, lejos de fuentes de calor y protegido contra la luz.

La razón de guardar estas precauciones con este producto químico radica en evitar su deterioro y que pierda sus propiedades físicas.

2.2.4.5 IMPERMEABILIZANTE (DISPROMULL)

Este producto químico es una emulsión de ceras parafinitas de color blanco que actúa como agente hidrofugante totalmente soluble en agua.

Esta diseñado con un tamaño de partícula muy pequeño que produce dispersiones muy estables y una optima distribución sobre las fibras, tiene un color blanco, un porcentaje de sólidos, 50 +/- 1% , con pH 7.0 – 9.0, su densidad es 0.93 – 0.95 gr/mL, con respecto a su estabilidad es sensible a ácidos, electrolitos y sales metálicas.

Este producto se lo debe de almacenar bajo techo a temperaturas inferiores 25° C y con buena ventilación, en estas condiciones el producto químico tiene una estabilidad de 6 meses los incrementos de temperatura disminuyen la vida útil del mismo. 33

2.2.4.6 ENCOLANTE (RAISAFOB 8115E)

Es una dispersión reactiva con base en AKD (Alfil-Keteno-dimero), posee una apariencia de liquido blanco lechoso con un valor de pH comprendido entre 2.0-3.0 su gravedad especifica (25°) es 0.95 – 1.05 tiene carácter catiónico.

2.2.4.7 ENCOLANTE ACIDO

Es la mezcla de colofonia mas sulfato de aluminio, la colofonia es un jabón utilizado como encolante que sumado a sulfato de aluminio producen una reacción química que es el precipitado, a esta composición química se la conoce como Resinato de aluminio.

2.2.4.8 CARBOXIMETILCELULOSA (CMC PE –22)

Este químico tiene un aspecto físico de polvo/ granulo fino, con un color de blanco a crema, no posee olor , es un producto aniónico, su densidad es de 600 – 1000kg/m³, es soluble en agua fría o caliente , su pH es de 6.5-8.5, adicionalmente este químico posee una temperatura de ignición >350° con temperatura de oscurecimiento 225°C.

2.3.1 PRODUCTOS QUÍMICOS NO FUNCIONALES

2.3.1.1 BACTERICIDAS (BACT 199)

Es un agente antimicrobiano cuyo principio de funcionamiento se basa en una combinación de compuestos heterocíclicos, que incorporan en su estructura molecular gran proporción de elementos bio-reactivos y en el elevado coeficiente de reparto.

Corresponde a la siguiente fórmula 5- cloro- 2- metil-4-Isotiazolin-3ona,2-metil-4-isotiazolin-3-Ona, con densidad a 20° C de 0.980- 1.150 g/mL, un pH de 2.5 – 5.0, su aspecto físico es el de un líquido transparente amarillo. Este químico es un producto de niveles de toxicidad muy bajos, la dosis letal media (LD) por vía oral alcanza valores del orden de 2800mg/Kg, los ensayos de toxicidad dermatológica (LD50) sobre conejos dan valores del orden de 5.000 mg/Kg

2.3.1.2 BACTERICIDAS (BACT 19B)

Es un líquido microbiostático formulado a base de un compuesto derivado del ácido carbámico, con una composición Etilen-1,2 –bisditiocarbamato de sódico, con apariencia de líquido transparente amarillo, una densidad de 0.960 – 1.200 g/mL a 25° C, posee además un olor dulce suave, solubilidad total, porcentaje ingrediente activo 30%.

2.3.1.3 ANTIESPUMANTE (ANTIFOAM MCM)

Este producto es una combinación sinérgica de compuestos desespumantes y antiespumantes, este producto químico es 100% activo, posee un aspecto de líquido mate de viscosidad media, con características aniónicas con una coloración amarillo claro y una solubilidad al 10% completa teniendo además como otras características, valor ácido < 7.00, viscosidad 25 > 400 cps y una humedad < 0.5%.

Para su almacenamiento se lo debe de conservar a una temperatura de 25° debe de permanecer bien tapado y preferiblemente mezclar antes de usarlo. 35

2.3.1.4 BARREDOR DE CARGAS (RAIBAR 704)

Es un polímero de alta densidad de carga, su apariencia física es la de un líquido levemente turbio, un pH (1%) 4.2+/-0.5, gravedad específica (25 °C) 1.20 -1.25 , con viscosidad (cps) 700 máximo, su estabilidad media sin que sufra deterioro ni pierda su efectividad es de 60 días para lo cual debe de ser almacenado a una temperatura de 5°-35°C.

2.3.1.5 PRODUCTO DE LIMPIEZA DE TELA FORMADORA (CLEAN 2582)

Este producto posee una apariencia de líquido transparente ligeramente amarillo con pH a los 25° C de 5.0 – 7.0, densidad a 25°C (g/mL) de 1.00 – 1.090, además posee un punto de chispa > 95 °C con punto de congelamiento 1 °C.

2.3.1.6 PRODUCTO DE LIMPIEZA (SULFATO DE ALUMINIO)

El sulfato de aluminio es conocido comercialmente como “alumbre”. Por supuesto , no es un alumbre verdadero , por definición , un alumbre es un sulfato doble , sal que tiene un metal univalente o radical tal como potasio , sodio o amonio y un metal trivalente tal como aluminio, ion férrico, cromo, cobalto, el cual forma cristales definidos con 24 moléculas de agua.

En estado natural el sulfato de aluminio se encuentra como un compuesto hidratado que corresponde a la fórmula $Al_2(SO_4)_3 \cdot 18H_2O$. A nivel industrial el sulfato se produce en una hidratación menor, que oscila entre 14 y 14.5 moléculas de agua, mediante la reacción entre el ácido sulfúrico y un mineral rico en aluminio, tal como alumina hidratada (hidróxido), o bauxita.

2.3.1.7 PRODUCTO DE LIMPIEZA (SODA CAUSTICA)

Conocido como lejía o soda cáustica es el nombre comercial del hidróxido de Sodio, tiene una apariencia de escamas de color blanquecino, sin olor, es 100 % soluble en el agua, tiene una temperatura de ebullición de 145 °C (al 50% peso).

2.3.1.8 AYUDANTE DE RETENCION Y DRENAJE

Este químico tiene una apariencia de líquido transparente , con un pH 2.0 – 4.0 , un porcentaje de sólidos 10.0 –11.0 , su viscosidad , cps, , 25° C menor de 15.000cps , carácter iónico anfótero, además la estabilidad del producto es de 12 meses y su gravedad específica, 25° C 1.00 – 1.05.

Para su mayor conservación se lo debe de mantener alejado de fuentes de calor o llama y de oxidantes fuertes.²

2.3.2 Propiedades del papel

Durabilidad del papel

La durabilidad expresa principalmente la capacidad del papel para cumplir sus funciones previstas durante un uso intensivo y continuado, sin referencia a largos periodos de almacenado. Un papel puede ser durable (al resistir un uso intensivo durante un tiempo corto) pero no permanente (debido a la presencia de ácidos que degradan lentamente las cadenas celulósicas).

Estabilidad dimensional

Capacidad de un papel o cartón para retener sus dimensiones y su planidad cuando cambia su contenido en humedad, por ejemplo, bajo la influencia de variaciones en la atmósfera circundante. Un alto contenido en hemicelulosas promueve el hinchamiento de las fibras y su inestabilidad.

Mano

² Fuente tomada de: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/977/6/Capitulo_2.pdf

Término aplicado a un papel que expresa la relación entre su espesor y el gramaje. Su valor disminuye cuando aumentan la compactación y la densidad de la hoja.

Permanencia

Se refiere a la retención de las propiedades significativas de uso, especialmente la resistencia mecánica y el color, después de prolongados períodos. Un papel puede ser permanente (retiene sus características iniciales) pero no durable, debido, por ejemplo, a su baja resistencia inicial.

Resiliencia

Capacidad del papel para retornar a su forma original después de haber sido curvado o deformado. La presencia de pasta mecánica en la composición confiere dicha propiedad.

Carteo

Combinación de tacto y sonido que produce una hoja de papel cuando se agita manualmente.

2.3.3 Etapas del proceso del papel

Refinado

La pasta se refina para desfibrar y cortar las fibras a fin de adaptarlas al tipo de papel deseado. De este proceso depende el grado de resistencia que tendrá el papel al doblado, reventado y rasgado.

El papel puede sufrir dos tipos de refinamiento: graso o magro

- El graso deja las fibras muy hidratadas dotando al papel de resistencia, rigidez y cierta transparencia, pero le quita flexibilidad y lo hace quebradizo, con dificultad para el plegado (papeles vegetales, de fumar, pergaminos).

- El magro deja las fibras enteras o truncadas, lo que le da al papel flexibilidad, facilidad para el plegado, grosor, blandura y opacidad (son por ejemplo los papeles absorbentes, de impresión, offset, etc.)

Encolado

En esta etapa, se le añade cola al papel, para evitar que sobre el papel se *corra* la tinta al imprimir o escribir. De este proceso depende el grado de permeabilidad.

El encolado se puede realizar en dos momentos: en masa o en superficie.

- En masa se realiza en el transcurso de la fabricación, en el momento en el que se preparan las masas (las pasta).
- En superficie cuando el papel está casi seco, en el tercio de la saquería.

El encolado consiste en la adición de productos hidrófobos (como colas de resina, gelatina, colas reforzadas y productos fijantes como sulfato de alúmina).

La finalidad es evitar la penetración de líquidos en el papel que originan problemas de resistencia y de impresión (por ejemplo los caracteres pueden perder nitidez).

El encolado en masa retarda la penetración de líquido a través de la envoltura hacia los materiales. La porosidad disminuye si se utilizan gelatinas como cola. La blancura también disminuye ya que las sustancias que se emplean son menos blancas que la celulosa. La opacidad también disminuye (en general el encolado disminuye las características físicas de los papeles como pliegues, alargamiento, estallido, etc.)

Sirve también para favorecer la retención del siguiente paso: la incorporación de cargas y la mejora de la uniformidad del color.

Cargas

Son productos en polvo (normalmente procedentes de la molturación de rocas) que contribuyen a darle cuerpo al papel, además de contribuir sustancialmente a conseguir otras características como: disminuir el brillo, aumentar la resistencia

mecánica, crear una microporosidad adecuada para su transpirabilidad, facilitar su lijado, aumentar su poder de relleno, etc.

Las cargas más utilizadas son: carbonato de calcio, caolín, mica, talco, sílice, yeso, sulfato de bario (minerales) o fécula de patata, almidón, etc. (orgánicas).

Como las cargas son más económicas que la celulosa, disminuye el precio del papel. Los productos de carga rellenan todos los vacíos existentes entre las fibras, con lo cual el papel adquiere una superficie uniforme, al mismo tiempo que se ablanda, reducen su transparencia y mejoran las condiciones para la impresión.

La blancura del papel, su brillo u opacidad, dependen de la clase de producto de carga. El grano más fino, por ejemplo, produce mayores opacidades y una blancura más elevada. Las cargas son productos que dan cuerpo al papel que no posee mucha celulosa. La proporción de cargas que se le añade a las pastas varía proporcionalmente a su calidad (más carga, peor calidad).

Pigmentos

Al igual que las cargas, rellenan los huecos del papel dando más opacidad y blancura. Se diferencian de éstas por el modo en que se aplican y porque las partículas son más pequeñas. Los pigmentos se aplican en superficie y las cargas en masa.

Coloración

Se le añaden a la pasta sustancias colorantes de naturaleza mineral u orgánica (según el tipo de papel). Los colores obtenidos de sustancias minerales son más resistentes a la luz que los derivados orgánicos.

Se puede añadir el color en masa (en las mezcladoras) o en algunos tipos de papel se efectúa cuando se forma la hoja en la máquina continua.

Agente de Blanqueo Óptico (A.B.O.)

El agente de blanqueo óptico se utiliza para dar un efecto visual de mayor blancura al papel. Es el responsable de que se vea ese brillo azulado cuando el papel está bajo una luz ultravioleta.

Ligantes

Debido al carácter orgánico de las fibras y el carácter inorgánico de algunos aditivos (cargas, pigmentos...) se necesitan los ligantes para poder unirlos entre sí. Éstos crean unos "puentes" que unen los aditivos entre sí y después los unen a la fibra. Los más utilizados son:

- Almidón
- Látex
- Alcohol polivinílico.³

2.4 Cultura organizacional

En todas las culturas y sociedades, los seres humanos se reúnen para llevar a cabo ciertas actividades colectivas, ello supone problemas muy semejantes, puesto que siempre se trata de establecer una dirección, una coordinación y una motivación.

La cultura influye sobre la manera en que entienden esos problemas y como se prefiere resolverlos. El aprendizaje social impone ciertos horizontes a la percepción. En este sentido, la dinámica que ha tenido el actual modo de producción que al buscar afanosamente salidas a sus crisis penetra a otras más severas y profundas, haciendo cada vez más extremosas y contradictorias las relaciones que se establecen en cada nueva fase de su desenvolvimiento, generando escenarios cada vez más inciertos, impredecibles por la voluntad

³ Fuente tomada de: <http://www.magpaper.com/historia.html>

humana, sobre todo por la mayoría de la población que pierde en la cotidianidad por la sobrevivencia la perspectiva de la lucha colectiva y transforma sus expectativas a un reducido número de satisfactores materiales pero individuales, egoístas, de lucro y sobre todo especulativos.

En el estudio de este campo de conocimiento, claramente podemos encontrar que en cada fase del desarrollo del sistema productivo ha correspondido un enfoque determinado y diferente para analizar la situación de las empresas en su connotación como organizaciones.

Estas maneras de visualizar el comportamiento de las unidades productivas ha variado en el tiempo, pero ahora nos interesa rescatar las aportaciones de las teorías de: Sistemas, de la Contingencia, de los estructuralistas, del desarrollo organizacional, etc., de las cuales podemos desprender que estas organizaciones obedecen a una cultura organizacional que son sistemas de reglas dentro de los cuales los hombres trabajan y viven (Berckhard. 1972). En donde Cultura Organizacional significa un modo de vida, un sistema de valores y creencias, una forma aceptada de interacción y de relaciones típicas de determinada organización y para que las empresas puedan sobrevivir y desarrollarse, para que exista revitalización y renovación, se debe cambiar la respectiva cultura organizacional.

La dirección de empresa no es una mera asignatura sino una "cultura" con valores, creencias, herramientas y lenguaje propios (Larry. 1972). En relación a los empresarios americanos escribía Peter Drucker "El enemigo no es el japonés ni el alemán, sino las limitaciones están en nuestra cultura empresarial. Como el problema no es sencillo, tampoco lo es su solución, ninguna introducción acelerada de elementos descoordinados pueden solventar la cuestión. Los círculos de control de calidad, las reorganizaciones con arreglo a la "teoría Y", la constitución de equipos de trabajo, los programas de formación a base de cursillos de dos semanas, etc., todo eso tiene sus aplicaciones, pero a menos que se disponga de un ajuste general de todos los elementos de la gestión a lo largo del tiempo, el esfuerzo carecerá de continuidad y los resultados serán escasos". (Drucker. 1972)

Encontramos la existencia de un clima organizacional, que viene a ser el medio o atmósfera psicológica, una característica que se presenta alrededor de cada organización, la cual tiene como principal problema la dificultad de conceptualizarla debido a que existen diferentes maneras de percibir ese clima por los diferentes individuos ya que algunos son más o menos sensibles que otros para percibir, Así lo que puede ser positivo para un miembro de la organización, puede ser percibido como negativo o insatisfactorio para otros. (Glen. 1976)

El concepto de clima organizacional involucra diferentes aspectos de la situación que se sobreponen mutuamente en diversos grados de los factores Estructurales y Sociales, entre ellos:

Como el tipo de organización, la tecnología involucrada, las políticas de la compañía, las metas operacionales, los reglamentos internos (factores estructurales); además de aptitudes, sistemas de valores, formas de comportamiento social que son impulsadas o castigadas (factores sociales).

Así, el clima organizacional, resulta de un complejo de componentes relacionados con aspectos formales e informales de la estructura, de los sistemas de control, reglas y normas, relaciones interpersonales existentes en la organización. (Beckhard. 1972)

Cada organización es un sistema complejo y humano, con características propias, con su cultura y con un sistema de valores que determinan los sistemas de información así como los procedimientos de trabajo. Todo ese conjunto de variables, debe ser continuamente observado, analizado y perfeccionado para que resulte la productividad y motivación óptima para cambiar el clima organizacional, la entidad necesita tener capacidad innovadora, así como las siguientes características:

1. **Adaptabilidad**, capacidad para resolver problemas y de reaccionar de manera flexible a las exigencias mutables e inconstantes del medio ambiente.

2. **Sentido de identidad**, conocimiento y comprensión del pasado y del presente de la organización, como también la comprensión y compartimiento de los objetivos de la organización para todos sus participantes.
3. **Perspectiva exacta del medio ambiente**, percepción realista aliada a la capacidad de investigar, diagnosticar y comprender el medio ambiente.
4. **Integración entre los participantes**, de tal forma que la organización pueda comportarse como un todo orgánico.
5. **Contextualización**, que implica la íntima relación entre variables externas y los estados internos de la organización, ya que las variables organizacionales presentan una compleja interrelación entre sí y con el ambiente externo.

2.5 Competitividad

En la actualidad, la economía mundial se ha deslumbrado por las numerosas estadísticas que atestiguan la eficiencia de las empresa japonesas en la actividad industrial, además de que han alcanzado posiciones de predominio en diferentes ramas consideradas como de punta, en este sentido, eclipsó a las motocicletas británicas , superaron a los norteamericanos y alemanes en la automotriz, arrebató a alemanes y suizos la primacía en la industria relojera, de artículos fotográficos y de la óptica, puso fin al predominio histórico de los Estados Unidos en campos tan diferentes como el acero, la construcción naval, la fabricación de pianos, las cremalleras para ropa, la electrónica de consumo todo ello encerrado en la mayor habilidad de gestión empresarial.

La forma en que el milagro japonés modificó las viejas estructuras formales que dieron sustento a la teoría administrativa, se vieron desplazadas con el aumento de la conciencia en los integrantes de las organizaciones. Este es el factor fundamental que aunado a otras características de la cultura de la sociedad oriental permitieron el surgimiento de estos milagros de competitividad con que

despertaron al mundo industrializado generando esos extravagantes elogios sobre la gestión administrativa de los empresarios japoneses. (Páscale 1984)

Por el mundo entero se difundió la propaganda positiva de las estrategias hasta el grado de convertirlas en un dogma para el triunfo en la competitividad y hasta hubo quien creyó que el aplicarlas sería tan simple como substituir en la mano un guante por otro. El exceso de publicidad propició tantas versiones sobre el tema que fue convirtiéndose en un mito en boca de profanos y demagogos del sistema que redujeron a dos palabras la concepción del funcionamiento y manejo de las unidades de producción, en tener "conciencia industrial" en la reestructuración productiva.

Para el caso de México, ha sido notorio que el aumento de conciencia industrial medida en kilos de propaganda no es suficiente para dar el salto a la mayor eficiencia y a la competitividad, (Pieza. 1994) parece ser que la visión empresarial ha sido limitada por el influjo de creencias, supuestos y preconcepciones acerca de la gestión, por lo que se ha estrechado innecesariamente su horizonte, debido a ello, se tienen que enfrentar a problemas como los siguientes:

- 1°. El desafío en el frente de la práctica gerencial, lo que se hace bien no produce más que rendimientos decrecientes, hace falta algo para que nuestras organizaciones funcionen con eficacia.
- 2°. Enfrentamos cambios en las escalas de valores que rigen a nuestra sociedad, por lo que las personas esperan otras cosas de las instituciones y buscan un nuevo sentido al trabajo en sí.
- 3°. La competencia nos está matando. Las recomendaciones que se sugieren para resolver estas situaciones son:
 - Máximo aprovechamiento de los instrumentos disponibles
 - La gestión empresarial no puede ser objeto de una ciencia pura sino que está social y culturalmente determinada. (Rodríguez. 1994)

Este bombardeo ligero y superficial nos conduce a comportarnos de manera verdaderamente irracional y antisocial, pues ¿tenemos que actuar de acuerdo a los valores de la moda desencadenados y potencializados en una sociedad, de consumo? o mejor dicho consumista mundial que nos obliga a adoptar y aceptar situaciones y circunstancias que no están de acuerdo con nuestra realidad de país subdesarrollado, en donde predominan otros modelos de conducta y de comportamiento basado en la estrechez del mercado interno tradicional.

Al hablar de conciencia empresarial y de que ésta no es suficiente para modernizar por sí sola al país, porque tal concientización se ha venido mostrando en forma demagógica desde hace por lo menos once años y lo preocupante es que en muchos casos no se ha correspondido con las acciones.

En 1985 se dio a conocer por parte de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA) una recomendación precisa para el futuro tecnológico, destacando que "de no incorporarnos en forma selectiva a las áreas tecnológicas, se irán perdiendo mercados tanto nacionales como de exportación". (Mireles. 1985). Si se pudiera hacer una revisión para ver la actualización de ese documento, arrojaría una brecha entre la visión del análisis y la acción realizada hasta lo que va del presente año, ello conduce necesariamente a profundizar en los aspectos que han impedido concretizar el avance de tal concientización.

2.6 Globalización

La modernización, la globalización, la apertura comercial, son fenómenos vigentes que afectan a todas las economías del mundo, destacando las altamente industrializadas en las que su población tiene un alto poder adquisitivo per cápita, después encontramos a las que son consideradas del tercer mundo por sus condiciones de escaso desarrollo industrializador y con una preponderancia de las actividades primarias, por lo que son consideradas como pobres además que el ingreso por persona es bajo, pero en común, todas ellas, están permeadas por las exigencias de mercado, el cual cada vez se muestra más difícil de alcanzar y sobre todo de controlar.

Estamos de acuerdo que la lucha por el acceso y el dominio de los mercados, se ha convertido en más impredecible por su inestabilidad y dinámica, por su tendencia al cambio rápido, intenso y hasta brutal que trasgrede y rechaza las antiguas expectativas e introduce otras nuevas.

El aspecto fundamental para cualquier organización, es el de mantenerse en la competencia y crecer, aunque para lograrlo tenga que recurrir a políticas de todo tipo, estrategias y procedimientos que se puedan implementar para mejorar la eficiencia y éstas son precisamente las demagógicas. (Hall. 1973)

A lo largo de la evolución del sistema se han presentado modas en las tácticas de enfrentamiento desde las que se iniciaban con enfrentamientos militares, hasta las de hoy, sofisticadas que terminan en integraciones estratégicas.

Un ejemplo de ello lo tenemos en el sistema de franquicias que ha invadido a los sectores de la economía y de esta manera las empresas extranjeras penetran en el mercado teniendo como base el prestigio de la firma internacional pero subsume al franquiciado que se vuelve un empleado y no un socio. (Melchor. 1994)

Lo anterior es solo un esquema de como el proceso de globalización del capital marca la tendencia a la formación de bloques comerciales que absorben primeramente a sus tradicionales o naturales zonas de influencia, para pasar a la conquista de otras zonas que pertenecen a otros bloques, a esto se le llama integración para la competitividad.

Las zonas de influencia naturales no presentan grandes problemas debido a diversos factores como podrían ser. la cercanía o las formas de control que mantienen la dependencia tradicional, de cualquier manera estos países se presentan "fieles a la marca".

El problema sobreviene cuando hay que traspasar las fronteras de dicha zona de influencia, bien porque son distantes o porque presentan el asedio de la competencia.

Este proceso de sobrevivencia-dominio (conquista) ha sido el espíritu de la cultura occidental, con base en ello, se ha expandido y controlado al mundo no solo en la época moderna sino también después de la guerra fría.

La producción industrial ha tomado el predominio mundial, su expansión ha sido apoyada en forma externa por los organismos multinacionales que influyen al mundo financiero y como complemento de ello no se puede negar que el abatimiento de las fronteras de los países a causa de la globalización económica y financiera que ha generado que la problemática interna se resume a dos grandes factores como lo son la imposición de modelos externos que distorsionan la forma de vida tanto en lo individual como en lo colectivo y por otro lado se presenta la gran diferencia en el potencial productivo y redistributivo con que se llega a la apertura comercial.

2.7 MARCO LEGAL

RESPECTO A DESECHOS INDUSTRIALES, PROCESOS DE DESPERDICIOS

Reducción en origen o minimización. Es la disminución del volumen o la peligrosidad de los subproductos generados. Esto se logra mediante la aplicación de prácticas adecuadas como el cambio a tecnologías más limpias, equipos más eficientes, sustitución de materias primas o modificación de la composición de los productos.

Reutilización. Es dar un nuevo uso a un producto. Se recuperan los materiales y se introducen de nuevo en los procesos de producción y consumo, en lugar de destinarlos a los depósitos de residuos. Esto se puede llevar a cabo en las plantas productoras y puede ser realizada por los mismos generadores de residuos.

Reciclaje. Es un proceso que comprende la separación, recuperación, clasificación, comercialización, transformación de los residuos sólidos o productos que han cumplido su ciclo de vida, para ser insertados en un nuevo proceso productivo.

Toda actividad industrial transforma materias primas en productos, produciendo en mayor o menor medida pérdidas de eficiencia en forma de residuos. Por ello es necesario que toda organización tenga en cuenta en sus actividades la minimización como principal estrategia para una gestión integral de los residuos.

Todo lo que no sea producto es pérdida de eficiencia y ello tiene un costo económico.

Los diferentes agentes implicados en la gestión de los residuos industriales son el productor y/o poseedor, el transportista y el gestor de residuos.

Para determinar la vía correcta de gestión de los residuos industriales, deben conocerse las características del residuo.

Entre las alternativas para la gestión de residuos industriales se encuentran: comercialización, reciclaje de los residuos industriales, tratamiento (físico-químico, estabilización, disposición del rechazo (incineración, inertización, depósito controlado).

Reciclaje de los residuos industriales

La valorización opera sobre los residuos ya generados y su objetivo es conseguir que estos residuos no sean considerados como tales.

La función vital de la valorización es la de conferir un valor económico a un residuo que, por estar destinado al abandono, carece de él.

Este valor que pueden adquirir los residuos industriales viene dado por la adquisición de importancia como materia prima en otro proceso productivo al poder ser reutilizado, inalterado o transformado de cualquier forma.

Existen una variedad de tecnologías probadas para el reciclaje de residuos, las más importantes son: - La absorción, la adsorción, el intercambio iónico, la ceramización, la vitrificación, estabilización y solidificación, el compostaje.

Las empresas generadoras de residuos que puedan ser reutilizados en otros procesos productivos, pueden ofrecer estos residuos como materiales útiles para otras empresas. El aprovechamiento de todos estos subproductos residuales de las industrias puede ser gestionado a través de la Bolsa de Residuos Quito (BRQ), administrada en la Cámara de Industrias y Producción.

En lo que respecta a los envases y embalajes facilitan el transporte seguro de productos; sin embargo, su función deja de tener sentido cuando éstos quedan vacíos, convirtiéndose en residuos.

El envase consume materias primas y energía en su fabricación y transporte, y produce un problema de eliminación de residuos, por lo que es importante evitar embalajes innecesarios.

Normativa Ambiental en el Ecuador:

- Legislación Nacional: Libro VI, Anexo 6. Norma de Calidad ambiental para el manejo y disposición final de desechos no peligrosos, Libro VI, Título V. Reglamento para la prevención y control de la contaminación ambiental por desechos peligrosos. Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS). Página web: www.borsi.org dentro de BRQ enlace publicaciones.
- Acuerdo Ministerial 026. Registro de generadores de desechos peligrosos, gestión de desechos peligrosos previo al licenciamiento ambiental y para el transporte de materiales peligrosos. www.borsi.org BRQ enlace publicaciones.
- Legislación Local (Distrito Metropolitano de Quito): RESOLUCIÓN N° 002-DMA-2008, “Expide las Normas Técnicas para la aplicación de la Ordenanza 213, “De la Prevención y Control del Medio Ambiente”, Art. 11 Norma Técnica para los residuos peligrosos. Página web: www.borsi.org dentro de BRQ enlace publicaciones.

- Se deberá tomar en cuenta otras instituciones integrantes del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, Ej: Municipalidad de Guayaquil, Municipalidad de Cuenca que poseen sus propias Ordenanzas Ambientales.

2.7.1 Superintendencia de Compañías

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA EMPRESA

1. REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

Para obtener el RUC se requiere:

- Cédula de identidad;
- Recibo de agua, luz o teléfono;
- Llenar formulario

"Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria."

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

El plazo para inscribirse es de TREINTA DIAS contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas

Los requisitos para inscribir una microempresa son la cédula de identidad y llenar el formulario. Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula del representante legal y llenar el formulario

La actualización de los datos de inscripción procede siempre y cuando haya: 1) cambiado de actividad económica; 2) cambiada de domicilio; 3) cesada su actividad; y, 4) aumentado o disminuido el capital.

2. PATENTE MUNICIPAL

“Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en la ciudad”.

- **Tiempo**

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

- **Requisitos**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

- **Patente personas naturales**

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Permiso Sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes;
- Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras)
- Copia del RUC vigente.

Nota 1: El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año, caso contrario se someterán a las sanciones establecidas en el Código de la Salud.

Nota 2: Para todo trámite deberá presentar el certificado de votación de acuerdo a Ley de Elecciones.

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL CUERPO DE BOMBEROS EN GUAYAQUIL: En esta ciudad es obligatorio obtener el certificado, para lo cual es necesario comprar un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. El cuerpo de bomberos de Guayaquil es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de dicha ciudad.

4. REGISTRO SANITARIO

Es obligatorio obtener el Registro Sanitario cuando se elaboran productos alimenticios procesados. Es decir, hay una gran diferencia con el Permiso Sanitario, que sirve para el funcionamiento del local que expende alimentos.

Requieren Registro Sanitario: “Los alimentos procesados y aditivos alimenticios, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, productos naturales procesados y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, que se expendan al consumidor bajo una marca de fábrica o nombres y designaciones determinadas...”

Exentos de registro sanitario:

- a) Productos alimenticios en su estado natural, como frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abeja y otras que no hubieren sido sometidas a proceso alguno de transformación;
- b) Productos semi-elaborados;
- c) Granos secos al granel;
- d) Productos de origen animal, crudos, refrigerados o congelados que no hubieren sido sometidos a proceso alguno de transformación y se presente sin marca comercial;
- e) Materias primas en general producidas en el país o importadas, destinadas a la elaboración de alimentos;

- f) Productos de panadería y que se comercializan sin un envase o marca comercial.

Si bien están exentos de registro sanitario, no lo están del control de la autoridad de salud.

TRAMITE PREVIO PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO:

- a) Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control y calidad; y,
- b) Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesada.

TRAMITE PARA LA OBTENCION DEL REGISTRO SANITARIO:

- a) Presentar la solicitud a la autoridad de salud en el formulario único con tres copias, que contiene lo siguiente:
- Nombre o razón social del solicitante;
 - Nombre completo del producto;
 - Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono);
 - Lista de ingredientes utilizados (incluyendo ingrediente). Los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas;
 - Número de lote;
 - Fecha de elaboración;
 - Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad a la NORMA INEN de rotulado;
 - Condiciones de conservación;
 - Tiempo máximo para el consumo; y,

- Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud.

DURACION DEL REGISTRO SANITARIO

Diez años desde su expedición.

LICENCIA SANITARIA PARA PRODUCTOS ARTESANALES

Para los artesanos y empresarios de la microempresa hay un tratamiento especial mediante el cual no requieren de Registro Sanitario, sino de Licencia Sanitaria extendida por la Dirección Provincial de Salud de la respectiva provincia donde se elabore o expendan el producto. La Dirección Provincial exigirá exclusivamente el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura.

REGISTRO COMO ARTESANO O EMPRESARIO DE LA EMPRESA

Para acogerse a la disposición anterior y estar exento del pago, deberán registrarse en el MICIP (Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad) en las oficinas de la Dirección Nacional de Artesanía y Microempresa, Subsecretarías del Litoral y del Austro, o en las Direcciones Regionales de Manabí, Tulcán, Ambato y Loja.

REQUISITOS PARA EL REGISTRO

- Cédula de Identidad
- Cédula de Votación
- Adquirir formulario

COSTOS DE CERTIFICADOS

- USD\$ 10,00 para calificarse como “microempresario” que le sirve para obtener la
- Licencia Sanitaria;
- USD\$ 10,00 para calificarse como artesano

BENEFICIO DE CALIFICARSE COMO ARTESANO

- Afiliarse al Seguro Social como artesano;
- Pagar la remuneración establecida para el artesano
- Obtener la patente municipal sin costo;
- Obtener la licencia sanitaria sin costo

2.7.3. Leyes Ambientales en el Ecuador

Con la promulgación de la Constitución Política de la República del Ecuador en 1998, que reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación; de forma a preservar el medio ambiente y de esta manera garantiza un desarrollo sustentable fue promulgada la Ley de Gestión Ambiental LEY NO. 37. RO/ 245 DE 30 DE JULIO DE 1999 para cumplir con dichos objetivos.

2.7.3.1 Ley de Gestión Ambiental

La Ley de Gestión Ambiental constituye el cuerpo legal específico más importante atinente a la protección ambiental en el país. Esta ley está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y establece las directrices de política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

La promulgación de la Ley de Gestión Ambiental en el año de 1999, confirmó que el Ministerio del Ambiente, creado en el año de 1996, es la autoridad nacional ambiental y estableció un Marco general para el desarrollo y aprobación de la normativa ambiental, dentro de los principios de desarrollo sustentable, establecidos en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y ratificados en la Constitución Política de la República.

Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los

distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales. Art. 5, Ley de Gestión Ambiental.

Dispone que el Ministerio del Ambiente, por su parte, debe coordinar con los organismos competentes sistemas de control para la verificación del cumplimiento de las normas de calidad ambiental referentes al aire, agua, suelo, ruido, desechos y agentes contaminantes. Por otro lado, se establece que las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental.

Esta Ley y su Respectivo Reglamento para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental, son aplicados en lo que tiene que ver con el recurso aire a través de la Norma de Emisiones al Aire desde fuentes fijas de combustión, previsto en el Libro VI, Anexo 3 del Texto Unificado de Legislación Secundaria Ambiental, en donde se establecen los límites permisibles, disposiciones y prohibiciones para emisiones de contaminantes del aire hacia la atmósfera desde fuentes fijas de combustión. Otro capítulo importante dentro del Texto Unificado de Legislación Secundaria Ambiental es aquel que se refiere a la Norma de Calidad del Aire Ambiente y que se estipula en el Libro VI, Anexo 4 del mismo en la cual se establecen los límites máximos permisibles de contaminantes en el aire ambiente a nivel del suelo. Esta norma también provee los métodos y procedimientos destinados a la determinación de las concentraciones de contaminantes en el aire ambiente.

2.7.3.2 Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental

Esta ley tiene como objetivo primordial el de controlar y prevenir la contaminación ambiental de los recursos agua, aire y suelo.

Con la promulgación de la Ley de Gestión Ambiental, la Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental tiene derogadas varias de sus disposiciones, ya que la Ley de Gestión Ambiental derogó expresamente muchos

de sus artículos. Sin embargo, las demás disposiciones se mantienen vigentes pero con las limitaciones propias de una ley expedida hace casi treinta años, que en la práctica no se constituyó en la herramienta más efectiva de lucha contra la contaminación ambiental ya que no resultó funcional. Así por ejemplo se creó el Comité Interinstitucional de Protección Ambiental, el mismo que muy pocas veces se reunió y no pudo constituirse en el órgano rector de estas políticas como pretendía la ley.

Originalmente era el Ministerio de Salud la autoridad competente, en el ámbito nacional, para hacer cumplir sus disposiciones ya que se trataba de una época en que los problemas de contaminación eran atendidos desde una óptica de salud pública, es decir en la medida en que afectaban a la salud de la población más no como un problema que también afecte a la calidad del aire y perjudique en general al medio ambiente. Actualmente, los gobiernos seccionales vienen a convertirse en las autoridades competentes y el Ministerio del Ambiente en los casos que no hay delegación o proceso de descentralización en materia ambiental.

Son supletorias a ésta Ley, el Código de la Salud, la Ley de Aguas, el Código de Policía Marítima y otras leyes que rijan en materia de aire, agua, suelo, flora y fauna.⁴

DE LAS POLÍTICAS BÁSICAS AMBIENTALES DEL ECUADOR

Art. 1.- Establécense las siguientes Políticas Básicas Ambientales del Ecuador:

Políticas básicas ambientales del Ecuador

1.- Reconociendo que el principio fundamental que debe trascender el conjunto de políticas es el compromiso de la sociedad de promover el desarrollo hacia la sustentabilidad;

La sociedad ecuatoriana deberá observar permanentemente el concepto de minimizar los riesgos e impactos negativos ambientales mientras se mantienen las oportunidades sociales y económicas del desarrollo sustentable

⁴ Fuente tomada de: http://www.tecnologiaslimpias.cl/ecuador/ecuador_leyesamb.html

2.- Reconociendo que el desarrollo sustentable sólo puede alcanzarse cuando sus tres elementos lo social, lo económico y lo ambiental son tratados armónica y equilibradamente en cada instante y para cada acción.

Todo habitante en el Ecuador y sus instituciones y organizaciones públicas y privadas deberán realizar cada acción, en cada instante, de manera que propenda en forma simultánea a ser socialmente justa, económicamente rentable y ambientalmente sustentable.

3.- Reconociendo que la gestión ambiental corresponde a todos en cada instante de la vida y que nadie puede sustituir la responsabilidad de cada quien en esta gestión en su campo de actuación:

Mediante la coordinación a cargo del Ministerio del Ambiente, a fin de asegurar la debida coherencia nacional, las entidades del sector público y del sector privado en el Ecuador, sin perjuicio de que cada una deberá atender el área específica que le corresponde, contribuirán, dentro del marco de las presentes políticas, a identificar, para cada caso, las políticas y estrategias específicas, las orientaciones y guías necesarias a fin de asegurar por parte de todos una adecuada gestión ambiental permanentemente dirigida a alcanzar el desarrollo sustentable, así como colaborarán en los aspectos necesarios para lograr que cada habitante del Ecuador adecue su conducta a este propósito.

4.- Reconociendo que el ambiente tiene que ver con todo y está presente en cada acción humana:

Las consideraciones ambientales deben estar presentes, explícitamente, en todas las actividades humanas y en cada campo de actuación de las entidades públicas y privadas, particularmente como parte obligatoria e indisoluble de la toma de decisiones; por lo tanto, lo ambiental no deberá ser considerado en ningún caso como un sector independiente y separado de las consideraciones sociales, económicas, políticas, culturales y en general, de cualquier orden. Esto sin perjuicio de que, por razones puramente metodológicas, deban hacerse análisis y capacitaciones sobre llamados "temas ambientales".

5.- Reconociendo que cada asunto relativo a la gestión ambiental tiene varios actores importantes, directamente vinculados o con particulares intereses en ellos:

La gestión ambiental en el Ecuador se fundamentará básicamente en la solidaridad, la corresponsabilidad, la cooperación y la coordinación entre todos los habitantes del Ecuador, dirigidas a garantizar el desarrollo sustentable, en base al equilibrio y la armonía entre lo social, lo económico y lo ambiental. Criterios similares, guiarán al Ecuador en sus relaciones con los demás países y pueblos del mundo a fin de que las actividades que se lleven a cabo dentro de su jurisdicción y competencia o fuera de ella no perjudiquen a otros Estados y zonas sin jurisdicción, ni tampoco que sea perjudicado por acciones de otros. Particular mención hace a su decisión de propender a la cogestión racional y sostenible de recursos compartidos con otros países.

6.- Reconociendo que, sin perjuicio de necesarios y aconsejables complementos y sistematizaciones jurídicas e institucionales, existen suficientes leyes e instituciones en el Ecuador para realizar y mantener una adecuada gestión ambiental, pero que las leyes y regulaciones se cumplen sólo parcialmente y que muchas instituciones atraviesan por crisis en varios órdenes:

Deberá efectuarse un especial esfuerzo nacional para aplicar efectiva y eficientemente las leyes y regulaciones existentes, así como para aprovechar las capacidades institucionales del país, procurando sistematizarlas y fortalecerlas. Todo esto tendiente a garantizar la adecuada gestión ambiental que el país requiere.

7.- Reconociendo que, si bien es responsabilidad de cada habitante en el Ecuador efectuar permanentemente la gestión adecuada que le corresponde, es conveniente que se incentive aquello:

El Estado Ecuatoriano propenderá al establecimiento de incentivos de varios órdenes para facilitar el cumplimiento de regulaciones o para la aplicación de iniciativas propias de los habitantes del Ecuador o de sus organizaciones,

tendientes a lograr la adecuada gestión ambiental en el país, por ejemplo, privilegiando actividades productivas y otras enmarcadas en tecnologías y procedimientos ambientalmente sustentables.

8.- Reconociendo que, si bien la participación en apoyo a programas y proyectos de promoción y ayuda para la adecuada gestión ambiental en el país corresponde a todos los habitantes en el Ecuador, mediante una real participación democrática a todo nivel, es necesario impulsar la presencia y efectiva participación de grupos humanos que, por diversas razones históricas, no han sido actores muy directos de decisiones y acciones de interés nacional:

El Estado Ecuatoriano promoverá y privilegiará la participación, como ejecutores y beneficiarios, en programas y proyectos tendientes a lograr la adecuada gestión ambiental en el país de la sociedad nacional, a través de organizaciones no públicas, de grupos menos favorecidos, de la mujer, de los niños y los jóvenes de organizaciones que representen a minorías, poblaciones indígenas y sus comunidades, trabajadores, sus sindicatos y organizaciones clasistas, empresarios y sus empresas y organismos, agricultores y trabajadores del campo, comunidad científica y tecnológica.

9.- Reconociendo que es necesaria la promoción del conocimiento y de las experiencias sobre el medio ambiente, las ciencias y aspectos relacionados con él, así como respecto a su gestión:

El Estado Ecuatoriano asignará la más alta prioridad, como medios para la gestión ambiental a: la educación y capacitación ambientales, como partes integradas a todas las fases, modalidades y asignaturas de la educación formal e informal y la capacitación generales; la información en todas sus modalidades; y, la ciencia y tecnología, privilegiado la investigación y aplicación de tecnologías endógenas y la adaptación conveniente de las provenientes del exterior. Así mismo, impulsará el establecimiento de un sistema permanente de ordenamiento territorial como herramienta necesaria para promover el desarrollo sustentable y, por lo tanto, para la gestión ambiental adecuada.

10.- Reconociendo que los asuntos ambientales y sus problemas tienen carácter global y que, por lo tanto, sólo la atención y trabajo mancomunado de todos los pueblos de la Tierra puede permitir afrontarlos y solucionarlos con éxito, sin alterar el principio de que los países tienen el derecho soberano de explotar sus propios recursos en aplicación de su política ambiental:

El Ecuador mantendrá una permanente actitud de apertura para convenir con otros países, a niveles bilateral, subregional, regional o mundial, formas de cooperación y compromisos tendientes a lograr la gestión ambiental adecuada y a asegurar los beneficios que se busquen en conjunto; así mismo, pondrá especial empeño y asignará muy alta prioridad al cumplimiento oportuno y eficiente de lo que establezcan convenios, tratados o cualquier forma de compromisos internacionales para el efecto, en los que el Ecuador participe.

11.- Reconociendo que el ambiente y sus regulaciones jurídicas deben afrontarse de forma integral, pero que es conveniente enfatizar en la prevención y control con la finalidad de evitar la ocurrencia de daños ambientales:

Sin perjuicio de afrontar los asuntos ambientales en forma integral, incluyendo sus regulaciones jurídicas, se dará especial prioridad a la prevención y control a fin de evitar daños ambientales provenientes de la degradación del ambiente y de la contaminación, poniendo atención en la obtención de permisos previos, límites de tolerancia para cada sustancia, ejercicio de la supervisión y control por parte del Estado en las actividades potencialmente degradantes y/o contaminantes. La degradación y la contaminación como ilícitos (una vez que sobrepasen los límites de tolerancia) serán merecedoras de sanciones para los infractores, a la vez que su obligación de reparación de los daños causados y de restauración del medio ambiente o recurso afectado.

12.- Reconociendo que el deficiente mantenimiento de la calidad de los equipamientos y servicios y, en general, del hábitat humano, y la ineficiencia en actividades económicas y en servicios contribuyen en buena medida al deterioro ambiental y a la pérdida de la calidad de vida:

Las entidades públicas y privadas y los habitantes del Ecuador, en general, asignarán una prioridad especial al mantenimiento de la calidad de los equipamientos y servicios, así como las condiciones generales del hábitat humano. De igual manera, la eficiencia será un concepto predominante en todas las actividades productivas y de servicios.

13.- Reconociendo que una herramienta efectiva para la prevención del daño ambiental es la obligación, por parte del interesado, del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y de la propuesta de Programa de Mitigación Ambiental (PMA), para cada caso, acompañando a los solicitudes de autorización para realizar actividades susceptibles de degradar o contaminar el ambiente, que deben someterse a la revisión y decisión de las autoridades competentes:

El Estado Ecuatoriano establece como instrumento obligatorio previamente a la realización de actividades susceptibles de degradar o contaminar el ambiente, la preparación, por parte de los interesados a efectuar estas actividades, de un Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y del respectivo Programa de Mitigación Ambiental (PMA) y la presentación de éstos junto a solicitudes de autorización ante las autoridades competentes, las cuales tienen la obligación de decidir al respecto y de controlar el cumplimiento de lo estipulado en dichos estudios y programas a fin de prevenir la degradación y la contaminación, asegurando, además, la gestión ambiental adecuada y sostenible. El Estudio de Impacto Ambiental y el Programa de Mitigación Ambiental deberán basarse en el principio de lograr el nivel de actuación más adecuado al respectivo espacio o recurso a proteger, a través de la acción más eficaz.

14.- Reconociendo que algunas compañías nacionales y extranjeras se han caracterizado por una doble moral en sus actividades en el Ecuador y por el uso de diferentes parámetros tecnológicos que afecten negativamente a la sociedad y al medio ambiente:

El Estado Ecuatoriano exigirá que las compañías extranjeras, nacionales subsidiarias de compañías transnacionales y nacionales en general observen en

el Ecuador un comportamiento tecnológico en relación al medio ambiente, al menos con los más altos parámetros y requisitos de sus países de origen, para el caso de compañías extranjeras y transnacionales, sin perjuicio del cumplimiento de las regulaciones nacionales pertinentes por parte de todas las compañías.

15.- Reconociendo que se han identificado los principales problemas ambientales, a, los cuales conviene dar un atención especial en la gestión ambiental, a través de soluciones oportunas y efectivas;

El Estado Ecuatoriano, sin perjuicio de atender todos los asuntos relativos a la gestión ambiental en el país, dará prioridad al tratamiento y solución de los siguientes aspectos reconocidos como problemas ambientales prioritarios del país:

- La pobreza, (agravada por el alto crecimiento poblacional frente a la insuficiente capacidad del Estado para satisfacer sus requerimientos, principalmente empleo).
- La erosión y desordenado uso de los suelos.
- La deforestación.
- La pérdida de la biodiversidad y recursos genéticos.
- La desordenada e irracional explotación de recursos naturales en general.
- La contaminación creciente de aire, agua y suelo.
- La generación y manejo deficiente de desechos, incluyendo tóxicos y peligrosos.
- El estancamiento y deterioro de las condiciones ambientales urbanas.
- Los grandes problemas de salud nacional por contaminación y malnutrición.
- El proceso de desertificación y agravamiento del fenómeno de sequías.
- Los riesgos, desastres y emergencias naturales y ambientales.

16.- Reconociendo que se han identificado áreas geográficas en el Ecuador en las que existen problemas ambientales agudos, en las cuales es necesario concentrar especiales esfuerzos para solucionar dichos problemas.

El Estado Ecuatoriano, sin perjuicio de atender todo el territorio nacional contribuyendo a solucionar problemas ambientales y procurando alcanzar la gestión adecuada que el país requiere, dará prioridad al tratamiento y solución de los problemas ambientales que afectan o amenazan a las siguientes regiones geográficas:

- Bosques de nor-occidente del país (prolongación del Bosque del Chocó, Esmeraldas).
- Ecosistemas de manglares en la Costa ecuatoriana.
- Bosques de las estribaciones exteriores de los Andes ecuatorianos.
- Selva amazónica ecuatoriana.
- Región del Archipiélago Galápagos.
- Golfo de Guayaquil.
- Ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Esmeraldas, Santo Domingo de los Colorados, Quevedo, Babahoyo, Machala, Portoviejo y Lago Agrio (Nueva Loja)
- Zonas agrícolas andinas con importantes procesos erosivos.
- Sistemas lacustres.

17.- Reconociendo que todas las actividades productivas son susceptibles de degradar y/o contaminar y que, por lo tanto, requieren de acciones enérgicas y oportunas para combatir y evitar la degradación y la contaminación, hay algunas que demandan de la especial atención nacional por los graves impactos que están causando al ambiente nacional.

Sin perjuicio de propender a que todas las actividades productivas que se efectúen en territorio ecuatoriano y en las áreas marinas bajo su soberanía y

control, económico se realicen combatiendo y evitando la degradación y/o la contaminación ambiental, se dará especial atención con este propósito a las siguientes:

- Todas las actividades hidrocarburíferas (exploración, producción, transporte, industrialización).
- Todas las actividades mineras (particularmente respecto al oro).
- Pesca.
- Agroindustrias grandes en medios ecológicos delicados (Amazonía y otros).
- Producción agrícola con alta tecnología (uso de fertilizantes, pesticidas y químicos, en general).
- Industrias generadoras de desechos peligrosos y tóxicos en las principales ciudades del país y en ciertos sectores rurales.
- Industrias generadoras de emanaciones contaminantes y de emanaciones que afectan a cambios climáticos y a la capa de ozono.
- Sector Transporte de servicio público y privado.

2.8 MARCO CONCEPTUAL

- ✓ **Administración:** Es un proceso que consiste en las actividades de planeación, organización, dirección y control para alcanzar los objetivos establecidos utilizando para ellos recursos económicos, humanos, materiales y técnicos a través de herramientas y técnicas sistematizadas.
- ✓ **Calidad:** Representa más bien una forma de hacer las cosas en las que, fundamentalmente, predominan la preocupación por satisfacer al cliente y por mejorar, día a día, procesos y resultados.
- ✓ **Capacitación:** La capacitación es continua no hay periodos en los que se termina sino que se capacita continuamente ya que los trabajadores que

tienen mucho tiempo los cambian de puestos por lo que se tiene que estar capacitando continuamente.

- ✓ **Cultura organizacional:** En todas las culturas y sociedades, los seres humanos se reúnen para llevar a cabo ciertas actividades colectivas, ello supone problemas muy semejantes, puesto que siempre se trata de establecer una dirección, una coordinación y una motivación.

- ✓ **Desempeño:** Es la manera como alguien o algo trabaja, juzgado por su efectividad. Es decirse que cada empresa o sistema empresarial debiera tener su propia medición de desempeño.

- ✓ **Empresa:** Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece ser debido, por lo menos en parte, a que a pesar de su aparente simplicidad el concepto es complejo. Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan diversos aspectos.

- ✓ **Estrategia:** El conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

- ✓ **Imagen:** Es considerar a una empresa un sistema global que cubre todas las necesidades, expectativas de las personas que la ven desde una perspectiva diferente.

- ✓ **Industria:** Conjunto de operaciones ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales. Instalación destinada a estas operaciones.

- ✓ **Inversión:** La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

- ✓ **Manuales de procedimiento.-** Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas. El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación.

- ✓ **Mercado.-**Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

- ✓ **Operatividad.-** Entendemos por operatividad, en el campo de las relaciones humanas, la relación entre dos o más personas, que dedican parte de su tiempo y capacidades a realizar un objetivo común, previamente determinado. La operatividad se da dentro del estadio evolutivo de la civilización y de la cultura. La operatividad es esencialmente previsión y convenio.

- ✓ **Reestructuración.-** La reestructuración no es más que el reordenamiento o reorganización de un tipo de estructura ya existente que debía ser cambiado o alterado debido a diferentes circunstancias.

2.9 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.9.1 Hipótesis General

La creación de una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante beneficiará al sector industrial dedicado a la producción de papel en el Ecuador.

2.9.2 Hipótesis Particulares

- El producto tiene aceptación en el mercado papelerero.
- Este tipo de negocio brindará ventajas a las empresas ecuatorianas productoras de papel.
- Los altos costos de importación de la resina encolante afecta a las industrias productoras de papel.
- El contratar servicios publicitarios genera beneficios al negocio.

2.9.3 Declaración de variables

Variable # 1

- **Variable independiente:** Creación
- **Variable dependiente:** Beneficio

Variable # 2

- **Variable independiente:** Producto
- **Variable dependiente:** Aceptación

Variable # 3

- **Variable independiente:** Negocio
- **Variable dependiente:** Ventajas

Variable # 4

- **Variable independiente:** Altos costos
- **Variable dependiente:** Afectan

Variable # 5

- **Variable independiente:** Servicio
- **Variable dependiente:** Beneficio

2.9.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| Variables | Tipo de Variable | Conceptualización | Indicadores |
|-------------------|------------------|--|--|
| Creación | Independiente | La idea de un nuevo negocio, análisis de entorno, procesos de análisis de las oportunidades de mercado, estimación o cuota de mercado y la formulación de un plan de marketing es una viabilidad económica financiera de la empresa. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Fuentes de trabajo ✓ Erradicación de la pobreza. ✓ Competitividad. |
| Beneficio | Dependiente | Es un concepto positivo, pues significa de recibir algún bien o sea aquello que satisfaga alguna necesidad. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rentabilidad ✓ Bajos costos ✓ Productos de calidad |
| Aceptación | Dependiente | Hace referencia a la acción y al efecto de aprobar, dar algo por bueno y recibir algo por forma voluntaria y sin oposición | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Accesibilidad de mercado ✓ Clientes satisfechos ✓ Buen nivel de negociación. |
| Ventajas | Dependiente | Es una superioridad o mejora de algo o alguien. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Productividad ✓ Optimización de procesos ✓ Optimización de costos. |
| Afectan | Dependiente | Perjudicar o influir desfavorablemente. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Poder adquisitivo. ✓ Competencia. ✓ Rentabilidad. |
| Beneficio | Dependiente | Son los logros que se recibe a futuro por un trabajo bien realizado. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplimiento de objetivos. ✓ Optimización de procesos. ✓ Buen manejo financiero. |

Tabla 2. Operacionalización de Variables

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La investigación será de tipo no experimental porque no se afectará a ninguna variable, en consecuencia tendrá una aplicación transversal, empleando técnicas como la entrevista, la misma que vamos a aplicar al sector de la Industria dedicada a la fabricación de papel, con el propósito de conocer sus necesidades y expectativas con respecto a los productos químicos como son la resina encolante de tipo AKD y ASA, también es de tipo **descriptiva** y **explicativa** debido a que se hace un análisis exhaustivo de cada una de las variables que se ha establecido donde se explica a través de un análisis la incidencia de cada uno de ellos.

El tipo de investigación al mismo tiempo se caracteriza por ser exploratoria y de diagnóstico obviamente porque al efectuar la labor de investigación se trabajó en un estudio meticuloso del mercado, permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar las hipótesis planteada (comprobación de hipótesis).

El proyecto es factible porque se ha logrado establecer información que permite concluir que realmente existe una necesidad en el mercado, punto a favor para poner en marcha el proyecto propuesto.

Todo lo que se ha mencionado nos permite concluir con la factibilidad del proyecto.

Tipo de investigación

| DESCRIPCIÓN | TIPO DE INVESTIGACIÓN |
|-----------------------------------|--------------------------|
| Según su finalidad | Aplicada |
| Según su contexto | De campo |
| Según la orientación personal | Histórico – longitudinal |
| Según su Objetivo | Descriptivo |
| Según el control de las variables | No Experimental |

Tabla 3. *Tipo de Investigación*

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Los sujetos que van a ser medidos será el sector de Fábricas que elaboran Papel, sus administradores los cuales ayudarán conforme a sus conocimientos sobre estos productos y sus necesidades en este tipo de negocio que han establecido una amplia plaza de mercado en este sector industrial y productivo.

3.2.2 Delimitación de la población

Tomando en cuenta la formulación del problema delimitaremos a la población como finita, a la cual se le aplicará una herramienta investigativa.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de la muestra es de clase no probabilística, siendo la muestra finita puesto que conocemos con exactitud el sector al que estamos proyectando nuestro objetivo de investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra corresponde a la cantidad total de empresas dedicadas a la Industria Papelera en el Ecuador cual corresponde 5 empresas que son:

- ✓ PAPELERA NACIONAL S.A.
- ✓ CARTOPEL
- ✓ SURPAPEL CORP
- ✓ CARTORAMA
- ✓ KIMBERLY CLARK

Aplicación de Fórmula para calcular la población:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$$n = \frac{5 (0,5)(0,5)}{\frac{(5-1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{5 (0,25)}{\frac{(4)0,025}{3,84} + (0,25)}$$

$$n = \frac{1,25}{0,026041667 + (0,25)}$$

$$n = \frac{1,25}{0,28}$$

$$n = 4,46$$

3.2.5 Proceso de selección

Muestra de sujetos voluntarios.- El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso entrevista harán libre y voluntariamente según su criterio, donde también expresaran sus necesidades y expectativas, referente a la problemática planteada.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes:

3.3.1 Métodos teóricos

Métodos de Observación, éste método nos permitirá obtener información primaria de la industria dedicada a la elaboración de papel y cartón, la misma que servirá para comprobar los planteamientos formulados en el trabajo, lo que nos permite percibir deliberadamente ciertos rasgos existentes del comercio formal, sus necesidades exigencias y expectativas.

Método Análisis. Consiste en la separación de las partes de un todo a fin de estudiarlas por separado así como examinar las relaciones entre ellas. Este método se lo aplicará puesto que se realizará un análisis financiero sobre en base a los resultados de la entrevista.

Método Síntesis: Método que procede de lo simple a lo compuesto, de las partes al todo, de la causa encontrada en la problematización a los efectos, del principio a las consecuencias; en si es la reunión racional de los elementos dispersos en la investigación para estudiarlos en su totalidad así como en sus suposiciones globales las consecuencias universales.

Método Inductivo: Este se empleará para conocer las opiniones de las personas entrevistadas, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.

Método Deductivo: Se analizará las causas por las cuales no se realizan este tipo de químicos en cuestión de producción de papel en este sector comercial.

3.3.2 Técnicas de investigación

Dentro de las técnicas a utilizar se realizará en primer lugar una observación hacia mercado objeto de estudio y su área de influencia, para obtener información real acerca de la producción de papel que se están realizando actualmente.

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio de una **entrevista** destinada a empresas dedicadas a la elaboración de papel, determinando sus puntos de vista, sus expectativas y necesidades.

La entrevista

Es un diálogo con una persona experta en el tema a tratar. Será aplicada en el proyecto para recoger información verídica, conocer la realidad del medio en base a la experiencia y los conocimientos que posee nuestro entrevistado, lo cual enriquecerá la base de datos.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Consideramos que el instrumento utilizado en el trabajo de campo (entrevista) dirigida al Sector de empresas Papeleras, empresarios involucrados en la industria química, nos ha permitido adquirir conocimientos fundamentales o información básica que será de gran ayuda para sustentar y defender mi propuesta de creación de una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante tipo AKD y ASA necesarios para la producción de papel.

Por otra parte, tenemos la plena seguridad que la información recabada será óptima y real debido a que las preguntas planteadas en el cuestionario son claras y precisas.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

La información recabada debe tener un proceso sistemático de selección y análisis de resultados y para ello debemos seguir los siguientes pasos.

- a) Aplicación de los instrumentos
- b) Recolección de datos
- c) Selección de la información
- d) Análisis e interpretación de resultados

ENTREVISTA #1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE PROCESO INDUSTRIAL PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN C.P.A

1. **¿CONSIDERA USTED QUE LA RESINA ENCOLANTE TENDRÁ ACEPTACIÓN EN EL MERCADO PAPELERO?**

SI ___

NO ___

¿POR QUÉ? Porque depende de la calidad del producto siempre y cuando cumpla con las especificaciones sugeridas y el precio sea competitivo.

2. **¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE NEGOCIO BRINDARÁ VENTAJAS A LAS EMPRESAS ECUATORIANAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

SI ___

NO ___

¿POR QUÉ? Las ventajas es porque el producto la caducidad de 90 días y el tiempo que la empresa lo va a utilizar seria mayor al que se importa.

3. **¿CÓMO AFECTA LOS ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE LA RESINA ENCOLANTE A LAS INDUSTRIAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

El impacto que tendría dentro de las industrias papeleras es que elevaría los costos de producción.

4. ¿QUÉ TIPO DE BENEFICIO APORTARÍA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS A ESTE TIPO DE NEGOCIO?

Esto no depende mucho de publicidad al nivel internacional o nivel local. Se trata de vendedor a cliente, se hará pruebas industriales para saber su aceptación.

5. ¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE EMPRESA AYUDARÍA AL NIVEL SOCIO-ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE MILAGRO?

Si, por que generaría fuentes de trabajo directa e indirectamente.

6. ¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN DE PAPER QUIM PROYECTO VIABLE?

Este proyecto es viable porque la demanda a nivel nacional supera los 3'000.000 de compras anuales por parte de las empresas papeleras de nuestro país.

Gracias por su colaboración en el desarrollo de este proyecto

ENTREVISTA #2



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE PROCESO INDUSTRIAL PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN C.P.A

1. **¿CONSIDERA USTED QUE LA RESINA ENCOLANTE TENDRÁ ACEPTACIÓN EN EL MERCADO PAPELERO?**

SI ___

NO ___

¿POR QUÉ? Porque es uno de los componentes más importantes para la fabricación del papel.

2. **¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE NEGOCIO BRINDARÁ VENTAJAS A LAS EMPRESAS ECUATORIANAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

SI ___

NO ___

¿POR QUÉ? Si, se trabaja con un precio más atractivo que el de la competencia ya establecido, sería importante saber el costo beneficio que este traería.

3. **¿CÓMO AFECTA LOS ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE LA RESINA ENCOLANTE A LAS INDUSTRIAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

Este afecta al costo de producción y consecuentemente se eleva el precio de venta al público pero si esto se mejora el PVP sería menor.

4. ¿QUÉ TIPO DE BENEFICIO APORTARÍA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS A ESTE TIPO DE NEGOCIO?

Una vez comprobada la efectividad del producto es necesaria la publicidad como medio estratégico para dar a conocer a las industrias papeleras su producto.

5. ¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE EMPRESA AYUDARÍA AL NIVEL SOCIO-ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE MILAGRO?

Si, ya que si hablamos de costo beneficio pues así sea lo mismo va a incidir en todos los establecimiento que se utiliza el papel.

6. ¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN DE PAPER QUIM PROYECTO VIABLE?

Es interesante la propuesta de esta empresa ya que mejora la situación productiva de milagro tomando en cuenta principalmente el costo, porque la competencia es estricta en este aspecto.

Gracias por su colaboración en el desarrollo de este proyecto

ENTREVISTA #3



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE PROCESO INDUSTRIAL PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN C.P.A

1. **¿CONSIDERA USTED QUE LA RESINA ENCOLANTE TENDRÁ ACEPTACIÓN EN EL MERCADO PAPELERO?**

SI _____

NO _____

¿POR QUÉ? Si esta hecho en Ecuador puede que si tenga mejor aceptación, porque mejora los costos de transportación, más cerca menos gastos para las industrias que se dedican a esta actividad.

2. **¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE NEGOCIO BRINDARÁ VENTAJAS A LAS EMPRESAS ECUATORIANAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

SI _____

NO _____

¿POR QUÉ? Sabiendo almacenar el producto y transportarlo en los pedidos correspondientes.

3. **¿CÓMO AFECTA LOS ALTOS COSTOS DE IMPORTACIÓN DE LA RESINA ENCOLANTE A LAS INDUSTRIAS PRODUCTORAS DE PAPEL?**

En la industria mejoraría los costos porque en todas partes nos estoquean el producto, el costo se paga pero sale más económico.

4. ¿QUÉ TIPO DE BENEFICIO APORTARÍA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS A ESTE TIPO DE NEGOCIO?

Primero una vez probado la excelencia de producto que se va a vender de 3 días donde se arriesga tiempo y dinero se puede hacer con certeza la publicidad para que los consumidores se sientan confiados al utilizar el producto.

5. ¿CREE USTED QUE ESTE TIPO DE EMPRESA AYUDARÍA AL NIVEL SOCIO-ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE MILAGRO?

Por supuesto, es una buena inversión.

6. ¿CREE USTED QUE LA CREACIÓN DE PAPER QUIM PROYECTO VIABLE?

Si, porque conozco de los químicos y he trabajado por años en este sector, y es mejor si es hecho en Ecuador.

Gracias por su colaboración en el desarrollo de este proyecto

4.3 Resultados de las Entrevistas

Después de haber realizado las entrevistas respectivas a personas conocedoras del tema de las industrias productoras de papel como son PAPELERA NACIONAL, Grupo SURPAPEL CORP, CARTORAMA y CARTOPAPEL.

He concluido que el implementar una empresa comercializadora de resina encolante, producto de mucha importancia para la producción del papel sería de una muy buena aceptación en el mercado de las industrias dedicadas a este negocio, ya que es uno de los componentes que las industrias papeleras no dejarían de importar ya que es de vital importancia para la fabricación de este.

Una de las ventajas más importantes que ofreceríamos a estas empresas es el factor tiempo, ya que este producto tiene una vida útil muy corta, y los costos que incurren en su importación son elevados ya que se las fabrica por grandes toneladas,

Una empresa recién estructurada la publicidad es muy importante para darse a conocer y abrirse mercado, es lo que esta comercializadora va hacer aparte de ofrecer muestras con nuestros vendedores de la excelente calidad de nuestro producto, por su almacenaje y convenios con nuestros proveedores.

Además de ofrecer fuentes de empleo muy necesarias en nuestro País reactivaría aún más la economía de nuestra ciudad ya que habría mas circulante de dinero por que a diferencia de otras empresas, habría importación todo el año.

Con todo lo expuesto podría decirse que PaPer QuiM sería una empresa muy viable ya que en el país no existe una importadora de este producto comprado por millones de dólares o sea grandes toneladas para su utilización.

4.4 Operacionalización de hipótesis

| HIPOTESIS GENERAL | VERIFICACIÓN |
|---|---|
| <p>La creación de una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante beneficiará al sector industrial dedicado a la producción de papel en el Ecuador</p> | <p>Efectivamente la creación de Paper Quim sería viable ya que en nuestro país no existe una importadora de este producto que es demandado por millones de dólares, que significa ingresar a nuestro país grandes toneladas para su utilización. Además del sector industrial beneficiará también al sector laboral, puesto que se abren fuentes de empleo muy necesarias en nuestro País, reactivará aún más la economía de nuestra ciudad ya que habría más circulante de dinero porque a diferencia de otras empresas, habría importación todo el año.</p> |
| <p>Hipótesis particular N°1.-El producto tiene aceptación en el mercado papelerero.</p> | <p>Efectivamente, ya que este producto es uno de los componentes principales para la elaboración de papel y cartón; y es con la resina encolante se logra el acabado perfecto en textura, blancura y resistencia a la humedad.</p> |
| <p>Hipótesis particular N° 2 .- Este tipo de negocio brindará ventajas a las empresas ecuatorianas productoras de papel.</p> | <p>Sin duda alguna, una de las ventajas más importantes que ofreceríamos a estas empresas es el factor tiempo, ya que este producto tiene una vida útil muy corta, y los costos que incurren en su importación son elevados ya que se las fabrica por grandes toneladas.</p> |
| <p>Hipótesis particular N°3.- Los altos costos de importación de la resina encolante afectan a las industrias productoras de papel.</p> | <p>Definitivamente, ya que si los costos de producción son elevados automáticamente se eleva el costo de venta lo que hace que el precio de venta sea un poco elevado y no se compita con un PVP más bajo, ya que este producto es importado. El tema de importación para este tipo de industrias es sumamente importante porque este es el único medio de adquirir los materiales para la elaboración de productos terminados</p> |
| <p>Hipótesis particular N° 4 .-El contratar servicios publicitarios genera beneficios a al negocio.</p> | <p>En una empresa recién estructurada la publicidad es muy importante para darse a conocer y abrirse mercado. Es fundamental que Paper Quim cuente con una estrategia que permita captar clientes e innovar, con el fin de poseer un valor agregado diferente a la competencia.</p> |

Tabla 4. Operacionalización de Hipótesis

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Hipótesis y Variables

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

“Análisis de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de resina encolante tipo AKD y ASA”.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Esta propuesta se fundamenta a través de conceptos o aspectos que demuestren que la comercialización de resina encolante tipo AKD y ASA es un producto químico básico y que se consume en grandes cantidades para la elaboración del papel y el cartón.

El papel encolado

Se llaman papeles encolados a aquellos que en su elaboración reciben el agregado de sustancias que lo hacen parcialmente repelentes al agua. Mientras que un papel común absorberá fácilmente el 50 % de su peso en agua, uno encolado lo hará únicamente en la cara expuesta a una velocidad mucho menor. Se comercializan distintos grados. Existe una sencilla técnica estandarizada para la medición del grado de encolado de papeles y cartones que consiste en poner el papel a examinar al contacto con agua y posteriormente pesar la cantidad de agua absorbida.

El encolado ácido

Para lograr el objetivo descrito se deberá buscar una sustancia con propiedades tales que permita su incorporación a la estructura de la hoja de papel, que se fabrica en medio acuoso, y posteriormente sea repelente al agua.

Por muchos años se usó resina colofonia, obtenida de la savia de pino, saponificada para hacerla soluble en agua. Este jabón de resina permite que se lo incorpore a la pasta de papel durante la elaboración de la misma y con los cuidados adecuados se logra una buena dispersión de las partículas. Cuando la pasta está por ser alimentada a la máquina de papel se le agrega un acidulante suave, generalmente sulfato de aluminio, cuya finalidad es romper la molécula de jabón y lograr la regeneración de la resina. Como la resina colofonia es repelente al agua el papel obtenido también deberá serlo.

El grado de encolado que se logre dependerá de la cantidad de resina utilizada inicialmente, de la tasa de reconversión de la resina a su estado original, de la cantidad retenida sobre la tela formadora y de algunas características de la pasta base de papel.

El encolado alcalino

La resina fue muy bien aceptada en la industria por ser de implementación relativamente sencilla, tanto que muchas fábricas de papel saponificaban in situ su propia resina. El problema que siempre existió es que es incompatible con el carbonato de calcio, siempre presente en la elaboración de papel, sea como componente ineludible del agua de proceso o bien como carga para lograr blancura y opacidad. El calcio desplaza a la resina de la molécula de jabón produciendo pequeñas gotas de resina y el carbonato neutraliza la acidez del sulfato. Cuando desde los años '70 se comienza a imponer el uso de carbonatos artificiales, muy baratos y muy blancos, se produce una fuerte presión sobre los

proveedores de la industria para el desarrollo de una tecnología que reemplace la resina.

Aparecieron durante los '80 y se afinaron en los '90 dos tecnologías basadas en aceites y ceras respectivamente y se conocen como "encolado alcalino" por su independencia del sulfato de aluminio. Se basan en lograr una emulsión de la sustancia encolante, finamente dividida, la que se agrega a la pasta de papel inmediatamente antes de la formación de la hoja. El proceso de formación y el posterior secado de la hoja, destruye la emulsión y logra que la sustancia base "cure" obteniendo un papel repelente al agua, siempre dependiendo de la cantidad agregada, etc.

Los encolantes alcalinos tienen muy baja retención en tela formadora, lo que obliga, casi ineludiblemente, al uso de agentes químicos de retención. El uso de estos actúa sobre el encolante y también sobre la fibra de papel lo que redundaría en un beneficio accesorio. No es inusual que los proveedores de encolantes los agreguen en sus formulaciones.



Gráfico # 4. Formación de la Hoja

Fuente: Papelera Nacional

El acabado final del papel se lo da en la rebobinadora, que es donde se da el ancho y diámetro al rollo de papel de acuerdo al requerimiento del cliente. La figura 1.24 nos muestra el producto terminado a través de la rebobinadora.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta se justifica ya que, de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación de campo y de mercado podemos deducir que existe aproximadamente un gran porcentaje de la aceptación de esta propuesta en el sector papelerero, por otra parte es importante destacar que este es un sector netamente industrial, que produce grandes cantidades de papel para consumo nacional e internacional.

Cabe mencionar que en el mercado nacional no existe una comercializadora de este químico, es por lo tanto, que se considera altamente viable la comercialización de resina encolante. Lo más relevante es que no tenemos competencia directa, por lo cual se liderará el mercado en lo correspondiente a este producto. Además se contribuirá al desarrollo de la ciudad y generará un gran impacto debido a que se crearán fuentes de trabajo y con ello se disminuirá la tasa de desempleo en el país.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Creación de una empresa comercial dedicada a la distribución de resina encolante tipo AKD y ASA, a través de un estudio de factibilidad para mejorar los costos de las empresas dedicadas a este tipo de negocio.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Mejorar los costos en las industrias para mejorar la rentabilidad.
- Generar plazas de trabajo para impulsar un mejor estilo de vida
- Ser pioneros en esta franja comercial con productos de calidad
- Ser parte de los canales que intervienen en la importación de este producto.

5.5 UBICACIÓN

La empresa estará ubicada en el cantón Milagro, el cual se encuentra situado en la República del Ecuador, provincia del Guayas, a pocos metros del complejo deportivo Milagro Tennis Club, Los Shyris,



Gráfico # 5. Mapa de Ubicación del Negocio

Fuente: Google Earth

Elaborado por: Javier Cárdenas

La posición es estratégica porque está ubicada en la zona industrial de Milagro, existen los recursos hídricos necesarios para la línea de comercialización.

Los potenciales clientes se encuentran a 40Km. Papelera Nacional S.A. (Marcelino Maridueña), 45 Km. Surpapel Corp (Durán), 60Km. Cartorama (Guayaquil), 109,36Km. Cartopel (Cuenca).

Por otra parte, la infraestructura donde funcionará la empresa comercializadora de resina encolante tipo AKD y ASA, cuenta con un amplio espacio, donde se podrá distribuir adecuadamente el Área Administrativa y Operativa de esta nueva empresa.

DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE RESINA ENCOLANTE TIPO AKD Y ASA

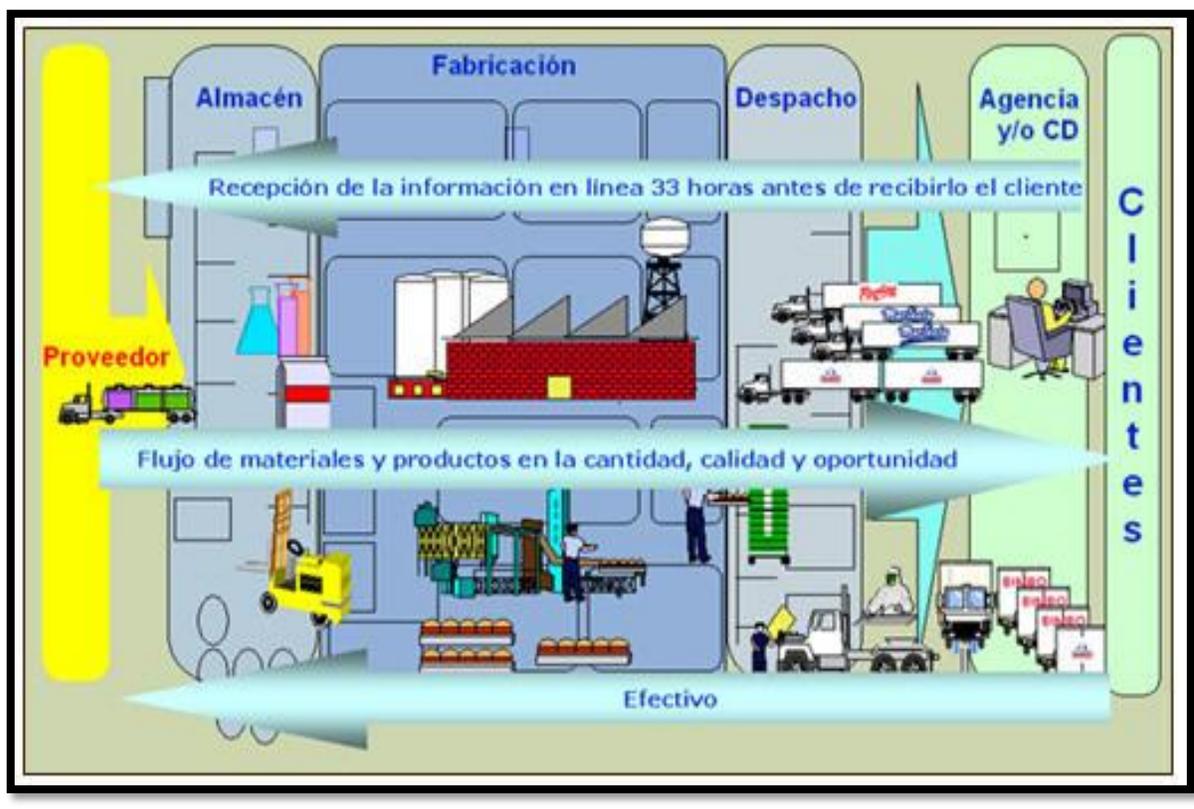


Gráfico # 6. Distribución de la Empresa Comercializadora

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Google Imágenes

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Factibilidad administrativa

La empresa comercializadora de resina encolante estará distribuida por tres áreas, para lo cual se explicará la función de cada una de ellas, labores que deben ser cumplidas a cabalidad para lograr un pronto posicionamiento en este sector comercial del cantón Milagro y el Ecuador.

- **Área administrativa**

Esta área administrativa tiene la labor de gestionar eficazmente todo el funcionamiento de la empresa, desde la selección del talento humano, para que labore en esta organización, se encargará de mantener un debido control de en las actividades contables como de la coordinación de la área productiva, de la cual dependerá que los productos sean elaborados bajo altos estándares de calidad.

- **Área de ventas y distribución**

El área de ventas en donde recae la responsabilidad de cumplir con los presupuestos de venta establecidos para mantener una rentabilidad sostenible, que asegure el pago de todas las obligaciones empresariales de la comercializadora de resina encolante., en relación al talento humano se especificará como estarán ubicados en las siguientes áreas.

- **Talento humano del área administrativa**

- ✓ Gerente
- ✓ Secretarias

- **Talento humano del área de ventas y distribución**

- ✓ Jefe de ventas
- ✓ Vendedores

Factibilidad legal

Con respecto al aspecto legal podemos afirmar que no existe ningún inconveniente, teniendo en cuenta las obligaciones que se debe gestionar en lo concerniente a requisitos impuestos por los entes públicos, entre los cuales esta:

- El Ilustre Municipio.
- Cuerpo de bomberos.
- Ministerio de Salud.
- Cámara de Comercio entre otros.

Factibilidad presupuestaria

Con los presupuestos se realizará las cotizaciones en relación a los activos fijos que se tendrá de adquirir para amoblar la empresa, también se establecerá los costos relacionados a la compra de la mercadería que se necesitaran para comercializar.

Factibilidad técnica

La oficina contará con 1.000 metros cuadrados, la misma que será distribuida de la siguiente forma:

- 70 metros cuadrados para la oficina compartida entre la gerencia y la secretaria.
- 200 metros cuadrados para el jefe de ventas y vendedores.
- 730 metros cuadrados para el área de distribución.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Nombre de la empresa:

PaPer QuiM

Slogan empresarial:

...Soluciones Químicas a tu alcance...

LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Gráfico # 7. Logotipo de la Empresa

Elaborado por: Javier Cárdenas

MISIÓN

Ser una empresa líder en la distribución de resina encolante tipo AKD y ASA de alta calidad a nivel nacional e internacional, nuestro compromiso es satisfacer las diversas expectativas y necesidades de nuestros clientes en el sector industrial papelerero, estamos comprometidos con la gran responsabilidad social de preservar y cuidar el medio ambiente.

VISIÓN

Ser una empresa reconocida local y nacionalmente por proveer productos químicos de calidad y por su alto grado de responsabilidad ambiental, velando por la prevención de la contaminación y cuidado del medio ambiente.

Principios:

- ✓ **Responsabilidad social:** La empresa se compromete a emprender actividades productivas para beneficio de mercado consumidor respetando estándares de calidad y medio ambiente.
- ✓ **Honestidad.-** PaPer QuiM, trabajará de manera transparente y apegada a las normas legales que la gobiernen.
- ✓ **Respeto:** A los principios ideológicos personales de nuestros colaboradores y clientes.
- ✓ **Cordialidad:** Un trato amable y personalizado aplicando los principios de atención al cliente.
- ✓ **Lealtad:** A los principios y normas de la empresa, de los proveedores y clientes.
- ✓ **Ética profesional:** Garantizar productos de alta calidad mediante el trabajo de profesionales calificados y de experiencia en el área química - industrial.
- ✓ **Pro - actividad:** Trabajar con esmero en cada uno de los procesos necesarios para la obtención de productos de excelente calidad.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Organigrama Estructural de la Empresa “PaPer QuiM”

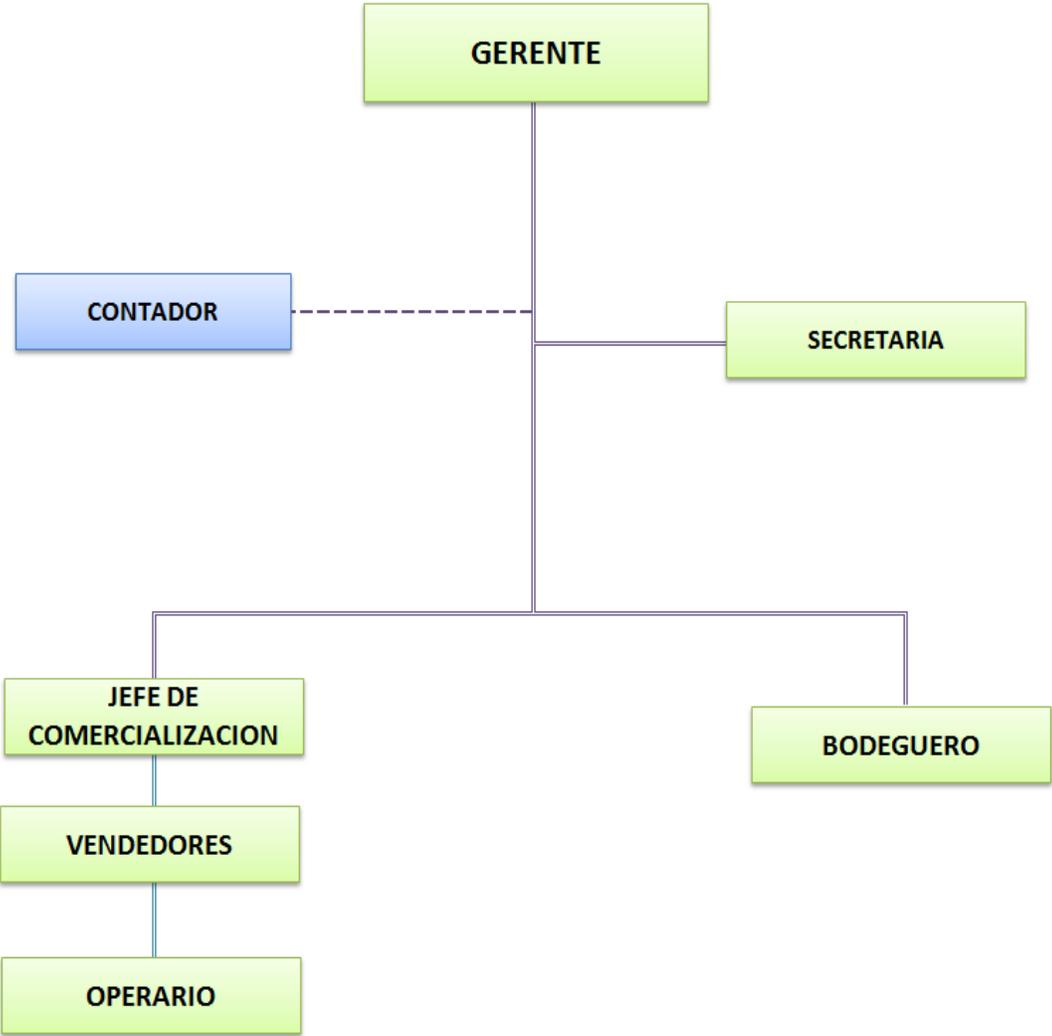


Gráfico # 8. Organigrama Estructural

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: GERENTE

Función Básica

Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Identificar y Solucionar problemas de los diferentes departamentos.
- Motivar al Personal.
- Analizar políticas de microempresa.
- Evaluar el Rendimiento del empleado en base a lo establecido.
- Reclutar, contratar personal.
- Despedir el Personal.
- Aprobar Estados Financieros, Registros Contables, Informes, Control de Asistencia de Personal.
- Elaborar y evaluar las políticas de la microempresa.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: 30 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Iniciativa y talento para los negocios
- Modalidad de contacto
- Competencia analítica
- Pensamiento Estratégico
- Trabajo en Equipo
- Dinamismo y Energía
- Liderazgo

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- **Educación: Título Universitario de Tercer Nivel de Administración de Empresas o carreras afines.**
- Experiencia: 2 años en cargos similares.

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN:

- Diseño de Políticas y Procedimientos.
- Marketing

ENTRENAMIENTO EN EL PUESTO:

- De 15 a 20 días para conocer el mercado y su estructura organizacional.

CONOCIMIENTO DE IDIOMAS:

- Requiere inglés intermedio

Tabla 5. Manual de Funciones – Gerente

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: SECRETARIA

FUNCIÓN BÁSICA

Colaborar y cumplir con las funciones delegadas por el Gerente, para un mejor desarrollo y administración de la empresa.

FUNCIÓN ESPECÍFICA

- Coordinar la selección y contratación del personal.
- Custodiar los documentos internos de la empresa.
- Controlar los horarios de entrada y salida del personal.
- Coordinar visitas con los proveedores para la obtención de insumos
- Recibir y verificar que la mercadería llegue siempre en óptimas condiciones.
- Analizar proveedores con el fin de obtener mayor financiamiento y menor costo en los productos.
- Mantener un buen trato con los clientes.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: De 20 años en adelante
- Sexo: Femenino
- Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Negociación
- Calidad del trabajo
- Habilidad analítica
- Conocimiento de la industria y el mercado
- Aprendizaje continuo
- Trabajo en equipo

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- **Educación:** Estudios Superiores de Administración de Empresas o carreras a fines.

CURSOS ESPECIALES

- Cursos generales:
- Word
- Excel
- Power Point
- Project

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN

- Ética y comportamiento humano
- Calidad en atención y Servicio al Cliente
- Técnicas de archivo

ENTRENAMIENTO DEL PUESTO

- De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

Tabla 6. Manual de Funciones – Secretaria

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: JEFE DE COMERCIALIZACIÓN

FUNCIÓN BÁSICA

Esta persona debe cumplir con las funciones de cotizar materia prima, insumos, materiales, y la recepción de los pedidos. Atender de forma personalizada al cliente para la venta de nuestros productos brindando siempre buen servicio e imagen.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Se encarga de realizar los pedidos de la materia prima a los proveedores.
- Es el encargado de recibir la mercadería para luego entregarle al bodeguero.
- Distribuye los requerimientos.
- Realiza informe de compras con su respectivo respaldo.
- Establecer un nexo entre cliente y la microempresa.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que represente.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: 30 años en adelante
- Sexo: Masculino
- Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Pensamiento analítico
- Capacidad para negociar
- Productividad
- Responsabilidad
- Modalidad de contacto
- Dinamismo y energía

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- **Educación:** Estudios Superiores de Universidad en la carrera de Ing. Comercial o carreras afines.
- **Experiencia:** Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.

CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA

- Manejo de programas básicos de office.
- Manejo de programa de Excel.
- Poseer buena imagen.
- Capacidad de trabajo bajo presión.
- Debe ser proactivo en todas sus tareas a realizar.

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN:

- Análisis de presupuestos.

ENTRENAMIENTO EN EL PUESTO:

- De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

Tabla 7. Manual de Funciones - Jefe de Comercialización

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: BODEGUERO

FUNCIÓN BÁSICA

Es el responsable de asegurar un stock permanente de productos, despachar y mantener un claro registro de las existencias. Mantener todas las áreas de trabajo limpias además realizar diligencias que competen a la institución.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Realizar ingreso de la mercadería.
- Realizar reportes.
- Entregar mercadería previa autorización del gerente.
- Solicitar el abastecimiento de la mercadería a bodega.
- Mantener el área limpia para dar una buena imagen al cliente.

PERFIL DEL CARGO

- **Edad:** 28 años en adelante
- **Sexo:** Masculino
- **Estado Civil:** Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Calidad del trabajo
- Dinamismo - Energía
- Control
- Confianza en sí mismo
- Productividad
- Iniciativa

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- **Educación:** Estudios universitarios
- **Experiencia:** 1 año

CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA

CURSOS GENERALES:

- Word
- Excel

ESPECIFICACIONES

- Autoridad para tomar decisiones
- Organización de su trabajo diario.

ENTRENAMIENTO EN EL PUESTO:

- De 15 días para conocer el puesto, estructura y organización de la Empresa.

FUNCIÓN DEL CARGO: OPERARIO

FUNCIÓN BÁSICA

Realizar todas labores que comprende en el proceso y tratamiento de la materia prima, hasta obtener el producto terminado.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Verificar la materia prima.
- Determinar el método de selección.
- Analizar la calidad de producción.
- Dirigir el funcionamiento adecuado de maquinarias.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: 28 años en adelante
- Sexo: Masculino
- Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Capacidad para aprender
- Productividad
- Responsabilidad
- Confianza en sí mismo
- Iniciativa
- Tolerancia a la presión
- Dinamismo y energía

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- Educación: Bachiller

CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA

- Ninguna

ENTRENAMIENTO EN EL PUESTO:

- De 8 días para conocer el puesto.

AMBIENTE DE TRABAJO

- Excelente ambiente de Trabajo

ESPECIFICACIONES

- Autoridad para tomar decisiones
- **Organización de su trabajo diario.**

Tabla 8. Manual de Funciones – Operario

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: VENDEDOR

FUNCION BÁSICA:

Tiene la responsabilidad de llevar los pedidos a los clientes mayoristas o minoristas que pueden ser dentro o fuera de la Ciudad.

FUNCIONES ESPECÍFICA:

- Entregar los pedidos a tiempo, sin retrasos.
- Entregar la debida factura y el producto al cliente.
- Realiza informe de entrega.
- Administrar su territorio o zona de ventas.
- Cumplir la función de chofer.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: 28 a 50 años
- Sexo: Masculino
- Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Responsabilidad
- Tolerancia a la presión
- Dinamismo y energía
- Productividad

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- Educación: Bachiller
- Experiencia: Manejo de Furgones

AMBIENTE DE TRABAJO

- **Buen ambiente de Trabajo**

ESPECIFICACIONES

- Autoridad para tomar decisiones
- Organización de su trabajo diario.

TIPO DE SUPERVISIÓN RECIBIDA

- Directa pero frecuente del jefe de ventas.
- Relaciones Interpersonales Internas
- Con el departamento de venta.

Tabla 9. Manual de Funciones – Vendedor

Elaborado por: Javier Cárdenas

FUNCIÓN DEL CARGO: CONTADOR

FUNCIÓN BÁSICA

El contador tiene la responsabilidad de llevar al día los estados financieros tales como balance general, estado de perdidas y ganancia, declaraciones, etc.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias, del orden municipal y nacional.
- Preparar los estados financieros.
- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna.
- Asesorar en materia crediticia, cuando sea requerido.

PERFIL DEL CARGO

- Edad: 28 años en adelante.
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.

COMPETENCIA TÉCNICA

- Título superior de Ingeniero en C.P.A. o carreras a fines
- Experiencia mínima de 1 año en el desempeño de cargos similares.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS

- Manejo de programas de Microsoft de office.
- Leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la microempresa.
- Herramientas de control contable y financiero.
- Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.

AMBIENTE DE TRABAJO

- Buen ambiente de Trabajo

ESPECIFICACIONES

- Autoridad para tomar decisiones
- Organización de su trabajo diario.

TIPO DE SUPERVISIÓN RECIBIDA

- Directa con el Gerente.

Tabla 10. Manual de Funciones – Contador

Elaborado por: Javier Cárdenas

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

FACTORES DEL FODA EMPRESARIAL.

| FACTORES INTERNOS | |
|--|--|
| <p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Producto de calidad.✓ Precios competitivos.✓ Acceso exclusivo a recursos naturales.✓ Ubicación del negocio. | <p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Producto nuevo.✓ Reducido capital para el establecimiento de la empresa.✓ Vías de acceso.✓ No contar con infraestructura. |
| FACTORES EXTERNOS | |
| <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Crédito de la Corporación Financiera Nacional.✓ Créditos de la Banca Privada.✓ Desempleo.✓ Programas de alimentación sana por parte del gobierno. | <p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Incremento de los costos.✓ Crisis económica.✓ Diversidad de competidores.✓ Desastre naturales. |

Tabla 11. Análisis FODA

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER



Gráfico # 9. Cinco Fuerzas de Michael Porter

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

1. Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
2. Rivalidad entre competidores existentes.
3. Amenaza de productos/servicio sustituto.
4. Poder de negación de los compradores/clientes.
5. Poder de negociación de los proveedores.

El identificar de manera correcta estas fuerzas nos permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenecemos y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

ANÁLISIS DEL PERFIL COMPETITIVO DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS

F1. Amenaza de entrada de potenciales competidores

Se refiere al deseo que tienen las empresas de ingresar al mercado con el fin de obtener una participación y beneficios del sector. Ingresar en él, dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores existentes, el mercado o segmento será atractivo si dichas barreras son fáciles o no de atravesar por los nuevos participantes que tienen la intención de apoderarse de un segmento de mercado.

A continuación se analiza cada una de las barreras que afectan al sector de empresas comercializadoras de resina encolante.

1. Necesidad o inversión en capital

Para la creación o la puesta en marcha de una empresa que se encuentra ubicado en segunda categoría se requiere una inversión en distintos recursos (infraestructura, equipos, capital de trabajo, publicidad etc.); siendo entonces relativamente difícil entrar en este dicho sector de la categoría segunda, debido a

que son pocas las personas que cuentan con esta cantidad de dinero, sin la necesidad de acudir a un financiamiento externo.

Pero sin embargo no imposible, todo dependerá de encontrar una buena fuente de financiamiento con una tasa adecuada o mediante la adopción de socios capitalistas que apoyen el emprendimiento del negocio.

2. Disponibilidad de tecnología

Para empezar a funcionar el negocio se requiere disponer de tecnología pero por los avances tecnológicos ya no es imposible poder adquirir las maquinarias necesarias y con facilidad de pago por lo que esta barrera no representa una dificultad para ingresar en este sector o mercado.

3. Reglamento de leyes

En este sector de las empresas se puede manifestar que no existen leyes restrictivas que impidan la apertura de este tipo de negocio.

Sin embargo como toda actividad lícita que se pretenda realizar, es necesario cumplir con una serie de requisitos que parten desde permisos ambientales, el trámite de la patente, permiso del cuerpo de bomberos, hasta el permiso otorgado por la Superintendencia de Compañías.

4. Canales de distribución

Para la distribución de los productos se requiere la contratación de compañías de transporte pesado debido al gran volumen de los contenedores en los que se transporta el producto, también se debe tener en cuenta que los productos son perecibles, y que el tiempo en la entrega es factor importante a considerar.

5. Respuesta esperada por los competidores establecidos

Se refiere a la posible respuesta agresiva que podemos tener de las empresas ya establecidas o posicionadas en el sector o segmento al cual se pretende ingresar. Estas barreras dependen de algunos factores como:

- Las empresas establecidas tienen recursos para defenderse

Podemos manifestar que los competidores existentes son obstáculo para la realización de este proyecto, debido a que la mayoría de las empresas corresponde a la primera categoría, además el producto ofrecido por ellos es diferente al nuestro, y disponen de muchos recursos financieros, como operativos para establecer una resistencia o hacernos frente a nuestra incursión en este mercado.

F2. Rivalidad entre empresas competidoras

Esta fuerza consiste en alcanzar una posición de privilegio y de captar la preferencia del cliente entre las empresas rivales. La rivalidad competitiva se intensifica cuando los actos de un competidor afectan a las demás empresas de su sector, haciendo que estas últimas emprendan medidas correctivas para neutralizarlos.

La rivalidad entre competidores puede adoptar distintas formas como competir por precios utilizando otras estrategias competitivas como promociones, descuentos, entre otros a fin de captar más consumidores.

En cuanto al marketing, la rivalidad es fuerte cuando no se está satisfecho con la posición en el mercado y se realizan estrategias más agresivas (aumento de publicidad, promover precios especiales, entre otros. Asimismo la intensidad de la rivalidad entre estos competidores depende de varios factores como:

- Número y tamaño de competidores
- Crecimiento del sector
- Diferenciación del producto
- Barreras de salida

A continuación se realiza un análisis de lo antes descrito, pero aplicado al proyecto:

- **Número y tamaño de los competidores**

Es importante manifestar que en el sector que se pretende ingresar no existe competencia, si lo observamos desde el punto de vista interno del mercado para los productos que procuramos ofrecer. Sin embargo si lo analizamos desde la perspectiva externo del concepto de tipo de negocio podemos mencionar que existen empresas que ofrecen este tipo de químicos en mercados internacionales.

- **Crecimiento del sector**

Como se lo mencionó anteriormente el sector de los productores pequeños de chifles está experimentando un crecimiento notable, lo que hace que los negocios ya establecidos traten de maximizar sus recursos para atender a la demanda, como consecuencia de esto la rivalidad es mínima.

- **Diferenciación del producto**

Entre las empresas existentes en la Ciudad existe una relativa preferencia hacia un establecimiento en especial, debido a que los productos que ofrecen son por lo regular en su mayoría son de marcas reconocidas.

Los clientes según las encuestas realizadas basan su decisión de compra en el sabor de la comida y servicio al cliente, en la rapidez del servicio y como cuarta importancia consideraban el precio. Por ello será importante desarrollar un producto o servicio diferente que cumpla con las necesidades y requerimiento de las personas, de esta manera podemos crear una relación de larga duración con nuestro negocio y si es posible motivar lealtad hacia la empresa.

- **Barreras de salida**

En la parte legal podemos decir que no existen leyes que nos obliguen a cerrar nuestro negocio, solo en el caso en que no se cumplan a tiempo con el pago de los permisos e impuestos.

No tenemos realizado convenios o estrategias de alianza con otras empresas o negocios que nos impidan salir del negocio, en caso de requerirlo.

F3. Amenaza de productos sustitutos

Hace referencia a la entrada potencial o existencia de empresas que venden productos que pueden desempeñar la misma función o en su caso ser alternativos a los del sector objeto de estudio, es decir pueden llegar a satisfacer de manera similar las necesidades de los clientes, pero difieren en características específicas. en un sector el sustituto del producto o servicio puede imponer un límite a los precios de estos bienes, debido a que estos pueden llegar a realizar la misma función que el producto original.

La disponibilidad de sustitutos origina que el cliente este constantemente comparando calidad, precio, cantidad, desempeño y beneficio esperado frente a los costos cambiantes de los competidores.

Podemos manifestar que en el sector de la empresa que se pretende ingresar si existía un sustituto directo pero por causar daños al medio ambiente se discontinuó su uso, por lo tanto no existe amenaza en cuanto a ese aspecto.

F4. Poder de negación de los compradores/clientes

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de productos, ellos pueden exigir precios bajos. Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- Cuando los clientes compran grandes cantidades del producto de la empresa.
- Si existe la amenaza de integrarse hacia atrás y convertirse en productores.
- Los costos de cambiar de proveedor son bajos.

- Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios de los productos ofrecidos por el proveedor.

En el sector de la empresa Químico - Industrial, podemos referir que existe una cantidad importante de compradores potenciales que estarían dispuestos a solicitar nuestro producto, esto lo podemos corroborar al analizar las entrevistas, en la cual la mayoría de las personas están de acuerdo con la apertura de la empresa comercializadora.

F5. Poder de negociación de los proveedores

Se refiere a la capacidad de negociación con que disponen los proveedores sobre sus clientes, por ejemplo, si la cantidad de proveedores es reducida, mayor será su capacidad de negociación, debido a que no existe tantos ofertantes de materia prima, estos pueden incrementar los precios de acuerdo a su conveniencia. El poder de negociación de los proveedores también se puede dar por las siguientes razones:

- Los productos del grupo de proveedores están diferenciados y el costo de cambiarlos es alto.
- El grupo de proveedores representa una amenaza de integración hacia adelante.
- Cuando el producto que comercializa el proveedor tiene pocos sustitutos y es importante para el comprador.
- Cuando el comprador no representa un cliente importante para el proveedor.

El poder de negociación de los proveedores en el sector de la empresa Químico - Industrial se considera que es relativamente alto y bajo, ya que existen muchos proveedores de los insumos y materias primas utilizados por nuestra empresa, estos proveedores son en su mayoría de países asiáticos para la elaboración de las resinas encolantes, en cuanto a muebles y enseres se hará una cotización que nos permita escoger calidad y variedad.

5.7.1 Actividades

MARKETING MIX

Producto: El producto que se ofrecerá en el mercado papelerero será resina encolante tipo AKD y ASA, estos productos serán comercializados en tanques especiales para su transportación, este llevará el logotipo de la empresa, y su slogan. Las fundas llevará su respectiva información nutricional y el registro sanitario, con el fin de que la ciudadanía se sienta segura de consumirlo

Tipo de producto:

Resina encolante Tipo AKD y ASA

PRESENTACIÓN DE LOS QUÍMICOS RESINA ENCOLANTE



Gráfico # 10. Envases de Resina Encolante

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado



Gráfico # 11. Presentación de los Productos

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado



Gráfico # 12. Camiones para Comercializar Resina Encolante

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

Precio: El precio de venta de la resina encolante será importado a un costo de importación a \$. 0,60 y el precio de comercialización son de \$. 1.20, con el fin de captar la atención de los clientes, ya que se ha tomado en consideración los costos y gastos.

| COSTO DE PRODUCTOS | |
|---------------------------|------|
| Importación | 0,60 |
| Comercialización | 1,20 |

Tabla 12. Costos de Productos

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

Plaza:

El mercado objetivo donde deseamos incursionar es el mercado al por mayor y menor, en este caso las industrias papeleras. También aplicaremos unas estrategias de mercado necesarias, con el fin de captar gran parte de clientes.

A demás de ofrecer un excelente trato y confianza para así contraer lazos que generen una sólida negociación que nos permita establecernos y posicionarnos en un mercado cambiante e innovador.

Distribución.- El mercado en el cual incursionará esta nueva alternativa de negocio es el de la industria papelerera a nivel nacional y de países vecinos, se establecerá canales de distribución, con el fin de tener una buena cobertura en la entrega de los productos.

Promoción/Publicidad:

Este tipo de negocio que se implementará requiere de una acertada publicidad, más aun por ser nueva en este y los productos son parte de la materia prima para elaborar los diferentes tipos de papeles en la industria.

Con esto se busca ser aceptado y reconocido en el mercado objetivo para su distribución y consumo.

Actividades para la apertura de la empresa

1. Identificar la ubicación donde va estar situado la empresa.
2. Realizar el acondicionamiento de la oficina, ubicación de los equipos, aire acondicionado etc.
3. Se realiza un análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer esta propuesta.
4. Se realiza las publicidades.
5. Se procede a realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal.
6. Se realiza una reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la organización acorde a sus cargos.
7. Se realiza la inauguración de la empresa PAPER QUIM.
8. Se contabiliza los movimientos económicos.
9. Se presenta los resultados obtenidos.

5.7.2 Recursos Análisis Financiero

| ACTIVOS FIJOS | | | |
|----------------------|---|-----------------|-------------------|
| CANT. | DESCRIPCION | C. UNIT. | C. TOTAL |
| | MUEBLES Y ENSERES | | |
| 5 | Escritorios | 430,00 | 2.150,00 |
| 5 | Sillas giratoria | 60,00 | 300,00 |
| 5 | Archivador | 40,00 | 200,00 |
| 15 | Palet | 7,00 | 105,00 |
| 10 | Perchas | 60,00 | 600,00 |
| | TOTAL MUEBLES Y ENSERES | | 3.355,00 |
| | EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | |
| 5 | Computadora | 450,00 | 2.250,00 |
| 2 | Impresora multifunción | 120,00 | 240,00 |
| | TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | 2.490,00 |
| | EQUIPOS DE OFICINA | | |
| 2 | AIRE ACONDICIONADO | 1.100,00 | 2.200,00 |
| 1 | TELEFONOS CON LÍNEA | 150,00 | 150,00 |
| | TOTAL EQUIPOS DE OFICINA | | 2.350,00 |
| | EQUIPO Y MAQUINARIA | | |
| 1 | MAQUINA DE EMPAQUE | 80.000,00 | 80.000,00 |
| 5 | TANQUES DE ALMACENAMIENTO | 10.000,00 | 50.000,00 |
| 1 | PLANTA ELECTRICA | 3.000,00 | 3.000,00 |
| 5 | BOMBA DE SUBSION | 5.000,00 | 25.000,00 |
| | TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA | | 158.000,00 |
| | EDIFICIO | | |
| 1 | LOCAL | 40.000,00 | 40.000,00 |
| | TOTAL DE EDIFICIO | | 40.000,00 |
| | TERRENO | | |
| 1 | TERRENO | 75.000,00 | 75.000,00 |
| | TOTAL DE TERRENO | | 75.000,00 |
| | VEHICULO | | |
| 5 | TRAILER | 100.000,00 | 500.000,00 |
| 5 | FURGONES | 25.000,00 | 125.000,00 |
| | TOTAL DE VEHICULO | | 625.000,00 |
| | TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS | | 906.195,00 |

Tabla 13. Declaración de Activos Fijos

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

| DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|----------------------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCION | VALOR DE ACTIVO | PORCENTAJE DE DEPRECIACION | DEPR. MENSUAL | DEP. ANUAL |
| MUEBLES Y ENSERES | 3.355,00 | 10% | 27,96 | 335,50 |
| EQUIPO DE COMPUTACION | 2.490,00 | 33% | 68,48 | 821,70 |
| EQUIPO DE OFICINA | 2.350,00 | 10% | 19,58 | 235,00 |
| EDIFICIO | 40.000,00 | 5% | 166,67 | 2.000,00 |
| VEHICULO | 625.000,00 | 20% | 10.416,67 | 125.000,00 |
| EQUIPO Y MAQUINARIA | 158.000,00 | 10% | 1.316,67 | 15.800,00 |
| TOTAL | 831.195,00 | | 12.016,02 | 144.192,20 |

Tabla 14. Depreciación de los Activos Fijos

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Declaración de Activos Fijos

| | | NÓMINA AÑO 1 | | | | | | | | |
|---|-----|--------------------------|-----------------|-------|-------|-------|----------------------|------------|-----------------|------------------|
| | | PERSONAL | BASICO | 13RO | 14TO | VAC. | Aportes IESS - SOLCA | FDO.RESEV. | REM. | R-ANUAL |
| 1 | 600 | GERENTE | 600,00 | 50,00 | 22,00 | 25,00 | 74,10 | | 622,90 | 7.474,80 |
| 1 | 300 | SECRETARIA | 300,00 | 25,00 | 22,00 | 12,50 | 37,05 | | 322,45 | 3.869,40 |
| 1 | 450 | JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 450,00 | 37,50 | 22,00 | 18,75 | 55,58 | | 472,68 | 5.672,10 |
| 1 | 450 | JEFE DE BODEGA | 450,00 | 37,50 | 22,00 | 18,75 | 55,58 | | 472,68 | 5.672,10 |
| 2 | 325 | VENEDORES | 650,00 | 54,17 | 22,00 | 27,08 | 80,28 | | 672,98 | 8.075,70 |
| 1 | 300 | OPERARIOS | 300,00 | 25,00 | 22,00 | 12,50 | 37,05 | | 322,45 | 3.869,40 |
| | | TOTAL | 2.750,00 | | | | | | 2.886,13 | 34.633,50 |

Tabla 15. Nómina Año 1

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de Mercado

| NÓMINA AÑO 2 | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|-------|-------|----------------------|------------|-----------------|------------------|
| PERSONAL | BASICO | 13RO | 14TO | VAC | aportes IESS - SOLCA | FDO.RESEV. | REM | R-ANUAL |
| GERENTE | 630,00 | 52,50 | 22,00 | 26,25 | 77,81 | 52,48 | 730,75 | 8.769,00 |
| SECRETARIA | 315,00 | 26,25 | 22,00 | 13,13 | 38,90 | 26,24 | 376,38 | 4.516,50 |
| JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 472,50 | 39,38 | 22,00 | 19,69 | 58,35 | 39,36 | 553,56 | 6.642,75 |
| JEFE DE BODEGA | 472,50 | 39,38 | 22,00 | 19,69 | 58,35 | 39,36 | 553,56 | 6.642,75 |
| VENDEDORES | 682,50 | 56,88 | 22,00 | 28,44 | 84,29 | 56,85 | 789,81 | 9.477,75 |
| OPERARIOS | 315,00 | 26,25 | 22,00 | 13,13 | 38,90 | 26,24 | 376,38 | 4.516,50 |
| TOTAL | 2.887,50 | | | | | | 3.380,44 | 40.565,25 |

Tabla 16. Nómina Año 2

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| NÓMINA AÑO 3 | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|-------|-------|----------------------|------------|-----------------|------------------|
| PERSONAL | BASICO | 13RO | 14TO | VAC | Aportes IESS - SOLCA | FDO.RESEV. | REM | R-ANUAL |
| GERENTE | 661,50 | 55,13 | 22,00 | 27,56 | 81,70 | 55,10 | 739,60 | 8.875,14 |
| SECRETARIA | 330,75 | 27,56 | 22,00 | 13,78 | 40,85 | 27,55 | 380,80 | 4.569,57 |
| JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 496,13 | 41,34 | 22,00 | 20,67 | 61,27 | 41,33 | 560,20 | 6.722,36 |
| JEFE DE BODEGA | 496,13 | 41,34 | 22,00 | 20,67 | 61,27 | 41,33 | 560,20 | 6.722,36 |
| VENDEDORES | 716,63 | 59,72 | 22,00 | 29,86 | 88,50 | 59,69 | 799,39 | 9.592,74 |
| OPERARIOS | 330,75 | 27,56 | 22,00 | 13,78 | 40,85 | 27,55 | 380,80 | 4.569,57 |
| TOTAL | 3.031,88 | | | | | | 3.420,98 | 41.051,74 |

Tabla 17. Nómina Año 3

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| NÓMINA AÑO 4 | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|-------|-------|----------------------|------------|-----------------|------------------|
| PERSONAL | BASICO | 13RO | 14TO | VAC | Aportes IESS - SOLCA | FDO.RESEV. | REM | R-ANUAL |
| GERENTE | 694,58 | 57,88 | 22,00 | 28,94 | 85,78 | 57,86 | 775,47 | 9.305,70 |
| SECRETARIA | 347,29 | 28,94 | 22,00 | 14,47 | 42,89 | 28,93 | 398,74 | 4.784,85 |
| JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 520,93 | 43,41 | 22,00 | 21,71 | 64,34 | 43,39 | 587,11 | 7.045,27 |
| JEFE DE BODEGA | 520,93 | 43,41 | 22,00 | 21,71 | 64,34 | 43,39 | 587,11 | 7.045,27 |
| VENDEDORES | 752,46 | 62,70 | 22,00 | 31,35 | 92,93 | 62,68 | 838,26 | 10.059,17 |
| OPERARIOS | 347,29 | 28,94 | 22,00 | 14,47 | 42,89 | 28,93 | 398,74 | 4.784,85 |
| TOTAL | 3.183,47 | | | | | | 3.585,43 | 43.025,12 |

Tabla 18. Nómina Año 4

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| NÓMINA AÑO 5 | | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|-------|-------|----------------------|------------|-----------------|------------------|
| PERSONAL | BASICO | 13RO | 14TO | VAC | Aportes IESS - SOLCA | FDO.RESEV. | REM | R-ANUAL |
| GERENTE | 729,30 | 60,78 | 22,00 | 30,39 | 90,07 | 60,75 | 813,15 | 9.757,78 |
| SECRETARIA | 364,65 | 30,39 | 22,00 | 15,19 | 45,03 | 30,38 | 417,57 | 5.010,89 |
| JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 546,98 | 45,58 | 22,00 | 22,79 | 67,55 | 45,56 | 615,36 | 7.384,34 |
| JEFE DE BODEGA | 546,98 | 45,58 | 22,00 | 22,79 | 67,55 | 45,56 | 615,36 | 7.384,34 |
| VENDEDORES | 790,08 | 65,84 | 22,00 | 32,92 | 97,57 | 65,81 | 879,08 | 10.548,93 |
| OPERARIOS | 364,65 | 30,39 | 22,00 | 15,19 | 45,03 | 30,38 | 417,57 | 5.010,89 |
| TOTAL | 3.342,64 | | | | | | 3.758,10 | 45.097,18 |

Tabla 19. Nómina Año 5

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

DETALLE DE GASTOS

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | ENERO | FEB. | MARZ | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOST | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| GERENTE | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 622,90 | 7.474,80 | 8.769,00 | 8.875,14 | 9.305,70 | 9.757,78 |
| SECRETARIA | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 3.869,40 | 4.516,50 | 4.569,57 | 4.784,85 | 5.010,89 |
| JEFE DE COMERCIALIZACIÓN | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 5.672,10 | 6.642,75 | 6.722,36 | 7.045,27 | 7.384,34 |
| JEFE DE BODEGA | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 472,68 | 5.672,10 | 6.642,75 | 6.722,36 | 7.045,27 | 7.384,34 |
| VENDEDORES | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 672,98 | 8.075,70 | 9.477,75 | 9.592,74 | 10.059,17 | 10.548,93 |
| OPERARIOS | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 322,45 | 3.869,40 | 4.516,50 | 4.569,57 | 4.784,85 | 5.010,89 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 2.886,13 | 34.633,50 | 40.565,25 | 41.051,74 | 43.025,12 | 45.097,18 |

Tabla 20. Detalle de Gastos

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| GASTOS DE GENERALES | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGSTO | SEPT | OCT | NOV | DIC | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| AGUA | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 240,00 | 252,00 | 264,60 | 277,83 | 291,72 |
| ENERGIA ELECTRICA | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 80,00 | 960,00 | 1.008,00 | 1.058,40 | 1.111,32 | 1.166,89 |
| TELEFONO | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 35,00 | 420,00 | 441,00 | 463,05 | 486,20 | 510,51 |
| UTILES DE OFICINA | 180,00 | | - | 180,00 | | - | - | 180,00 | | - | 180,00 | 180,00 | 900,00 | 945,00 | 992,25 | 1.041,86 | 1.093,96 |
| MANDILES, GORROS, ENTRE OTROS | 50,00 | | | 20,00 | | | 20,00 | | | 20,00 | | | 110,00 | 115,50 | 121,28 | 127,34 | 133,71 |
| RECARGAS DE TINTA DE IMPRESORA | 100,00 | | 100,00 | | 100,00 | | 100,00 | | 100,00 | | 100,00 | | 600,00 | 630,00 | 661,50 | 694,58 | 729,30 |
| OTROS GASTOS | | | | | | | | | | | | | - | - | - | - | - |
| 1 MATERIALES DE LIMPIEZA | 60,00 | | | 25,00 | | | 25,00 | | | 25,00 | | | 135,00 | 135,00 | 135,00 | 135,00 | 135,00 |
| DEP. MUEBLES Y ENSERES | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 27,96 | 335,50 | 335,50 | 335,50 | 335,50 | 335,50 |
| DEP. DE EQUIPO DE COMP. | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 68,48 | 821,70 | 821,70 | 821,70 | | |
| DEP. DE EQUIPO DE OFC. | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 19,58 | 235,00 | 235,00 | 235,00 | 235,00 | 235,00 |
| DEP. EDIFICIO | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 166,67 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 1.316,67 | 15.800,00 | 15.800,00 | 15.800,00 | 15.800,00 | 15.800,00 |
| TOTAL GASTOS GENERALES | 2.124,35 | 1.734,35 | 1.834,35 | 1.959,35 | 1.834,35 | 1.734,35 | 1.879,35 | 1.914,35 | 1.834,35 | 1.779,35 | 2.014,35 | 1.914,35 | 22.557,20 | 22.718,70 | 22.888,28 | 22.244,63 | 22.431,59 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| GASTOS PARA EL FLUJO CAJA | 4.894,46 | 4.504,46 | 4.604,46 | 4.729,46 | 4.604,46 | 4.504,46 | 4.649,46 | 4.684,46 | 4.604,46 | 4.549,46 | 4.784,46 | 4.684,46 | 55.799,50 | 61.891,75 | 62.547,81 | 64.699,25 | 66.958,26 |
| GASTOS GENERALES | 525,00 | 135,00 | 235,00 | 360,00 | 235,00 | 135,00 | 280,00 | 315,00 | 235,00 | 180,00 | 415,00 | 315,00 | 3.365,00 | 3.526,50 | 3.696,08 | 3.874,13 | 4.061,09 |
| DEPRECIACION | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 1.599,35 | 19.192,20 | 19.192,20 | 19.192,20 | 18.370,50 | 18.370,50 |
| | | | | | | | | | | | | | 19.192,20 | 38.384,40 | 57.576,60 | 75.947,10 | 94.317,60 |

Tabla 21. Detalle de Gastos Generales

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| INVERSION DEL PROYECTO | |
|-------------------------------|-------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | 3.355,00 |
| EQUIPO DE COMPUTO | 2.490,00 |
| EQUIPO DE OFICINA | 2.350,00 |
| EDIFICIO | 40.000,00 |
| VEHICULO | 625.000,00 |
| EQUIPO Y MAQUINARIA | 158.000,00 |
| TOTAL DE LA INVERSION | 831.195,00 |

Tabla 22. Inversión del Proyecto

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| FINANCIACION DEL PROYECTO | | |
|----------------------------------|------------|-------------------|
| INVERSION TOTAL | | 831.195,00 |
| Financiado | 60% | 498.717,00 |
| Aporte Propio | 40% | 332.478,00 |
| | | 831.195,00 |

Tabla 23. Financiamiento del Proyecto

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| TASA | | |
|--------------------------------|---------------|-------------|
| TASA ANUAL INTERES PRESTAMO | 11,00% | 0,11 |
| | | 0,11 |

| PRESTAMO BANCARIO | | |
|--------------------------|-------------------|------------------|
| Prestamo Bancario | 498.717,00 | 54.858,87 |

Tabla 24. Tasa Anual de Interés - Préstamo Bancario

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

TABLA DE AMORTIZACIÓN

| | | | | |
|----------------------------------|------------------|----------------|-------------------|----------------|
| Capital (k) | 498717,00 | | | |
| Interes Anual (i - a) | 11 | % | | 0,01 |
| Interes Mensual (i) | 0,01 | | | 0,12 |
| Plazo de Prestamo en Años | 1 | | | |
| Numeros de Pagos al Año | 12 | | | |
| Numeros Total de Pagos | 12 | | | |
| | | | | |
| Tasa Fija | 44.077,44 | | | SALDO |
| # Pagos | ABONO k | ABONO i | DIVIDENDOS | CAPITAL |
| 0 | | | | 498.717,00 |
| 1 | 39.505,86 | 4.571,57 | 44.077,44 | 459.211,14 |
| 2 | 39.868,00 | 4.209,44 | 44.077,44 | 419.343,14 |
| 3 | 40.233,46 | 3.843,98 | 44.077,44 | 379.109,68 |
| 4 | 40.602,26 | 3.475,17 | 44.077,44 | 338.507,42 |
| 5 | 40.974,45 | 3.102,98 | \$44.077,44 | 297.532,97 |
| 6 | 41.350,05 | 2.727,39 | \$44.077,44 | 256.182,92 |
| 7 | 41.729,09 | 2.348,34 | \$44.077,44 | 214.453,82 |
| 8 | 42.111,61 | 1.965,83 | \$44.077,44 | 172.342,21 |
| 9 | 42.497,63 | 1.579,80 | \$44.077,44 | 129.844,58 |
| 10 | 42.887,19 | 1.190,24 | \$44.077,44 | 86.957,39 |
| 11 | 43.280,33 | 797,11 | \$44.077,44 | 43.677,06 |
| 12 | 43.677,06 | 400,37 | \$44.077,44 | 0,00 |

Tabla 25. Tabla de Amortización

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

| PRESUPUESTO DE INGRESOS | | | | | | | | | |
|-------------------------|--------|------|-------|-------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | | | | 5% | | | | |
| INGRESOS POR VENTA | CANT. | DIAS | TOTAL | COSTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| TONELADA | 125000 | 1 | 75000 | 1,20 | 1.080.000,00 | 1.134.000,00 | 1.190.700,00 | 1.250.235,00 | 1.312.746,75 |
| TOTAL | | | | | 1.080.000,00 | 1.134.000,00 | 1.190.700,00 | 1.250.235,00 | 1.312.746,75 |

Tabla 26. Presupuesto de Ingresos

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

| | | | |
|---------------------------|-----------|---|------|
| Capital (k) | 498717,00 | | |
| Interes Anual (i - a) | 11 | % | 0,02 |
| Interes Mensual (i) | 0,01 | | 0,73 |
| Plazo de Prestamo en Años | 5 | | |
| Numeros de Pagos al Año | 12 | | |
| Numeros Total de Pagos | 60 | | |

| Tasa Fija | 10.843,32 | | | SALDO CAPITAL | INTERESES ANUAL | AMORTIZACIÓN ANUAL |
|-----------|-----------|----------|------------|---------------|-----------------|--------------------|
| # Pagos | ABONO k | ABONO i | DIVIDENDOS | | | |
| 0 | | | | 498.717,00 | | |
| 1 | 6.271,74 | 4.571,57 | 10.843,32 | 492.445,26 | | |
| 2 | 6.329,23 | 4.514,08 | 10.843,32 | 486.116,02 | | |
| 3 | 6.387,25 | 4.456,06 | 10.843,32 | 479.728,77 | | |
| 4 | 6.445,80 | 4.397,51 | 10.843,32 | 473.282,97 | | |
| 5 | 6.504,89 | 4.338,43 | 10.843,32 | 466.778,08 | | |
| 6 | 6.564,52 | 4.278,80 | 10.843,32 | 460.213,56 | | |
| 7 | 6.624,69 | 4.218,62 | 10.843,32 | 453.588,87 | | |
| 8 | 6.685,42 | 4.157,90 | 10.843,32 | 446.903,45 | | |
| 9 | 6.746,70 | 4.096,61 | 10.843,32 | 440.156,75 | | |
| 10 | 6.808,55 | 4.034,77 | 10.843,32 | 433.348,20 | | |
| 11 | 6.870,96 | 3.972,36 | 10.843,32 | 426.477,25 | | |
| 12 | 6.933,94 | 3.909,37 | 10.843,32 | 419.543,31 | \$50.946,10 | \$79.173,69 |
| 13 | 6.997,50 | 3.845,81 | 10.843,32 | 412.545,80 | | |
| 14 | 7.061,65 | 3.781,67 | 10.843,32 | 405.484,16 | | |
| 15 | 7.126,38 | 3.716,94 | 10.843,32 | 398.357,78 | | |
| 16 | 7.191,70 | 3.651,61 | 10.843,32 | 391.166,08 | | |
| 17 | 7.257,63 | 3.585,69 | 10.843,32 | 383.908,45 | | |
| 18 | 7.324,16 | 3.519,16 | 10.843,32 | 376.584,29 | | |
| 19 | 7.391,29 | 3.452,02 | 10.843,32 | 369.193,00 | | |
| 20 | 7.459,05 | 3.384,27 | 10.843,32 | 361.733,95 | | |
| 21 | 7.527,42 | 3.315,89 | 10.843,32 | 354.206,53 | | |
| 22 | 7.596,42 | 3.246,89 | 10.843,32 | 346.610,11 | | |
| 23 | 7.666,06 | 3.177,26 | 10.843,32 | 338.944,05 | | |
| 24 | 7.736,33 | 3.106,99 | 10.843,32 | 331.207,72 | \$41.784,21 | \$88.335,58 |
| 25 | 7.807,25 | 3.036,07 | 10.843,32 | 323.400,48 | | |
| 26 | 7.878,81 | 2.964,50 | 10.843,32 | 315.521,67 | | |
| 27 | 7.951,03 | 2.892,28 | 10.843,32 | 307.570,63 | | |
| 28 | 8.023,92 | 2.819,40 | 10.843,32 | 299.546,72 | | |
| 29 | 8.097,47 | 2.745,84 | 10.843,32 | 291.449,24 | | |
| 30 | 8.171,70 | 2.671,62 | 10.843,32 | 283.277,55 | | |
| 31 | 8.246,61 | 2.596,71 | 10.843,32 | 275.030,94 | | |
| 32 | 8.322,20 | 2.521,12 | 10.843,32 | 266.708,74 | | |
| 33 | 8.398,49 | 2.444,83 | 10.843,32 | 258.310,26 | | |
| 34 | 8.475,47 | 2.367,84 | 10.843,32 | 249.834,78 | | |
| 35 | 8.553,16 | 2.290,15 | 10.843,32 | 241.281,62 | | |
| 36 | 8.631,57 | 2.211,75 | 10.843,32 | 232.650,05 | \$31.562,12 | \$98.557,67 |
| 37 | 8.710,69 | 2.132,63 | 10.843,32 | 223.939,36 | | |
| 38 | 8.790,54 | 2.052,78 | 10.843,32 | 215.148,82 | | |
| 39 | 8.871,12 | 1.972,20 | 10.843,32 | 206.277,71 | | |
| 40 | 8.952,44 | 1.890,88 | 10.843,32 | 197.325,27 | | |
| 41 | 9.034,50 | 1.808,81 | 10.843,32 | 188.290,77 | | |
| 42 | 9.117,32 | 1.726,00 | 10.843,32 | 179.173,45 | | |
| 43 | 9.200,89 | 1.642,42 | 10.843,32 | 169.972,56 | | |
| 44 | 9.285,23 | 1.558,08 | 10.843,32 | 160.687,32 | | |
| 45 | 9.370,35 | 1.472,97 | 10.843,32 | 151.316,97 | | |
| 46 | 9.456,24 | 1.387,07 | 10.843,32 | 141.860,73 | | |
| 47 | 9.542,93 | 1.300,39 | 10.843,32 | 132.317,80 | | |
| 48 | 9.630,40 | 1.212,91 | 10.843,32 | 122.687,40 | \$20.157,14 | \$109.962,65 |
| 49 | 9.718,68 | 1.124,63 | 10.843,32 | 112.968,72 | | |
| 50 | 9.807,77 | 1.035,55 | 10.843,32 | 103.160,95 | | |
| 51 | 9.897,67 | 945,64 | 10.843,32 | 93.263,28 | | |
| 52 | 9.988,40 | 854,91 | 10.843,32 | 83.274,87 | | |
| 53 | 10.079,96 | 763,35 | 10.843,32 | 73.194,91 | | |
| 54 | 10.172,36 | 670,95 | 10.843,32 | 63.022,55 | | |
| 55 | 10.265,61 | 577,71 | 10.843,32 | 52.756,94 | | |
| 56 | 10.359,71 | 483,61 | 10.843,32 | 42.397,23 | | |
| 57 | 10.454,67 | 388,64 | 10.843,32 | 31.942,55 | | |
| 58 | 10.550,51 | 292,81 | 10.843,32 | 21.392,04 | | |
| 59 | 10.647,22 | 196,09 | 10.843,32 | 10.744,82 | | |
| 60 | 10.744,82 | 98,49 | 10.843,32 | 0,00 | \$7.432,39 | \$122.687,40 |

| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | ENE. | FEB. | MAR. | ABR. | MAY. | JUN. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| | VENTAS | 90.000,00 | 90.000,00 | 90.000,00 | 90.000,00 | 90.000,00 | 90.000,00 | 1.080.000,00 | 1.134.000,00 | 1.190.700,00 | 1.250.235,00 | 1.312.746,75 | 5.967.681,75 |
| (-) | COSTO DE VENTAS | 6.440,00 | 6.640,00 | 6.640,00 | 6.640,00 | 6.640,00 | 6.640,00 | 79.480,00 | 83.454,00 | 87.626,70 | 92.008,04 | 96.608,44 | 439.177,17 |
| | UTILIDAD BRUTA | 83.560,00 | 83.360,00 | 83.360,00 | 83.360,00 | 83.360,00 | 83.360,00 | 1.000.520,00 | 1.050.546,00 | 1.103.073,30 | 1.158.226,97 | 1.216.138,31 | 5.528.504,58 |
| | COSTOS INDIRECTOS | 5.010,48 | 4.620,48 | 4.720,48 | 4.845,48 | 4.720,48 | 4.620,48 | 57.190,70 | 63.283,95 | 63.940,01 | 65.269,75 | 67.528,76 | 317.213,18 |
| | UTILIDAD OPERACIONAL | 78.549,53 | 78.739,53 | 78.639,53 | 78.514,53 | 78.639,53 | 78.739,53 | 943.329,30 | 987.262,05 | 1.039.133,29 | 1.092.957,21 | 1.148.609,55 | 5.211.291,40 |
| (-) | GASTOS FINANCIEROS | 4.571,57 | 4.209,44 | 3.843,98 | 3.475,17 | 3.102,98 | 2.727,39 | 50.946,10 | 41.784,21 | 31.562,12 | 20.157,14 | 7.432,39 | 151.881,96 |
| | UTILIDAD ANTES PART. IMP | 73.977,95 | 74.530,09 | 74.795,55 | 75.039,35 | 75.536,54 | 76.012,14 | 892.383,20 | 945.477,84 | 1.007.571,17 | 1.072.800,07 | 1.141.177,16 | 5.059.409,44 |
| | PARTICIPACION EMPLEADOS | 11.154,79 | 11.154,79 | 11.154,79 | 11.154,79 | 11.154,79 | 11.154,79 | 133.857,48 | 141.821,68 | 151.135,68 | 160.920,01 | 171.176,57 | 758.911,42 |
| | UTILIDAD ANTES DE IMPTO | 62.823,16 | 63.375,30 | 63.640,76 | 63.884,56 | 64.381,75 | 64.857,35 | 758.525,72 | 803.656,16 | 856.435,49 | 911.880,06 | 970.000,58 | 4.300.498,02 |
| | IMPUESTO RENTA | 15.802,62 | 15.802,62 | 15.802,62 | 15.802,62 | 15.802,62 | 15.802,62 | 189.631,43 | 200.914,04 | 214.108,87 | 227.970,02 | 242.500,15 | 1.834.035,92 |
| | UTILIDAD NETA | 47.020,54 | 47.572,68 | 47.838,14 | 48.081,94 | 48.579,13 | 49.054,73 | 568.894,29 | 602.742,12 | 642.326,62 | 683.910,05 | 727.500,44 | 3.225.373,52 |

Tabla 27. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

| BALANCE GENERAL | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | | |
| CAJA -BANCOS | 832.401,71 | 1.385.247,26 | 1.970.717,24 | 2.586.680,61 | 3.234.650,84 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 832.401,71 | 1.385.247,26 | 1.970.717,24 | 2.586.680,61 | 3.234.650,84 |
| ACTIVOS FIJOS | 906.195,00 | 906.195,00 | 906.195,00 | 906.195,00 | 906.195,00 |
| DEPRECIAC. ACUMULADA | 19.192,20 | 38.384,40 | 57.576,60 | 75.947,10 | 94.317,60 |
| TOTAL DE ACTIVO FIJO | 887.002,80 | 867.810,60 | 848.618,40 | 830.247,90 | 811.877,40 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 1.719.404,51 | 2.253.057,86 | 2.819.335,64 | 3.416.928,51 | 4.046.528,24 |
| PASIVO | | | | | |
| CORRIENTE | | | | | |
| PRESTAMO | 419.543,31 | 331.207,72 | 232.650,05 | 122.687,40 | 0,00 |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR | 133.857,48 | 141.821,68 | 151.135,68 | 160.920,01 | 171.176,57 |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR | 189.631,43 | 200.914,04 | 214.108,87 | 227.970,02 | 242.500,15 |
| TOTAL PASIVO | 743.032,22 | 673.943,44 | 597.894,60 | 511.577,43 | 413.676,72 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| APORTE CAPITAL | 332.478,00 | 332.478,00 | 332.478,00 | 332.478,00 | 332.478,00 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | 568.894,29 | 602.742,12 | 642.326,62 | 683.910,05 | 727.500,44 |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES | - | 568.894,29 | 1.171.636,41 | 1.813.963,03 | 2.497.873,08 |
| TOTAL PATRIMONIO | 901.372,29 | 1.504.114,41 | 2.146.441,03 | 2.830.351,08 | 3.557.851,52 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 1.644.404,51 | 2.178.057,86 | 2.744.335,64 | 3.341.928,51 | 3.971.528,24 |
| | 75000,00 | 75000,00 | 75000,00 | 75000,00 | 75000,00 |

Tabla 28. Balance General

Elaborado por: Javier Cárdenas
Fuente: Investigación de mercado

| FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| INGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| VENTAS | - | 1.080.000,00 | 1.134.000,00 | 1.190.700,00 | 1.250.235,00 | 1.312.746,75 | 5.967.681,75 |
| TOTAL INGRESOS OPERATIVOS | | 1.080.000,00 | 1.134.000,00 | 1.190.700,00 | 1.250.235,00 | 1.312.746,75 | 5.967.681,75 |
| EGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSION INICIAL | 831.195,00 | - | - | - | - | - | - |
| GASTOS PREOPERACIONALES | - | | | | | | |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS | - | 34.633,50 | 40.565,25 | 41.051,74 | 43.025,12 | 45.097,18 | 204.372,79 |
| COSTO DE VENTAS | - | 79.480,00 | 83.454,00 | 87.626,70 | 92.008,04 | 96.608,44 | 439.177,17 |
| GASTOS GENERALES | - | 3.365,00 | 3.526,50 | 3.696,08 | 3.874,13 | 4.061,09 | 18.522,79 |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS | - | - | 133.857,48 | 141.821,68 | 151.135,68 | 160.920,01 | 171.176,57 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA | - | - | 189.631,43 | 200.914,04 | 214.108,87 | 227.970,02 | 242.500,15 |
| TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS | 831.195,00 | 117.478,50 | 451.034,66 | 475.110,23 | 504.151,84 | 534.656,73 | 1.075.749,47 |
| FLUJO OPERATIVO | -831.195,00 | 962.521,50 | 682.965,34 | 715.589,77 | 746.083,16 | 778.090,02 | 3.885.249,80 |
| INGRESOS NO OPERATIVOS | - | | - | - | - | - | - |
| PRESTAMO BANCARIO | 498.717,00 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL ING. NO OPERATIVOS | 498.717,00 | - | | - | | - | |
| EGRESOS NO OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSIONES (DESEMBOLSOS) | | | | | | | |
| PAGO k | - | 79.173,69 | 88.335,58 | 98.557,67 | 109.962,65 | 122.687,40 | 498.717,00 |
| PAGO i | - | 50.946,10 | 41.784,21 | 31.562,12 | 20.157,14 | 7.432,39 | 151.881,96 |
| TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS | - | 130.119,79 | 130.119,79 | 130.119,79 | 130.119,79 | 130.119,79 | 650.598,96 |
| FLUJO NETO NO OPERATIVO | 498.717,00 | -130.119,79 | -130.119,79 | -130.119,79 | -130.119,79 | -130.119,79 | -650.598,96 |
| FLUJO NETO | -332.478,00 | 832.401,71 | 552.845,55 | 585.469,98 | 615.963,37 | 647.970,23 | 3.234.650,84 |
| SALDO INICIAL | | | | | | | |
| FLUJO ACUMULADO | - | 832.401,71 | 1.385.247,26 | 1.970.717,24 | 2.586.680,61 | 3.234.650,84 | |

Tabla 29. Flujo de Caja Proyectado

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

5.7.3 Impacto

Con el propósito de medir el grado de afectación que tendrá la creación de esta empresa en el mercado que incursionará, se ha analizado los parámetros más trascendentales a los cuales impactará.

SOCIAL

Proyectar al mercado productos químicos al alcance de sus usuarios sin necesidad de importar, técnicamente tratado, a precios accesibles acorde a las expectativas de los consumidores.

LABORAL

Se creara nuevas plazas de trabajos beneficiando a nuestra población a su entorno social.

FINANCIERA

Aplicaremos procedimientos y sistemas de alta tecnología para proyectar un proceso contable autosustentable, que incremente el consumo de materia prima nacional generando ingresos que permitan contribuir en beneficios para nuestra empresa y terceros.

ECONÓMICA

Incorporaremos un equipo de comercialización altamente calificado, que nos permita posicionarnos en el mercado nacional e internacional.

AMBIENTAL

Estableceremos convenios con nuestro proveedor, con el propósito de que el producto que se adquiera, cumpla con todos los niveles de fabricación para que así no afecte el medio ambiente en el que vivimos.

5.7.4 Cronograma de actividades

| ACTIVIDADES | DURACIÓN (SEMANAS) | | | | | | | | | |
|---|--------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|----------------|----|
| | MAYO - JUNIO | | | | JUNIO - JULIO | | | | JULIO - AGOSTO | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Identificar el lugar donde va a situarse la empresa comercializadora | ■ | | | | | | | | | |
| Trámites pertinentes para la constitución de la empresa. | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Cotización de equipos y maquinarias para la comercializadora. | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| Compra de materiales, equipos e insumos para el funcionamiento de la empresa. | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Adecuación y montaje de maquinarias, muebles e inmuebles. | | | | | | | | ■ | | |
| Reclutamiento de personal para laborar en la empresa. | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Publicidad | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |
| Apertura y funcionamiento de la empresa. | | | | | | | | | | ■ |

Tabla 30. Cronograma de Actividades

Elaborado por: Javier Cárdenas

Fuente: Investigación de mercado

5.7.5 Lineamiento de la propuesta para evaluar la propuesta

- Para conocer el mercado en el que estará inmersa la empresa se efectuó el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter y el FODA.
- Para medir el nivel de rentabilidad de esta propuesta se recurrió a índices financieros como el VAN Y TIR, los cuales demostraron que la presencia de esta comercializadora es rentable.
- Analizar el medio industrial con el fin de tener una ventaja sustitutiva que nos permita entrar en el casco comercial.

CONCLUSIONES

El desarrollo del proyecto ha permitido establecer conclusiones que aporten al posicionamiento de esta nueva alternativa empresarial en el mercado no solo del Cantón Milagro, sino también del Ecuador, por lo tanto se concluye en lo siguiente:

1. La creación de esta Empresa Comercializadora Químico – Industrial, es una propuesta factible en todos los resultados evaluados, puesto que el producto tiene alta demanda en el mercado papelerero, su uso es vital para la fabricación de papel y cartón de que produce cada una de estas industrias.
2. Por ser una empresa nueva no existe competencia, según el análisis de las cinco fuerza PORTER y FODA y sobre todo porque su precio será accesible para que las industrias opten por hacer negocio con una empresa netamente ecuatoriana.
3. Según las entrevistas realizadas a personal competente en esta área es muy factible el posicionamiento de PaPer QuiM como empresa comercializadora.
4. Existen una variedad de proveedores internacionales especialmente de países asiáticos que es de donde proviene la materia prima para la elaboración de estos productos químicos.
5. Este proyecto en su aplicación abrirá nuevas oportunidades de negocio, directa e indirectamente, lo que ayudará a la población a especializarse en un negocio de tipo no tradicional.

RECOMENDACIONES

1. Los administradores de PaPer QuiM deben proyectar su esfuerzo en la búsqueda constantemente de un valor agregado en la comercialización de este producto, para lograr rápido posicionamiento en este mercado.
2. Es necesario satisfacer las exigencias y entregas puntuales a los clientes, con el propósito de generar su lealtad con la organización.
3. Es importante que la administración de PaPer QuiM establezca alianzas con dos o tres proveedores fijos, para evitar desabastecimientos de la materia prima y continuar sin problemas con la producción estima de los productos.
4. Analizar los comportamientos del consumidor referente al producto, y así establecer estrategias de venta de acuerdo a las exigencias y expectativas de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

CHIAVENATO, Idalberto: *Gestión del Talento Humano. Tercera Edición.*

LONGENECKER G., Justin: *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS*, Editorial Edición 11.

LUSSIER, Robert – ACHUA, Christopher: *LIDERAZGO, Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades. Segunda Edición.*

MONREAL, José Luís: *DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR*, Editorial Océano Grupo Editorial S.A.

PALACIOS LÓPEZ, Livia: *CONTABILIDAD INTERMEDIA*, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.

PALACIOS LÓPEZ, Livia: *CONTABILIDAD BÁSICA*, Editorial: Ministerio de Educación y Cultura.

SANTÓN William, J.: *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*, Editorial McGraw Hill.

STEPHEN, Robbins – COULTER, Mary: *Administración. Décima Edición.*

VARELA, Rodrigo: *INNOVACIÓN EMPRESARIAL, Arte y Ciencia en la creación de Empresas. Tercera Edición.*

VARGAS CUEVAS, Luís: *PRINCIPIO DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Facultad de Ciencias Económicas.

VILLALBA, Carlos: *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

LINKOGRAFÍA

Consejos para emprender un nuevo negocio:

http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/informacion/50_consejos_para_emprendedores/consejos_para_la_gestion_empresarial

DI FONZO, María Alejandra: *RELACIONES LABORALES – La comunicación en la empresa como función estratégica.* <http://www.arearh.com>

FORMANCHUCK, Alejandro: *La comunicación también es un recurso en la empresa.* <http://rrhmagazine.com>

MCWHIRTER, John: *Facilitar el cambio en la organización.* <http://monografias.com>

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y SEGUROS: *Requisitos para formar una empresa.* <http://www.supercias.gob.ec>

TORRES ORDOÑEZ, José Luis: *Enfoque para la medición del impacto en resultado de negocios de la gestión de Capital Humano.* <http://www.monografias.com>

ANEXOS

Anexo 1: Formato de la entrevista



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO ENTREVISTA DIRIGIDA A JEFES DE PROCESO INDUSTRIAL PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN C.P.A

1. ¿Considera usted que la resina encolante tendrá aceptación en el mercado papelerero?

SI _____

NO _____

¿PORQUÉ? _____

2. ¿Cree usted que este tipo de negocio brindará ventajas a las empresas ecuatorianas productoras de papel?

SI _____

NO _____

¿PORQUÉ? _____

3. ¿Cómo afectará los altos costos de importación de la resina encolante a las industrias productoras de papel.

4. ¿Qué tipo de beneficio aportaría la contratación de servicios publicitarios a este tipo de negocio?

5. ¿Cree usted que este tipo de empresa ayudaría al nivel socioeconómico de la ciudad de Milagro?

6. ¿Cree usted que la creación de Paper Quim es un proyecto viable?

VALOR DE ESPECIE US\$ 2.00 N° 0005625

MUNICIPIO DE MILAGRO

Declaración individual del impuesto del 1.5 por mil sobre el capital en giro, de acuerdo a las disposiciones legales del decreto 193 del 17 de Nov. del 2001 de Enero 18/04.

Año 2004

SELO DEL R.U.C.

Régimen Especial para el Comercio de los Contribuyentes de Milagro

Reservado para el Municipio de Milagro

Fecha: hasta el 31 de Diciembre del 2004

Número de la Declaración

IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

01

| | | | |
|------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| 01 Apellido Paterno | 02 Apellido Materno | 03 Nombre | 04 Cédula Nacional |
| 05 Lugar de Nacimiento | 06 Fecha de Nacimiento | 07 Religión | 08 Sexo |
| 09 Dirección actual | 10 Estado | 11 No. de Teléfono | 12 Profesión |
| 13 Titular | 14 Cónyuge | 15 Antecedentes Fiscales | 16 Tipo de Propiedad |

02

IMPUESTOS A LOS CAPITALES

| Capital | Valor | Impuesto Básico | Retenido | Total |
|--------------|-------|-----------------|----------|-------|
| Propión | 01 \$ | 02 \$ | 03 \$ | 04 \$ |
| Ayuntamiento | 05 \$ | 06 \$ | 07 \$ | 08 \$ |
| Otros | 09 \$ | 10 \$ | 11 \$ | 12 \$ |
| Total | 13 \$ | 14 \$ | 15 \$ | 16 \$ |

Con pleno conocimiento de las penas por incumplimiento o falsedad declara que todas las informaciones contenidas en este formulario son verdaderas, correctas y completas.

Firma del Declarante: _____ Dirección Financiera: _____ Lugar y Fecha de Presentación: _____

TASA DE HABILITACION Y FUNCIONAMIENTO N° 0005612

MUNICIPIO DE MILAGRO

Milagro, _____ del 2004

La Dirección del DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE SALUD PUBLICA E HIGIENE en uso de las atribuciones que le concede la Ley de Régimen Municipal vigente (Art 164 y 398) extiende permiso ANUAL para que pueda funcionar el establecimiento destinado a _____

Clasificado como de _____ Categoría _____

De Propiedad _____ situado en _____

Queda obligado el propietario de este establecimiento a cumplir con las disposiciones y reglamentos pertinentes bajo el compromiso de ser sancionado hasta con la clausura en caso contrario.

Este permiso caduca el 31 de Diciembre del 2004

VALOR US\$ 2.00

SECRETARÍA GENERAL DE ADMINISTRACIÓN MILAGRO

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

SRI

NUMERO RUC: 0918305780001

APELLIDOS Y NOMBRES: SILVA JARA JOHANNA GISELLA

NOMBRE COMERCIAL: _____

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

FEC. NACIMIENTO: 23/09/1976

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 18/11/2005

FEC. INSCRIPCIÓN: 18/11/2005

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL: ACTIVIDADES DE ALQUILER DE AUTOMOVILES SIN CONDUCTOR

DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL: Provincia: GUAYAS Cantón: MILAGRO Parroquia: MILAGRO Calle: AV. LOS CHIRIQUES Número: SAN Intersección: GUAYAS Referencia: JUNTO A LA PANADERIA EL BUEN SABOR Teléfono: 083011336

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS: * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

* Las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad deben declarar impuesto a la renta siempre que sus ingresos brutos anuales superen la base mínima exonerada

* Las personas naturales que poseen ingresos anuales superiores a \$40.000 o un capital propio superior a \$24.000 están obligadas a llevar contabilidad y por lo tanto se convierten en agentes de retención.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1 CERRADOS: 0

JURISDICCION: REGIONAL LITORAL SURI GUAYAS

Firma del Contribuyente: _____ Lugar de emisión: GUAYAS (SURI) GUAYAS Fecha y hora: 18/11/2005 09:11:25

SECRETARÍA DE RENTAS INTERNAS

Cárdenas Criollo Manuel R. DELEGADO P. R.U.C. Servicio de Rentas Internas LITORAL SUR

CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

Fundada el 10 de Septiembre de 1928

Gerardo Moreno y Cía. (Asquini) Telefax: 2 970181

R.U.C. 099216180001

MILAGRO - ECUADOR

Recibo Oficial de Caja N° 0035

Fecha: _____

Recibido de: _____

| CONCEPTO | | VALOR | |
|-------------------------|-------|----------|-------|
| Cuentas Ordinarias | | | |
| Cuentas Extraordinarias | | | |
| CHEQUES NO | BANCO | CHEQUE | VALOR |
| | | | |
| | | | |
| | | TOTAL \$ | |

NOTA: Este recibo firmado por el agente autorizado, es el documento que acredita la correcta recepción de dinero en la CAMARA DE COMERCIO DE MILAGRO

SECRETARÍA GENERAL DE ADMINISTRACIÓN MILAGRO

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS
 DPTO. EMISION DE PERMISOS

PERMISO : 6594

de 2004

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO
 POR EL AÑO 2004

DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DEL GUAYAS

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

RUC. 0968513910001

DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

No. :
 FECHA:
 AÑO :
 RUC :
 HONORARIOS:
 DIRECCION:
 ACTIVIDAD:

TASA : \$
 TITULO : \$
 RECARGO : \$
 TOTAL : \$

CATEGORIA: PRIMERA

Este despacho en atención a la solicitud presentada y considerando que en el local se cumplen las disposiciones de la Ley de Defensa Contra Incendios, así como la documentación, se procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Este documento debe ser exhibido en el lugar visible y presentado cuando fuera requerido.

Abogación y Disciplina

JEFE DE PREVENCIÓN

SIEMPRE LISTOS PARA SERVIRTE MEJOR

19/03/2004 02:10:37 PM

SECRETARIA

ANEXO 3: FOTOGRAFÍAS DE VISITA A EMPRESAS





DISPROQUIN S.A.S.
Productos Químicos

Calle 99 # 10 - 66
Urbanización Paralela
Candelaria, Loja
Tel: + 572 506 0245 / 606 6366
Fax: + 572 502 0024
www.diproquin.com.ec

DISPRO AKD 18%

PAPELERA NACIONAL S.A.
GUAYAQUIL-ECUADOR

| | |
|-----------------------|--------------|
| NUMERO UN: | NO APLICA |
| No DE LOTE: | 061205610564 |
| FECHA DE FABRICACIÓN: | JUN. 28. 12 |
| CADUCIDAD: | SEP. 10. 17 |
| PESO NETO: | 1000 KG |
| PESO BRUTO: | 1055 KG |

PRECAUCION
Evitar el contacto con la piel y los ojos.
Evitar el contacto con la ropa.
Evitar el contacto con el agua.
Evitar el contacto con el suelo.
Evitar el contacto con el aire.
Evitar el contacto con la comida.
Evitar el contacto con el agua.
Evitar el contacto con el suelo.
Evitar el contacto con el aire.
Evitar el contacto con la comida.

ALMACENAMIENTO
Almacenar en un lugar fresco y seco.
Evitar el contacto con el agua.
Evitar el contacto con el suelo.
Evitar el contacto con el aire.
Evitar el contacto con la comida.

TELEFONO EN CASO DE EMERGENCIA (57 3) 606 7126 / (57 3) 543 0024









