



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base
del bagazo de caña de azúcar en El Oro**

AUTORES:

Balseca Cuesta, Rafael Alfredo

Recalde Sánchez, Angie Milena

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIEROS EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

TUTOR:

Layana Ruiz, Javier Francisco

Guayaquil, Ecuador

11 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Balseca Cuesta, Rafael Alfredo y Recalde Sánchez, Angie Milena**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

f. _____

Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Balseca Cuesta, Rafael Alfredo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2019

EL AUTOR

f. _____

Balseca Cuesta, Rafael Alfredo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Recalde Sánchez, Angie Milena**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA

f. _____
Recalde Sánchez, Angie Milena



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Balseca Cuesta, Rafael Alfredo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2019

EL AUTOR:

f. _____

Balseca Cuesta, Rafael Alfredo



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Recalde Sánchez, Angie Milena**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2019

LA AUTORA:

f. _____
Recalde Sánchez, Angie Milena

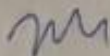
Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Tesis Balseca-Recalde.docx (D47526629)
Submitted:	2/3/2019 12:29:00 AM
Submitted By:	rafa2697@hotmail.com
Significance:	0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0



AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios por darme la sabiduría correspondiente para llevar mi ciclo universitario con responsabilidad y valentía, a no darme por vencido con cada prueba y obstáculo que tuvo este arduo camino hacia mi graduación. A mis padres por ser el pilar fundamental de mi vida, por demostrarme que todos los sacrificios que se haga por un bien mayor son necesarios; ya que la satisfacción de lograr tus metas no se compara con nada. Por enseñarme que con trabajo arduo y continuo se puede conseguir lo que te propongas. A Joselyn De Los Santos por estar siempre ahí para mí brindándome su apoyo y amor.

Gracias a mi tutor y profesores que, con sus enseñanzas y experiencias, enriquecieron mis conocimientos y como resultado de eso, se puede observar el siguiente trabajo de titulación.

Rafael Alfredo Balseca Cuesta

Quiero agradecer a Dios, por haber iluminado mi camino, y ponerme junto a las personas correctas que me permitieron llegar hasta aquí. Quiero agradecer a mi papá por entusiasmarse por este proyecto e involucrarse como parte de él, además quiero agradecerle por enseñarme a dar valor a la tierra y a las personas que trabajan en ella.

Quiero agradecer a mi mamá por ese apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida, por haber estado ahí siempre y por haberme motivado en dar lo mejor de mí. A mis profesores, especialmente a mi tutor, y a todas las personas que se involucraron en este proyecto, especialmente a los pobladores de la parroquia Curtincápac. Por ultimo quiero agradecerle a mi hermano, cuñada y sobrina por haber estado conmigo en cada paso, no solamente de este proyecto de tesis sino en toda la carrera, sin su apoyo no hubiera podido llegar hasta aquí.

Angie Milena Recalde Sánchez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mis padres que siempre estuvieron para mí cuando necesité de ellos, por hacer sacrificios para que yo pueda estudiar y culminar mi carrera universitaria, esto es por y para ellos.

Rafael Alfredo Balseca Cuesta

Quiero dedicar este proyecto de tesis a la luz mi vida, mis sobrinos, esperando que algún día alcancen el éxito y encuentren en este proyecto una inspiración para ayudar a preservar el medio ambiente, además de ayudar a las comunidades que más lo necesitan.

Angie Milena Recalde Sánchez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Knezevich Pilay, Teresa Susana, Dr.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Coello Cazar, David, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Coello Cazar, David, Mgs.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CALIFICACIÓN

f. _____

Knezevich Pilay, Teresa Susana, Dr.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Coello Cazar, David, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Coello Cazar, David, Mgs.
OPONENTE

ÍNDICE

Resumen	XIX
Abstract	XX
Introducción	2
Capítulo I:	3
Generalidades de la Investigación	3
Antecedentes Generales	3
Antecedentes de la caña de azúcar.	3
Antecedentes del papel.	4
Antecedentes de las empresas comunitarias.	6
Planteamiento del problema	8
Formulación del problema	10
Justificación	10
Justificación social.	10
Justificación científica.	10
Justificación económica.	11
Objetivos	12
Objetivo general.	12
Objetivos específicos.	12
Preguntas específicas de investigación.	13
Contexto	13
Delimitación	13
Capítulo II:	15
Fundamentación Metodología, Teórica, Conceptual y Legal	15
Bases Metodológicas	15
Método inductivo.	15
Método sintético.	15
Enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo.	16
Enfoque cuantitativo.	16
Enfoque cualitativo.	16

Bases Teóricas	17
Teoría económica evolutiva de las empresas.	17
Teoría de la mano invisible.	18
Teoría de la ventaja comparativa.	18
Teoría de la ventaja competitiva.	18
Bases Conceptuales	19
Desarrollo sostenible.	19
Análisis PESTEL.	20
Bagazo.	20
Plan de marketing.	21
Bases Legales	21
Capítulo III:	27
Plan de Marketing y Estudio de Mercado	27
Estudio de Mercado	27
Objetivo General	27
Segmentación del Mercado	27
Mercado Meta	28
Segmento de mercado.	28
Nicho de mercado.	28
Factores de Decisión de Compra	28
Factores sociales.	28
Factores culturales.	29
Factores personales.	29
Factores psicológicos.	30
Necesidades del Consumidor	30
Análisis Poblacional de la provincia de El Oro	31
Tamaño de la Muestra	32
Demanda Insatisfecha	33
Análisis Situacional	33
Análisis Externo (PESTEL)	33
Factor político.	33

Factor económico. _____	34
Factor social. _____	36
Factor Tecnológico _____	36
Factor ambiental. _____	37
Factor legal. _____	40
Análisis Externo - Competencia _____	40
Competencia Directa. _____	40
Competencia Indirecta. _____	40
Análisis Interno (F.O.D.A.) _____	41
Fortalezas. _____	41
Oportunidades. _____	41
Debilidades. _____	42
Amenazas. _____	42
Análisis Interno - Cinco Fuerzas de Porter _____	42
Poder de Negociación de los compradores. _____	42
Poder de negociación de los proveedores. _____	43
Amenazas de nuevos entrantes. _____	43
Amenaza de productos sustitutos. _____	44
Rivalidad entre competidores. _____	44
Plan de Marketing _____	44
Misión del Plan de Marketing _____	45
Visión del Plan de Marketing _____	45
Estudio de mercado _____	45
Resultados y Análisis de la Encuesta _____	45
Las 7 p's del Marketing _____	46
Producto. _____	46
Empaque. _____	47
Precio. _____	47
Plaza. _____	47
Promoción. _____	48
Personas. _____	48
Proceso. _____	48
Evidencia Física. _____	48
Publicidad _____	49

Radio.	49
Ferias y casas abiertas.	49
Afiches.	49
Redes sociales.	50
Personificación de la Marca	50
Imagen de la Marca	51
Elección Estratégica	51
Estrategia de diferenciación.	52
Estrategia de ventas.	53
Implementación Estratégica	53
Control del marketing.	53
Control de ventas.	54
Control de stock.	54
Control de objetivos de marketing.	54
Auditoria del marketing.	55
Capítulo IV:	57
La Empresa y el Proceso Técnico	57
Razón Social	57
Actividad Comercial	57
Directrices Organizacionales y Estructura	57
Misión.	57
Visión.	57
Objetivos.	58
Estructura interna.	58
Estructura organizacional.	58
Cadena de Valor	60
Documentación y Requerimientos para constitución de la empresa	60
Políticas de la empresa	61
Proceso Técnico	62
Objetivo.	62
La caña de azúcar.	63
Usos y propiedades de la caña de azúcar.	64

Producción de caña y equivalencia en bagazo. _____	65
Bagazo. _____	65
Producción de bagazo y hojas de caña disponible para materia prima. _____	66
Cantidad de hojas de caña disponibles en la zona. _____	67
Producto y Proceso de Producción _____	68
Descripción del producto. _____	68
Proceso de producción. _____	68
Cantidad de materia prima para la elaboración de una unidad. _____	70
Costo de la materia prima directa. _____	71
Proceso de logística para la obtención de la materia prima. _____	72
Planta de Producción _____	73
Ubicación de la planta. _____	73
Lay out en la planta. _____	74
Determinación de la capacidad de la planta. _____	75
Certificaciones de Calidad _____	77
Punto verde. _____	77
Sello de calidad INEN. _____	78
Capítulo V: _____	79
Estudio Financiero _____	79
Financiamiento de la Empresa _____	79
Inversión en obras civiles. _____	80
Inversión activos fijos. _____	81
Capital de Trabajo _____	82
Inversión del Proyecto _____	84
Sueldos y Salarios _____	85
Proyección de la Demanda _____	85
Balance General _____	86
Estado de Resultados _____	87
Flujo de Caja _____	88
TIR y VAN _____	89
Indicadores Financieros _____	90

ROE.	90
ROA.	90
Apalancamiento.	90
Conclusiones	91
Recomendaciones	93
Referencias	95
Apéndice	104
Apéndice A: Resultado de las encuestas	104
Apéndice B: Entrevista al representante de la comunidad	111
Apéndice C: Proyección de la Demanda de la Provincia de El Oro	116
Apéndice D: Precio del Producto y Proyección de Ventas	117
Apéndice E: Maquina Picadora	118
Apéndice F: Marmita	119
Apéndice G: Máquina de Papel	120
Apéndice H: Máquina de Empaquetado	121

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Fórmula de la población infinita. Tomado de “Población, muestra y muestreo”, Pedro Luis López – scielo.org _____	32
<i>Figura 2.</i> Inflación octubre 2018. Tomado de “Reporte mensual de inflación”, Banco Central del Ecuador _____	35
<i>Figura 3.</i> Logo del Producto _____	46
<i>Figura 4.</i> Eslogan del Producto _____	46
<i>Figura 5.</i> Redes Sociales de la Empresa Curcaña _____	50
<i>Figura 6.</i> Estructura Organizacional Empresa Curcaña _____	60
<i>Figura 7.</i> Proceso de Producción del Papel de Cocina a base de Residuos de Caña _____	68
<i>Figura 8.</i> Ubicación del terreno. Tomado de “Parroquia Curtincápac” de GoogleMaps, 2018. ____	74
<i>Figura 9.</i> Diseño Externo de la Planta _____	74
<i>Figura 10.</i> Diseño Interno de la Planta _____	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Matriz de variables de la investigación</i> _____	17
Tabla 2. <i>Presupuesto del plan del plan de marketing de la empresa Curcaña</i> _____	53
Tabla 3. <i>Cantidad de materia prima disponible en el sector para obener fibra de bagazoen estado húmedo en 2018</i> _____	66
Tabla 4. <i>Cantidad de materia prima disponible en el sector para obener fibra de bagazoen estado seco en 2018</i> _____	67
Tabla 5. <i>Cantidad de materia prima disponible en el sector de hojas de caña en 2018</i> _____	67
Tabla 6. <i>Cantidad de materia prima para fabricar una hoja de papel</i> _____	71
Tabla 7. <i>Cantidad de materia prima para fabricar una unidad de producto</i> _____	71
Tabla 8. <i>Costos de materia prima para producir una hoja</i> _____	72
Tabla 9. <i>Costos de materia prima para producir una unidad de producto</i> _____	72
Tabla 10. <i>Capacidad de la maquinaria</i> _____	76
Tabla 11. <i>Capacidad semanal de la maquinaria en kilos y unidades</i> _____	76
Tabla 12. <i>Sobrantes en kilos de la producción semanal</i> _____	77
Tabla 13. <i>Aportación de capital de los socios (primera parte)</i> _____	79
Tabla 14. <i>Aportación de capital de los socios</i> _____	80
Tabla 15. <i>Presupuesto de infraestructura</i> _____	81
Tabla 16. <i>Inversión en maquinarias</i> _____	81
Tabla 17. <i>Inversión en equipos de oficina</i> _____	82
Tabla 18. <i>Inversión muebles de oficina</i> _____	82
Tabla 19. <i>Capital de trabajo</i> _____	83
Tabla 20. <i>Inversión inicial</i> _____	84
Tabla 21. <i>Sueldos y salarios</i> _____	85
Tabla 22. <i>Proyección de la demanda de la provincia de El Oro</i> _____	85
Tabla 23. <i>Estado de situación financiera</i> _____	86
Tabla 24. <i>Estado de pérdidas y ganancias</i> _____	87
Tabla 25. <i>Flujo de caja</i> _____	88
Tabla 26. <i>Tir y van</i> _____	89
Tabla 27. <i>Tmar</i> _____	89

Resumen

Esta investigación tiene como objeto evaluar si es factible la creación de una empresa comunitaria, clasificada como cooperativa y amparada bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria, en la parroquia rural de Curtincápac, perteneciente al cantón Portovelo, con el fin de sustituir el uso de la madera como principal materia prima para la creación de papel, lo cual causa grandes daños al medio ambiente. En su lugar y basándose en los datos que se pudo recopilar en la investigación, se propone la creación de una empresa que utilice el bagazo de caña de azúcar como principal materia prima para producir papel de cocina, debido a las grandes cantidades de hectáreas de caña que se encuentran en los sectores cercanos a la planta y al desperdicio del uso de esta por parte de los dueños de las moliendas. Atendiendo también a la necesidad de la creación de fuentes de ingresos en el sector. La metodología de investigación en la que se basa este proyecto es la sintética e inductiva. Para la recolección de información se utilizó fuentes primarias y secundarias. Además, se realizó un estudio de mercado y proyecciones de la demanda ubicándola en la provincia de El Oro, por la cercanía a la fábrica y con los proveedores, en donde se pudo concluir una buena aceptación por parte de los consumidores. En este estudio también se incluye recomendaciones para que la empresa pueda crecer y diversificarse en un futuro.

Palabras Claves: Bagazo, caña de azúcar, papel de cocina, medio ambiente, empresas comunitarias, Ley de Economía Popular y Solidaria, Parroquia Curtincápac

Abstract

The purpose of this research is to evaluate if it is feasible to create a community enterprise, classified as a cooperative and protected under the Popular and Solidarity Economy Law, in the rural area of Curtincápac, belonging to Portovelo, in order to replace the use of wood as the main raw material for the production of paper, which causes great damage to the environment. Instead, and based on the data that could be collected in this research, set up a company that uses sugarcane bagasse as the main raw material to produce kitchen paper is proposed, due to the large number of hectares of cane which are found in sectors close to the factory and to the waste of the use of this by the owners of grinds. Also attending to the need to create sources and income into the sector. The research methodology in which this project is based on the synthetic and inductive. To collect information, primary and secondary sources were used. In addition, a market study and demand projections were carried out, locating it in the province of El Oro, due to the proximity to the factory and to the suppliers, where it was possible to conclude a good acceptance by the consumers. This study also includes recommendations to help the company to grow and diversify in the future.

Key Words: Bagasse, sugar cane, kitchen paper, environment, community enterprises, Popular and Solidarity Economy Law, Curtincápac Parish

Introducción

Los mejores recursos que tiene nuestro país se encuentran en la tierra y en su gente. Hoy en día los índices de pobreza especialmente en las zonas rurales son alarmantes, la única forma de impulsar y sacar adelante a estos pueblos es generando empleos, en donde todos los miembros de la comunidad tengan la oportunidad de participar, creando una economía popular y solidaria basada en valores de altruismo y cooperativismo. Por esto nace la iniciativa de crear Curcaña una cooperativa amparada en la Ley de Economía Popular y Solidaria la cual va a ser ubicada en la parroquia Curtincápac, en la parte alta de la provincia de El Oro. El cultivo de caña es uno de los principales productos agrícolas de la zona, producción que es destinada para la fabricación de jugo de caña y alcohol, el residuo de esta, llamado bagazo es almacenado en montículos a la intemperie para esperar su putrefacción. La fibrosidad del bagazo de la caña lo convierte en un buen sustituto de la madera para la producción de papel.

En el siguiente trabajo de investigación se realizará el estudio de mercado para comprobar si existe una demanda óptima en la provincia de El Oro hacia el producto que se elaborará, papel de cocina, por lo que se realizará un estudio de factibilidad, analizando el dinamismo del mercado. Así mismo, evaluando las bases financieras y legales para la constitución de la empresa. Creando alianzas entre los principales proveedores de bagazo de la comunidad que a su vez serán los mismos socios de la organización.

A través de este proyecto se intenta tomar conciencia de que Ecuador es un país rico para producir y crear fuentes de trabajo para su propia comunidad, solo hay que encender esa curiosidad que llevamos dentro para darnos cuenta que tenemos los recursos a nuestro alcance. Además de fomentar el trabajo y cooperativismo, contribuyendo así con el medio ambiente para dejar un mundo mejor a las futuras generaciones.

Capítulo I:

Generalidades de la Investigación

Antecedentes Generales

Después de muchos años de explotación ambiental, el ser humano pudo palpar las consecuencias del manejo irresponsable de los recursos de la naturaleza. Es por esto que las nuevas generaciones están haciendo conciencia, para de alguna manera disminuir y tratar de contrarrestar los daños existentes. Aquí nace el concepto de desarrollo sostenible, mismo que se cataloga como el cumplimiento de las necesidades de las generaciones que viven en la actualidad, sin perjudicar los recursos naturales y no naturales de las futuras generaciones para que puedan vivir de la misma o de una mejor manera en el futuro (Organización de las Naciones Unidas, 2015).

Asimismo, existe una gran tendencia de utilizar materiales que sean amigables con el medio ambiente o que no tengan un impacto directamente negativo a la naturaleza como es el caso del papel, el cual es un producto de un solo uso por el cual se talan millones de hectáreas en el mundo. Enfocándose en el marco del desarrollo sostenible, se buscan fibras alternativas a la madera como lo son la cáscara de banano y el bagazo de caña. La utilización del bagazo de caña para la producción de papel representa una alternativa viable a la producción de este material del país, más aún cuando Ecuador es un país netamente agrícola, con un clima privilegiado que proporciona las condiciones adecuadas para el cultivo de este producto.

Antecedentes de la caña de azúcar.

No se lo puede atribuir el origen de la caña de azúcar a un sitio en específico, ya que no existe alguna base histórica que fundamente a este cultivo a un lugar en particular, existen archivos muy antiguos que hablan de caña de azúcar en Oceanía, India y hasta en Asia. En América Latina como muchos otros cultivos fue introducido por los españoles, en donde fue traído desde las islas Canarias por Cristóbal Colón a finales del XV en donde esporádicamente se extendió por todo el centro y sur del continente (Hernández, Valencia, Toledo y Hernández, 2013). La

caña de azúcar fue muy valorada en su momento, ya que era algo nuevo en el continente y que además ofrecía características particulares. La caña de azúcar continúa siendo importante en el comercio actual por sus cualidades endulzantes, para la fabricación de azúcar, panela entre otros, que de alguna manera reemplazaron la miel que se extrae de las abejas.

Según las fuentes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2017), en Ecuador el cultivo de la caña es mayoritario en la región costa con un 83,4% de superficie plantada para la producción de azúcar, seguido por la región sierra con un 16,4%. Mientras que la superficie plantada de caña de azúcar para otros usos es mayoritaria en la región Sierra con un 57,86%, en la región Oriental es de 32,93% y en tercer lugar la región Costa con 9,19%. Este fenómeno se da ya que el tipo de caña de azúcar que se da en la costa es más idóneo para la producción de azúcar mientras que en la sierra y oriente se la utiliza para la fabricación de alcohol, entre otros. La superficie cosechada de caña de azúcar en el Ecuador en 2017 para caña de azúcar destinada a la producción de azúcar fue de 110.603 hectáreas, para otros usos fue de 16.479 dando un total de 127.082 hectáreas de caña de azúcar cosechadas en Ecuador en ese año.

Antecedentes del papel.

Desde el inicio de los tiempos, los seres humanos han tenido la misión de comunicarse y con esto transmitir el conocimiento. Con el pasar del tiempo y la evolución, el hombre creó nuevos materiales, para plasmar todos los sucesos que ocurrían, luego para dejar constancia de los hechos, para entretenimiento, para transmitir información y conocimiento, entre otros. Con esto nace lo que hoy en día conocemos como papel. “La fabricación de papel tiene su origen en China hacia el año 100 d.C.: se utilizaban trapos, cáñamo, paja y hierba como materias primas y se golpeaban contra morteros de piedra para separar la fibra original” (Teschke et al., 2008). Hasta este punto la creación de papel era totalmente diferente a la que se conoce actualmente ya que no se utilizaba la madera como tal para, sino que se utilizaban diferentes tipos de fibras.

Los egipcios también forman parte importante en la invención del papel y su evolución. Ellos experimentaron con diferentes materiales como la pasta de harina,

hojas de lino o palma y cortezas de diferentes tipos de plantas. Se considera al papiro como uno de los primeros materiales utilizados para transcripción en el antiguo Egipto, este consistía en una planta que crecía en las inmediaciones del río Nilo y en los pantanos, luego de un tiempo se detuvo la exportación de este material y se volvió popular el papel pergamino que se lo fabricaba con el cuero de los animales (Patiño, 2011). El papel pergamino era bastante costoso, entonces nació la necesidad de crear papel con otras fibras. Los europeos comenzaron a fabricar papel con algodón, utilizando el amoníaco de la orina para descomponer las partículas. Cada vez se comenzó a industrializar más el proceso del papel, hasta hacerlo accesible a los consumidores promedio. La inspiración para hacer papel a partir de la madera fue tomada de las avispas que masticaban la madera y hacían avisperos, por lo que el hombre tomó esta técnica para hacerlo de una manera mecánica, hasta perfeccionarla y así crear la industria del papel como ahora la conocemos, en donde la mayor parte de la materia prima viene de la madera (Harford, 2018).

El papel ha tenido un sin número de usos a lo largo del tiempo más que solo para escribir, se lo ha utilizado para todo tipo de cosas, como para la creación de globos herméticos que fueron utilizados durante la guerra, para la fabricación de juegos artificiales, cometas, papel origami que son bastante populares en Japón y forman parte de su cultura. También, toda la línea de papel tisúes como es el papel higiénico, pañuelos de papel, toallas húmedas, papel de cocina, que llegan a ser indispensables en el hogar. También se lo ha utilizado como un precursor del arte siendo una de las principales herramientas para muchos artistas, en el que se encuentran plasmados grandes obras. En el ámbito del entretenimiento y comercial ha servido para la creación de revistas, cartas, sobres, cestas, papel periódico, papel de empaque, envoltorios y muchos otros más (Hubbe & Bowden, 2009). Todos los usos que se le ha dado al papel han ayudado a la sociedad a facilitar el día a día.

De acuerdo a fuentes de la Confederation of European Paper Industry [CEPI] (2015), el mercado de productos de papel tisú se encuentra en crecimiento constante, en 2014 fue de 33.5 millones de toneladas, siendo Norte América el mayor consumidor con el 25.7%, seguido por Europa con 19.2% y por Sur América con el 11.2%. En cuanto a la demanda de los productos tisú en Sur América es buena, ubicando a Brasil como el primer consumidor de productos tisú con el 30%, seguido

por México con el 27%, y por Argentina con el 8%. El mercado de productos tisú en América del Sur es un mercado que ha ido aumentando su demanda, ya que el nivel socioeconómico de las familias y la nueva era de la modernidad hace que las personas busquen productos que agilicen los procesos diarios, buscan la comodidad y productos que se adapten a sus necesidades.

Antecedentes de las empresas comunitarias.

En el mundo existen diferentes grupos o comunidades, alejados de la vanguardia de las grandes ciudades y del desarrollo tecnológico, que viven a través de sus propios modelos económicos.

Los distintos actores que promueven experiencias de economía alternativa al modelo capitalista privado y al modelo público estatal se reconocen a sí mismos a través de conceptos históricamente instituidos como el cooperativismo y el asociativismo popular, junto a expresiones más recientes como economía social, economía solidaria, economía del trabajo (Ruiz & Lemaître, 2016, p. 283).

Actualmente se está reconociendo estas formas asociativas de intercambios económicos al panorama comercial mundial, al crear leyes, reglamentos, institutos que ayuden a regular las actividades y a ofrecerles una mayor apertura al intercambio de bienes y servicios, con mejores oportunidades.

Las economías sociales y comunitarias, aunque parecieran creaciones modernas, no son más que una expresión más de nuestras raíces. Algo que llevamos arraigados en nuestros orígenes a través de las culturas que nos presidieron. “Varias investigaciones permiten afirmar que entre las primitivas poblaciones indígenas de América existían ciertas formas de trabajo de la tierra que podían considerarse como precursoras del actual cooperativismo agrícola y pecuario, y de las modernas asociativas de producción” (Murcia, 1985, p.15). Las culturas autóctonas del continente americano se caracterizaron por tener un profundo respeto a la naturaleza y a la vida. Formaba parte de su cultura vivir en grupos y trabajar en conjunto, característica que la podemos ver hasta el día de hoy en los pueblos indígenas de nuestro país, especialmente en la parte amazónica.

En cuanto a referentes históricos, el pueblo Inca es un gran ejemplo de lo que es una cultura asociativa, en donde la comunidad trabajaba para beneficio del pueblo y no con deseos individualistas. El pueblo trabajaba en conjunto, en la agricultura para alimentar a la comunidad, construyendo viviendas para los recién casados, abriendo caminos para comunicarse con los demás pueblos, etc. En estos pueblos cada persona tenía una responsabilidad que debía ser cumplida, las responsabilidades dependían del rango de edad y no se permitía la ociosidad, vagancia o negligencia, esto podía ser castigado hasta con la muerte (Villarreal, 2004).

Los sistemas implementados por los Incas se siguen utilizando en la actualidad, aportándole bases modernas, estos son la supervisión del personal, donde los incas asignaban a una persona que vigile a cierto de grupo de trabajadores, y además este tenía un supervisor. También que el trabajo se haga de manera correcta y en el tiempo determinado, el pago de tributos y los inventarios, en donde los Incas administraban un sistema minucioso en el cual tenían registrado todas las operaciones de intercambio o pago de tributos, en donde no se les pasaba nada por alto. Aquí también nace el término “minga” que se refiere a trabajos asociativos, donde todos los miembros de la comunidad se ayudaban mutuamente en diferentes tareas (Villarreal, 2004). Actividad que se sigue realizando hoy en día, pero se orienta más a fines de mantener limpia la comunidad.

Las empresas comunitarias tienen sus propias especificaciones, por lo que es importante entender su definición para así poder conservar la esencia por la que fueron creadas. Suárez (1978) afirma:

“Una forma asociativa de producción en la cual las cuotas de capital y trabajo se hacen en términos iguales por las mismas personas, las cuales son copropietarias de las utilidades de reserva y capitalización y asumen por igual las responsabilidades de gestión, administración y trabajo” (p. 8).

Una de las ventajas de las empresas comunitarias es que el ambiente laboral se basa en la igualdad, ya que no existe una relación jefe y empleado, todos trabajan en igualdad de condiciones.

Las sociedades comunitarias han existido en el territorio ecuatoriano desde hace mucho tiempo, con las tribus indígenas y siguen existiendo hasta el día de hoy. El primer antecedente de asociaciones de personas en Ecuador viene por iniciativa de la iglesia católica para ayudar a la clase obrera. Por parte de las asociaciones campesinas el primer precedente asentado en la historia ecuatoriana, data a los años 20 donde después de muchas injusticias, los indígenas decidieron unirse para hacer valer sus derechos, luchando especialmente por el manejo y control de las tierras. Para hacer una voz más fuerte comenzaron a formar sindicatos, que los representen y exijan sus derechos. Estos sindicatos en sus inicios representaban a toda la comunidad indígena, campesina y a trabajadores agrícolas, formando así el sindicato agrario (Negreiros, 2008). Con el paso del tiempo estos se han ido segmentando, y con esto han nacido un sin número de asociaciones y sindicatos. Ya que se dieron cuenta que la unión hace la fuerza, y que trabajando en conjunto lograrían mayores objetivos que trabajando individualmente.

Uno de los ejemplos más reconocidos a nivel nacional e internacional es el caso de la economía solidaria de la parroquia Salinas del cantón Guaranda, provincia de Bolívar. Esta resulta ser una inspiración para todos los pueblos rurales. Este proyecto empezó desde 1972, en donde el pueblo de Salinas se unió para lograr que las minas de sal pasen a formar parte de la comunidad, dejando de ser posesión de los terratenientes extranjeros, en este proceso fundaron una cooperativa de ahorro y crédito, con el fin de poder financiarse de alguna manera. No les fue muy bien con el negocio de la sal, ya que esta, no se encontraba en su mejor momento en la historia de la economía, por diversas razones. El pueblo se encontraba devastado y endeudado. Es aquí que, por la iniciativa de misiones, especialmente de un sacerdote italiano, nace la idea de crear pequeñas empresas entre los miembros de la comunidad, con la diferencia que no se iba a vender materias primas más bien, se les iba a dar un valor agregado a los productos (Villafuerte, 2016).

Planteamiento del problema

La deforestación y la tala indiscriminada de árboles es una problemática que afecta al mundo entero, siendo los árboles el pulmón del mundo donde habitan millones de especies. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la

Agricultura (FAO, 2015), señala en su artículo, se han talado más de 129 millones de hectáreas de árboles desde 1990 alrededor del mundo, en donde 2 millones pertenecen a América del Sur. Las causas para la deforestación en su gran mayoría han sido el crecimiento de la población en conjunto con la necesidad de crear fuentes de trabajo, como la agricultura, ganadería y la más destructiva como lo es el desarrollo de la industria para la creación de productos derivados de la madera. Los principales problemas de la deforestación que afectan al planeta son la pérdida de biodiversidad, destrucción de ecosistemas, cambio climático, contaminación ambiental, pérdida de identidad, entre otros.

Más de 74 mil hectáreas de bosques han sido taladas en nuestro país por diferentes motivos, uno de ellos para la producción de papel en todos sus derivados. Como sustituto a la madera existen diferentes tipos de fibras que sirven perfectamente para la creación de papel y que no causan impactos negativos al medio ambiente. Este es el caso de la caña de azúcar, en donde centenares de hectáreas de caña son utilizados para la creación de azúcar, alcohol, entre otros en el territorio nacional. En donde el bagazo resultante de este, se almacena en grandes campos o bodegas, hasta esperar su putrefacción, ya que se lo considera inservible, lo que atrae plagas, que afectan a los propios sembríos, y, además, ocupando gran cantidad de espacio que podría ser utilizado para otras tareas, como el cultivo mismo. (FAO, 2015, 26).

La mayoría de estas plantaciones se encuentran en zonas rurales. En donde el problema principal es la falta de fuentes de trabajo que generen un ingreso digno. Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2015), el 73,4% de la población rural en Ecuador se encuentran ejerciendo un trabajo inadecuado, considerándose un tipo de subempleo en donde las personas trabajan más de 40 horas a la semana y reciben un ingreso menor al salario mínimo. Este es un fenómeno que provoca que, aunque en las zonas rurales la tasa de desempleo es la más baja, ya que la mayoría de las personas se dedican a la ganadería o a la agricultura, hace que las personas generen ingresos básicos para sobrevivir el día a día, es decir la cantidad de dinero que la mayoría de los pobladores rurales perciben resultado de su faena no compensa el tiempo y esfuerzo invertido en comparación con la media nacional.

Formulación del problema

¿Es factible la creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro?

Justificación

Justificación social.

El propósito de esta investigación es buscar una alternativa amigable con el medio ambiente a la producción de papel en el Ecuador, ayudando así a la protección de los bosques y ecosistemas de nuestro país. A la vez darle uso a una fibra considerada basura por los ingenios y cañicultores, incentivando el reciclaje creando una alternativa innovadora a la producción de papel. Ayudando de esta manera a la creación de una empresa comunitaria en la parroquia Curtincápac del cantón Portovelo provincia de El Oro, ofreciendo un nuevo ingreso para las familias incentivando el emprendimiento y las buenas prácticas ambientales.

Justificación científica.

Cifras reveladas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2010). El 20,4% de la población de la provincia de El Oro trabaja en posición de jornalero o peón ubicándose en tercer lugar luego de los trabajadores de cuenta propia y los empleados privados. Por otro lado 3,1% se dedican a actividades netamente relacionadas con la agricultura. Los habitantes del sector rural del cantón Portovelo representan el 26,2% de la población en donde la segunda actividad más realizada es la agricultura con un 18,3%, seguido de la ganadería, silvicultura y pesca, antepuestas por la explotación de minas y canteras con un 36,5%. El sustento de las familias del sector rural de esta zona gira básicamente entorno a la agricultura, siendo este el menos remunerado (SENPLADES, 2014).

Los ingresos de la parroquia Curtincápac son principalmente la agricultura seguida por la ganadería y en pequeña proporción la explotación de recursos como la minería. El principal producto agrícola que se destaca en la región es la caña de Azúcar. Banco Central del Ecuador (2016), “en los cantones de Zaruma, Portovelo y Atahualpa, se produjo más de 25 Tm\ha de caña de azúcar en

2015”, producción que es netamente de pequeños cañicultores, ya que no existen ingenios en esta zona del litoral. Los cañicultores utilizan la caña para la producción de diferentes productos de manera artesanal, para luego almacenar el residuo de esta en parcelas cerca de la molienda creando grandes montículos.

El pueblo sigue creciendo, la población aumentando y los ingresos bajando, ya que las nuevas generaciones no están interesadas en trabajar en el campo por eso la iniciativa de crear un proyecto que involucre a la comunidad especialmente a los jóvenes y así crear una fuente de trabajo que vincule la actividad en la que ellos se especializan como es la agricultura, además brindar los conocimientos técnicos y especializados, integrando a todos los miembros de la comunidad que muestren interés en el proyecto dando prioridad a la gente joven para que no necesiten salir a ciudades grandes para encontrar oportunidades laborales.

Justificación económica.

La pobreza es un problema social por el cual están atravesando millones de personas alrededor del mundo por diferentes circunstancias. Narayan (2000) citado en Aguado y Osorio (2006), señala “La evidencia disponible sugiere que la pobreza es un fenómeno social polifacético. Las definiciones de la pobreza y sus causas varían en función del género, la edad, la cultura y otros factores sociales y económicos” (p.27). La pobreza trae consigo un sin número de problemas que afectan a toda la sociedad como lo son la delincuencia, adicciones, sobrepoblación, entre otros. Se sugiere que hay distintos puntos de vista a cerca de la pobreza dependiendo de qué punto se lo aborde. Cada país trata de llevar un índice para poder valorar y hacerle frente a este problema social. Acabar con la pobreza es la campaña de muchos políticos. Pero la única manera de acabar con la pobreza es generando fuentes de empleo.

En nuestro país las cifras de pobreza cada vez son más alarmantes. Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2018), en el presente año el índice de pobreza es de \$84,72 mensuales, mientras que la pobreza extrema comprende \$47,74 mensuales valores que se viene dando por persona. En donde la pobreza a nivel urbano es del 15,9%, mientras que en el área rural es del 43,0%. Estas cifras revelan la realidad de nuestro país, en donde básicamente se debe a la

falta de empleo, falta de iniciativa del sector rural para generar empleos por ellos mismos, acompañada con la recesión en la economía mundial, con problemas de políticas económicas y a la vez el papel del dólar, que algunas veces nos da una ventaja, pero otras veces nos perjudica. Este es el caso de los empresarios que prefieren poner las instalaciones en países en donde la mano de obra sea más barata, acabando con la opción de generar empleos en el país incrementando los índices de pobreza.

Según investigaciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2016), el 99% de las empresas en Ecuador en el 2016 se encuentran catalogadas en la categoría de PYMES, estas se clasifican en micro, pequeñas y medianas empresas, divididas por el número de empleados y el ingreso de las mismas, además de otras especificaciones. Las PYMES en el Ecuador nacen de pequeños emprendimientos, aprovechando ideas nuevas e innovadoras, otras son herencia familiar. Estas aportan muchos beneficios a la economía del Ecuador. Jácome y King (2013) citado en Ron y Sacoto (2017) afirman: “es generadora de empleo ya que abarca un 70% de la Población Económicamente Activa [PEA] del país. En Ecuador, el 39% de los empleos son generados por microempresas, mientras que el 17% a pequeñas y 14% a medianas”. Las PYMES son las que generan más de la mitad de los empleos en Ecuador y son la base fundamental que alimenta la economía. Por lo general la mayoría de las empresas empiezan siendo Micro y dependiendo de la demanda y del manejo de estas van ascendiendo de categoría. En el Ecuador se le debe apostar al emprendimiento, agregarles valor a las materias primas, y ayudar a que la economía se mueva.

Objetivos

Objetivo general.

Analizar si es factible la creación de una empresa comunitaria para la producción del papel de cocina a base de bagazo de caña de azúcar en la provincia de El Oro en el año 2019.

Objetivos específicos.

- Implementar bases teóricas y conceptuales que sustenten la investigación.

- Estructurar legal y administrativamente la empresa comunitaria.
- Planificar el diseño y componente para la fabricación del papel de cocina.
- Analizar el mercado y planificar estrategias de marketing.
- Determinar la factibilidad del proyecto para identificar si es posible la creación de la empresa comunitaria mediante un análisis financiero.

Preguntas específicas de investigación.

- ¿Cuáles son las bases teóricas y conceptuales, aplicables al proyecto de investigación?
- ¿Cómo se va a constituir la empresa comunitaria y en qué bases legales se va a fundamentar?
- ¿Cuál será el proceso de producción del papel de cocina?
- ¿Cuáles son las características del mercado y qué estrategias de marketing serán aplicadas?
- ¿Cuáles son los costos en que incurrirá el proyecto y cuáles son los beneficios de este?

Contexto

El trabajo consiste en crear una empresa comunitaria con los pobladores del sector Curtincápac, que es una parroquia rural del cantón Portovelo, ubicado en la parte alta de la provincia del El Oro al Sur del país, en donde se utilizará los residuos de la caña de azúcar para la fabricación de papel de cocina, en una planta que estará ubicada en el mismo sector, que va a satisfacer la demanda de la provincia de El Oro.

Delimitación

Delimitación de Segmento: Miembros de la comunidad de la parroquia Curtincápac que estén interesados en el proyecto.

Delimitación de espacio: Comunidad de la Parroquia Curtincápac, cantón Portovelo, Provincia de El Oro.

Delimitación de tiempo: El periodo de investigación se encuentra dentro del año 2018 y 2019.

Delimitación de la Producción: Se realizará de manera nacional, ya que la cantidad obtenida de materia prima de los cañicultores de la zona no alcanza para ampliar el proyecto internacionalmente, y el tiempo estimado será de 1 año, en el cual se va a percibir la acogida del producto en las zonas cercanas, ubicando la planta en la parroquia Curtincápac.

Delimitación del Mercado: El mercado en el cual estará enfocado este proyecto es la ciudadanía de la provincia de El Oro.

Capítulo II:

Fundamentación Metodología, Teórica, Conceptual y Legal

Bases Metodológicas

Método inductivo.

Es un método muy usado en las investigaciones científicas, su término se lo conoce gracias a Francis Bacon, quien determinó que antes de establecer una hipótesis sobre un acontecimiento, primero se debe observar detenida y específicamente todos los sucesos que se dieron con antelación, para de esta manera poder determinar qué fue lo que ocurrió con exactitud. Refuta de una manera agresiva la sola decisión de expertos referentes a la materia, deja que el investigador haga su trabajo mediante una buena observación del panorama, para luego proceder con la formulación de una hipótesis, su respectiva verificación, y por último la demostración como tesis, ley y teoría, respectivamente.

Pero no todo método es perfecto, para realizar una buena inducción se debe observar el pasado, presente y futuro, lo cual es denominado como inducción perfecta, pero es poco factible saber lo que pasará en un futuro, es por esto que surgieron las inducciones imperfectas, que tratan de ayudar al investigador, tomando una pequeña muestra de la población, analizando sus hábitos (pasado y presente), para así deducir de lo que es típico del grupo en su totalidad, así el investigador tendrá una idea de los hábitos de la totalidad de la población en su investigación y podrá realizar una hipótesis más apegada a la realidad (Newman, 2006).

Método sintético.

El método sintético nos permite reunir todas las diferentes partes de la investigación para poder estudiarlos en conjunto. Ya que se busca evaluar el caso de la creación de una empresa comunitaria y además la viabilidad de producir y vender papel de cocina. En donde las diferentes variables constituyen el ámbito legal, social, ambiental y económico, por lo que se busca estudiar su factibilidad en conjunto. Se va analizar todos los aspectos constitucionales para la creación la empresa,

estructurales en el ámbito de las instalaciones, maquinarias y herramientas, estudio de la demanda, logísticos, plan de marketing, estrategias de promoción y financieros. Con la finalidad de llegar al mercado generando ganancias y ayudando a la comunidad a disminuir los índices de la pobreza (Bernal, 2015).

Enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo.

Enfoque cuantitativo.

Se utilizará el enfoque cuantitativo para medir las variables económicas y financieras, y además se utilizarán índices estadísticos para la realización de proyecciones. Se analizarán cifras y se realizarán gráficos. En cuanto a la investigación se colectarán datos primarios con la realización de encuestas (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

Enfoque cualitativo.

Se analizarán y se interpretarán todos los datos obtenidos de las fuentes determinadas. Se realizarán entrevistas a profundidad con los miembros de la empresa comunitaria para obtener las diferentes perspectivas y además poder saber la postura de cada uno de los miembros. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

El tipo de muestreo que se empleó es probabilístico estratificado; ya que se dividió a la población en grupos específicos, se los agrupó en familias tomando en cuenta el poder adquisitivo y la clase social a la cual pertenecen. Para poder recolectar la información se elaboraron encuestas y entrevistas, de manera presencial y de manera electrónica para la facilidad en la obtención de información. Las encuestas se las realizó en el mes de diciembre, de manera electrónica los primeros días del mes y de manera presencial las dos últimas semanas del mismo mes.

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Matriz de Variables de la Investigación

Objetivos Específicos	Método	Enfoque	Fuente	Herramientas
Implementar bases teóricas y conceptuales que sustenten la investigación.	Sintético, Inductivo	Cualitativo	Secundaria	Bibliografías
Estructurar legal y administrativamente la empresa comunitaria.	Sintético, Inductivo	Mixto: Cualitativo-Cuantitativo	Primaria y Secundaria	Bibliografías, entrevistas
Planificar el diseño y componente para la fabricación del papel de cocina.	Sintético, Inductivo	Mixto: Cualitativo-Cuantitativo	Secundaria	Bibliografías
Analizar el mercado y planificar estrategias de marketing.	Sintético, Inductivo	Mixto: Cualitativo-Cuantitativo	Primaria y Secundaria	Bibliografías, encuestas, focus groups
Determinar la factibilidad del proyecto para identificar si es posible la creación de la empresa comunitaria mediante un análisis financiero.	Inductivo	Mixto: Cualitativo-Cuantitativo	Primaria y Secundaria	Bibliografías, encuestas, índices, entrevistas

Nota: Adaptado de “Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales”, por Bernal, 2010.

Bases Teóricas

Teoría económica evolutiva de las empresas.

Esta teoría es un avance de la teoría económica neoclásica propuesta por uno de los mayores referentes de la escuela neoclásica Alfred Marshall, en lo que se fundamenta esta nueva teoría es en las rutinas que existen en una organización, las rutinas son las responsables y los principales agentes para la búsqueda eficaz a la solución de problemas, estas son ricas en conocimiento, mismo que lo generan los individuos que conforman la empresa, debido, a que en el día a día de sus operarios surgen nuevos acontecimientos que les permiten mejorar sus actividades o darse cuenta si en algún momento hicieron algo que no debían. Es por esto que el conocimiento que posee una entidad es más rico que el de cada uno de sus empleados; ya que, permite compactar los sucesos de cada uno de sus trabajadores para así generar una base de conocimientos que la empresa obtendrá para convertirlo en una de sus fortalezas (Morales Sánchez, 2009).

Hace una comparación entre las rutinas de la empresa con las habilidades de cada uno de su personal, tomando como referencia a que la organización se nutre de todo lo que sus empleados le puedan brindar para así marcar una ventaja competitiva dentro de la misma, especializándose en los diferentes departamentos que la componen, como: producción, ventas, servicio al cliente, etc.

Teoría de la mano invisible.

Esta teoría fue propuesta por Adam Smith, pero en la actualidad los economistas la usan y la desarrollan en el día a día, además de los nuevos conocimientos que sirven para perfeccionarla. Nos indica que los individuos al tratar de satisfacer sus intereses, crean la satisfacción de la sociedad, se dejan llevar por una mano invisible que promociona el libre mercado. Propone que el mercado debe ser autorregulado sin la intervención de los poderes políticos ni gubernamentales, para que así buscando los mejores beneficios para la satisfacción de sus propios intereses, se encontrará el alcance del bienestar para la sociedad de manera intrínseca; ya que, el mercado siguiendo sus propios caminos, entre oferta y demanda, es el único que podrá descubrir el máximo bienestar para sus participantes, encontrando un equilibrio justo y un precio razonable para los mercados. Tomando en cuenta que habrá momentos buenos y malos, pero los interesados en el mercado notarán cuando tomar la decisión de seguir participando o dejarlo por el alza y baja de sus precios (Krugman & Wells, 2008).

Teoría de la ventaja comparativa.

Propuesta por David Ricardo, es la pionera para el comercio internacional; ya que, indica que un país debe especializarse en la producción de un bien, optimizando la mayor cantidad de recursos y disminuyendo en su totalidad los costos de producción, para así obtener un factor diferenciador en relación a los productos del resto del mundo, alcanzando de esta manera un aumento total en su producción, beneficiando al país productor en sus negocios internacionales (Ricardo, 1817).

Teoría de la ventaja competitiva.

El término competitividad, mismo que fundamenta esta teoría, es el causante de establecer el éxito o fracaso de una compañía, al proponer que una empresa debe

obtener una ventaja competitiva frente al resto de sus competidores, algo que la diferencie del resto, para así poder ser líder en el mercado, obteniendo una sostenibilidad, duradera en el tiempo. La ventaja competitiva permite a las compañías diferenciarse del resto en lo referente a los bajos costos o si es que la compañía tiene un factor diferenciador, sea este en cualquiera de sus departamentos o alguna característica de sus productos. Se dice que una empresa posee una ventaja competitiva, cuando el consumidor final es consciente de ello y a su vez queda demostrado, siendo líder en el mercado frente a sus competidores (Porter, 2009).

Bases Conceptuales

Desarrollo sostenible.

El término sostenibilidad tiene muchos enfoques en la actualidad, pero ninguno de ellos deja de lado su base, que es disfrutar de las actividades que realizan los seres humanos, teniendo cuidado del ambiente y entorno en el que se desarrollan para no comprometerlo en un futuro (Arriols, 2018). La sostenibilidad no solo tiene un enfoque hacia el medio ambiente, sino también, posee ciertos criterios que van relacionados al ámbito social y económico, básicamente en el entorno de la sociedad, por este motivo se tienen los siguientes tipos de sostenibilidad:

- **Sostenibilidad Ambiental:** trata de establecer parámetros entre las actividades que el hombre realiza y el medio ambiente, para que así dichas actividades no se conviertan en un factor determinante para la destrucción del ecosistema. Para que de esta manera la relación hombre – medio ambiente sea duradera y no pierda valor en el tiempo, en pocas palabras sea una relación sostenible. Se podrá decir que existe un desarrollo sostenible ambiental en una actividad, cuando esta posea un impacto negativo hacia el medio ambiente en menor cantidad para la destrucción del mismo, como, por ejemplo: ahorro de agua, luz, no emitir gases tóxicos, llevar un control de los desechos producidos, entre otros.
- **Sostenibilidad Social:** depende de las relaciones que existan en una comunidad o grupo social refiriéndose a las actividades que estos realizan para su supervivencia. Trata de mejorar la calidad de vida de las personas y que dicha relación se mantenga a lo largo en el tiempo para que la comuna

pueda obtener ingresos de una manera justa sin beneficiarse ni aprovecharse del resto de la comunidad, más bien, sea un ejemplo para el desarrollo social de las personas que pertenecen a la comunidad. Un claro ejemplo es la elaboración de artesanías y la agricultura, dentro de las clases sociales rurales, ya que ellas son especializadas en la elaboración y desarrollo de estas tareas.

- **Sostenibilidad Económica:** se basa fundamentalmente en las actividades económicas que una sociedad realice para su desarrollo, va muy de la mano con la sostenibilidad social, ven por el bienestar de la comunidad, si la/as actividad/es que un pequeño grupo de personas realizan sirven para generar fuentes de trabajo o para el bien común, en ese conjunto de personas existe sostenibilidad económica, sin olvidarse que para ser sostenible tiene que perdurar en el tiempo.

Para que una sociedad pueda alcanzar el desarrollo sostenible, en primer lugar, toda clase de actividades que realice debe tener un valor en el tiempo a largo plazo, sin perjudicar las relaciones en el ámbito: ambiental, social y económico, que son los pilares elementales de la sostenibilidad, estas tres etapas tiene una relación interdependiente, que una depende de la otra, van muy de la mano para que se pueda realizar un desarrollo sostenible eficaz y así una sociedad posea una mejor calidad de vida.

Análisis PESTEL.

Este análisis es una herramienta que ayuda en la elaboración de proyectos para ver su factibilidad, analizando los entornos de la industria, o del país en donde se creará la compañía. Los entornos que analiza son: Político, Económico, Social – Cultural, Tecnológico, Ambiental y Legal, dando así un mejor panorama del ambiente donde se dará marcha al proyecto (Montoya, Martínez, & Peralta, 2005).

Bagazo.

El bagazo son los residuos de la caña de azúcar, que quedan al momento de su extracción en las azucareras, poseen fibras que pueden ser utilizadas para la elaboración de productos, como el papel, así mismo es un recurso que no se utiliza

muy a menudo y puede reemplazar varios elementos en las cadenas de producción, ocasionando un impacto positivo al medio ambiente (Aguilar, 2010).

Plan de marketing.

Es una herramienta que ayuda a las empresas a establecer metas y objetivos, para de una u otra forma poder alcanzar mediante estrategias y tácticas el posicionamiento deseado de la marca en el mercado. Permite analizar el ambiente interno como externo de la compañía, sus canales de distribución, la promoción de sus productos, el contacto que tiene con sus clientes, ve más allá al tratar de establecer claramente sus fortalezas y debilidades, tener planes de acción ante posibles amenazas, aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado. Pero para que esto tenga éxito se debe planificar, organizar, distribuir y controlar el plan de acción a tomar por el bien de la organización (Hoyos, 2016).

Bases Legales

De acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria, misma que regula el tipo de empresa del cual se desarrollará en el presente proyecto, la constitución, organización, estructura, repartición de bienes y las actividades que una empresa comunitaria puede elaborar en el territorio ecuatoriano son (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2012):

Cap. 1, Art. 1: Se entiende por economía popular, el conjunto de organizaciones dedicadas a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para la subsistencia de quienes la practican.

Cap.1, Art. 2: Son formas de organización económica sujetas a la presente ley las siguientes:

c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que se asocian libremente para fusionar sus recursos y capacidades, con el fin de producir, abastecerse o comercializar en

común, distribuyendo equitativamente los beneficios obtenidos entre sus miembros, tales como las microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, asociaciones de consumidores, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo;

Cap.1, Art. 3: Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- b) Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- f) La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Cap. 1, Art. 12: Únicamente las formas de organización económica sujetas a la presente Ley, podrán utilizar en sus denominaciones las palabras organización comunitaria, organización asociativa, cooperativa o abreviaciones y logos que las identifiquen como tales.

Cap. 1, Art. 18: Las organizaciones económicas del sector comunitario, no requieren personalidad jurídica para su funcionamiento, sin embargo, para acogerse a la presente ley, se registrarán en el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento General de la misma.

Cap. 1, Art. 21: El fondo social de las organizaciones económicas del sector comunitario, será variable y estará constituido por los aportes de sus miembros, efectuados en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno, aportes que serán retribuidos en la forma y condiciones resueltas libremente por dichos órganos.

Cap. 2, Art. 41: En caso de fallecimiento de un socio, podrá mantener esa calidad, una comunidad de bienes pro indiviso, representada por un administrador común y por un tiempo no mayor a un año, a menos que, un heredero, reuniendo los requisitos para tener la calidad de socio y teniendo la aceptación expresa de los restantes herederos, sea aceptado por el consejo de administración, en cuyo caso, no cancelará cuota de ingreso y asumirá los activos, pasivos y capital del causante.

Cap. 2, Art. 42: Los socios que incumplan con las obligaciones o incurran en las infracciones constantes en la presente Ley o el Estatuto, podrán ser sancionados por la cooperativa, con amonestación, multa, suspensión de derechos o exclusión, mediante resolución tomada en votación secreta, según la gravedad de la falta y conforme con el procedimiento que constará en el Estatuto de la Cooperativa.

Cap. 2, Art. 44: La Asamblea General, es la máxima autoridad de la cooperativa y estará integrada por todos los socios activos, que tendrán derecho a un solo voto, sin considerar el valor o monto de sus aportaciones. Resolverá los asuntos de importancia y establecerá las reglas generales para el funcionamiento de la organización. Sus decisiones obligan a todos los socios presentes o ausentes y a los órganos de la cooperativa, siempre que no sean contrarias a la presente Ley, su Reglamento General y el Estatuto de la cooperativa.

Cap. 2, Art. 46: El Consejo de Administración es el órgano de dirección, regulación interna y fijación de políticas administrativas y financieras, integrado por vocales socios, elegidos en Asamblea

General mediante votación secreta, que podrán ser reelegidos, en forma inmediata, por una sola vez y cuyo número y requisitos, se determinarán en el Reglamento General.

Cap. 2, Art. 49: El Gerente es el administrador general, representante legal, judicial y extrajudicial de la cooperativa. Será elegido por el Consejo de Administración, por tiempo indefinido, pudiendo ser removido, en cualquier tiempo y por la sola voluntad del Consejo de Administración o de la Asamblea General.

Cap. 7, Art. 127: Las organizaciones comunitarias, asociativas y cooperativas, están exentas del Impuesto Predial sobre los bienes inmuebles de su propiedad y del Impuesto a las patentes municipales, en el ejercicio de las actividades económicas y de comercio en que ellas emprendan, así como también del pago de los tributos municipales de cualquier naturaleza o denominación, que graven la compraventa de bienes inmuebles, cuando éstos sean adquiridos para el cumplimiento de su objeto social.

Las organizaciones comunitarias, asociativas y cooperativas estarán exentas total o parcialmente, y de acuerdo a su actividad y ubicación geográfica, de impuestos Provinciales o Nacionales, así como gozar de tratos arancelarios preferentes, por períodos establecidos en las resoluciones respectivas.

Según el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión en el Capítulo 1, en lo referente a las Normas Generales sobre Incentivos y Estímulos de Desarrollo Económico, específicamente en el Art. 24 nos dice (Asamblea Nacional, 2010):

Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases:

1. Generales: De aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional. Consisten en los siguientes:

- a. La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
- b. Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;
- c. Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción ecoeficiente;
- d. Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;
- e. Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;
- f. La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;
- g. La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- h. La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;
- i. La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

Mediante la Ley de Propiedad Intelectual se protegerá la razón social de la empresa próxima a constituirse, además de la marca que se le otorgará al producto final para su venta al consumidor final, mismo que nos dice (Instituto de Propiedad Intelectual, 2006):

Art. 216.- El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones que signifiquen modificaciones o alteraciones secundarias del signo registrado.

Art. 217.- El registro de la marca confiere a su titular el derecho de actuar contra cualquier tercero que la utilice sin su consentimiento y, en especial realice, con relación a productos o servicios idénticos o similares para los cuales haya sido registrada la marca.

Art. 229.- Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230.- El nombre comercial será protegido sin obligación de registro.

Para que una empresa pueda ejercer sus actividades con normalidad deberá cumplir con ciertos permisos que las municipalidades de cada ciudad solicitan. Entre ellos tenemos los principales permisos como, uso de suelos, permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos, entre otros.

Cap. 3 Art. 9.- Las municipalidades no deberán aprobar los planos de estos establecimientos, sin haber obtenido previamente el visto bueno del Cuerpo de Bomberos (Benemérito Cuerpo de Bomberos, 2015).

Cap.3 Art. 77.- En el título IV podemos observar que la habilitación del suelo es el proceso dirigido a la transformación o adecuación del suelo, y es requisito previo indispensable para el otorgamiento de un permiso o autorización de edificación o construcción (Asamblea Nacional, 2016).

Capítulo III:

Plan de Marketing y Estudio de Mercado

Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado pretende analizar la oferta y demanda del producto a base de residuos de caña en la provincia de El Oro. Además de analizar todos los factores necesarios, que permiten que un nuevo producto ingrese a un mercado. Con esto se estudiará las preferencias de los consumidores, además de la demanda actual de la provincia, resaltando los beneficios del producto, utilizando medios tradicionales y no tradicionales para la promoción del mismo.

Objetivo General

Analizar el comportamiento del consumidor orense al momento de adquirir productos para la limpieza de la cocina y la absorción de líquidos, que a su vez sean hechos a base de materiales alternativos. Además de diseñar un plan de marketing para insertar y promocionar papel de cocina a base de residuos de caña en la provincia de El Oro.

Segmentación del Mercado

Existe una tendencia, la cual indica que los jóvenes ecuatorianos se independizan de sus padres y buscan formar un hogar a los 30 años, pero en las grandes ciudades debido a la migración; ya sea por estudio o trabajo, se rompe esta tendencia; debido a que los jóvenes mayoritariamente de 18 años viven solos y esto genera las necesidades que un hogar común requiere, como productos de limpieza, cocina, etc. (El Telégrafo, 2015).

En consecuencia, esta ideología se propone segmentar el mercado en familias, pero específicamente las familias que habitan en la provincia de El Oro, ciertamente se tomó esta población porque Curcaña es una empresa nueva en el mercado y sus instalaciones se encontrarán en una parroquia del cantón de Portovelo, lo que indica que en primer lugar el mercado meta se encuentra en esta provincia.

Ecuador al 2018 cuenta con 17'023.408 millones de habitantes, a pesar que en la provincia de El Oro solo hay 698.545 mil ciudadanos. Lo que representa el 4,10% de todos los ecuatorianos. Pero el mercado son las familias que viven en la provincia, mismas que llegan a un número de 139.061 mil (INEC, 2018). Para determinar la demanda se tomó la división de estratos de nivel socioeconómica, tomando el estrato A, en el cual se encuentra el 1,90%, B el 11,20% de la población, C+ el 22,80% y C- con el 49,30% de la población, que representarían a 118479 familias, información que podemos ver en el capítulo financiero y en el apéndice C.

Mercado Meta

El mercado meta está enfocado en los hogares de la provincia de El Oro, que cuenten con un nivel socioeconómico alto, medio alto y medio bajo.

Segmento de mercado.

Hogares que tengan un ingreso mensual de \$500 en adelante, que realicen compras de utensilios de limpieza de cocina por lo menos una vez al mes, para el cuidado y limpieza del hogar como papel de cocina.

Nicho de mercado.

El nicho de mercado son los hogares oreenses que tengan una tendencia en adquirir papel de cocina que se realice con materiales alternativos a la madera, que no tengan un alto impacto con el medio ambiente, y que además valoren la mano de obra local.

Factores de Decisión de Compra

Factores sociales.

Los factores sociales comprenden la apreciación que tienen los consumidores a cerca de un producto, a través de una experiencia previa, o por juicios ya impuestos, la forma en la cual lo transmiten de manera directa o indirecta con sus allegados, y la influencia que esta tiene en la decisión de compra. Los oreenses son muy familiares, tienen altas creencias religiosas, se basan en valores de amistad y fraternidad. En los pueblos pequeños las familias se conocen entre sí. Los

comentarios y sugerencias de los familiares y amigos son tomados muy en serio al momento de elegir un producto. Se espera que el producto tenga un alto impacto, y que el mercado meta lo elija por sobre la competencia, ya que es un producto hecho por oreenses para oreenses.

Factores culturales.

La cultura tiene una alta significancia en los modelos de negocios. Para definir la cultura podemos decir que es un conjunto de manifestaciones, expresiones, alegorías que representan a un lugar en particular, así como los valores y principios que modelan la vida social de los habitantes del mismo (Giménez, 1996). La cultura ecuatoriana es diversa, parte influencia extranjera y parte indígena. Una forma para diferenciar las diferentes culturas en Ecuador es dividir las por regiones. La cultura de la sierra es muy diferente a la de la costa. En la costa las personas son más abiertas, extrovertidas, y con la disposición de adaptarse a nuevas oportunidades de negocio, mientras que los habitantes de la sierra son más cerrados y conservadores, y tienen una mayor desconfianza al momento de negociar (Departamento de Inteligencia de Mercados, 2017). Al momento de adquirir un producto las personas de la costa se dejan llevar por el precio, mientras que las personas de la sierra buscan la calidad.

La provincia de El Oro, está ubicada en la región Costa al sur del país, la misma que se divide en parte alta y parte baja. La parte baja de la provincia al estar más cerca del mar tiene una alta influencia de la cultura costeña, mientras que la parte alta tiene una mayor inclinación a la cultura serrana. Esto lo vemos demostrado en los alimentos, en el clima, en las tradiciones y en el acento. Según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), el 81,6% de la población Oreense son mestizos, el 7,8% son blancos, el 6,9% se identifican como afro ecuatorianas, mientras que el 3,5% representan a los montubios e indígenas. Los mestizos son el grupo más grande ubicado en todos los cantones, los mismos que comparten características comunes.

Factores personales.

El ciclo de vida y el estilo de vida de los consumidores son factores importantes que se deben de tomar en cuenta al momento de segmentar un mercado.

Los consumidores adquieren productos dependiendo de la etapa en la cual estén pasando (Ponce, Besanilla, & Rodríguez, 2012). En este caso el uso del producto es la limpieza y absorción, por lo que los clientes serán personas que administren un hogar y necesiten un producto que les ayude con la limpieza de la cocina y con la absorción de líquidos como grasas. Por esto, el mercado objetivo de la empresa Curcaña son los hogares orenses. El estilo de vida de los orenses de las ciudades grandes como Machala o Santa Rosa, es más agitado por lo que adquieren productos que faciliten el cuidado del hogar, mientras que los habitantes de los cantones pequeños, viven una vida tranquila, en donde las amas de casa cuidan mucho de los detalles de la limpieza de la vivienda.

Factores psicológicos.

La publicidad juega un papel muy importante en la psicología del consumidor. Hoy en día las grandes empresas utilizan campañas publicitarias bastante agresivas con el fin de introducir y mantener sus productos en la mente del consumidor. Otro factor psicológico muy importante, son los productos que satisfagan o superaren las expectativas de los consumidores, si al comprar un producto el consumidor se sienta satisfecho, lo volverá a comprar porque sabe que el producto se acentúa a sus exigencias. Por otro lado, debido a los medios de comunicación masivos, especialmente el internet, las compañías se enfrentan a un consumidor muy bien informado, que se encuentra al día con las tendencias mundiales, lo que hace que cada día sea más estricto (Revelo, 2017). Las compañías especialmente Curcaña se encuentra en el desafío de entregar a sus clientes un producto de calidad, que siga las nuevas tendencias mundiales, siguiendo la línea de la responsabilidad social y ambiental.

Necesidades del Consumidor

Según fuentes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011-2012), los ecuatorianos gastan un 24,40% de sus ingresos mensualmente en adquirir alimentos y bebidas, un 14,60% en transporte, en tercer lugar, los ecuatorianos gastan un 9,90% en bienes y servicios diversos. Las toallas de papel de cocina, se sitúan en el octavo lugar de esta lista, las que corresponden al segmento de muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar y el gasto es

de 5,90% al mes. El motivo de esto, es que este tipo de insumos no tiene una alta frecuencia de compra como los alimentos y bebidas. Los mismos resultados están divididos, en área urbana y rural, donde el área rural consume más que el área urbana con un 6,2% de esta categoría de productos. La diferencia del área urbana, en comparación con el segmento de alimentos y bebidas, es que en el área rural muchas de las veces no tienen que hacer las compras mensuales de alimentos; ya que ellos producen varios de los mismos, entonces los habitantes de los pueblos rurales solo adquieren los bienes que no pueden producir.

En la actualidad el mercado mundial gira entorno a la generación de los millenials, misma que se encuentra en una edad promedio para la adquisición de productos y la formación de familias. Por este motivo se infiere que las empresas deben especializar y enfocar sus estrategias de promoción y posicionamiento a este segmento, tomando en cuenta su cultura, puesto que son una población descomplicada al momento de adquirir un producto, buscan lo saludable, orgánico y amigable con el medio ambiente. Al momento de una disconformidad son enérgicos cuando quieren hacer respetar sus derechos, y son excelentes manejando la tecnología (El Tiempo, 2018).

Análisis Poblacional de la provincia de El Oro

La provincia de El Oro es una de las 24 provincias que tiene el Ecuador, estas se dividen por regiones, las cuales son: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos. La provincia de El Oro está ubicada en la región costa al sur oeste del país. Los límites de la provincia son al norte con Guayas y Azuay, al sur y al este con Loja y al oeste colinda con la frontera del país vecino Perú. La provincia de El Oro, cuenta con 14 cantones: EL Guabo, Pasaje, Machala, Huaquillas, Santa Rosa, Arenillas, Las Lajas, Marcabelí, Balsas, Chilla, Piñas, Atahualpa, Portovelo y Zaruma. Estos a su vez poseen parroquias, barrios, sectores urbanos y rurales (Landy, 2013)

La extensión de la provincia de El Oro es de más de 6.000 kilómetros cuadrados y su número de habitantes supera los de 600.000. La capital de la provincia es la ciudad de Machala, la misma que es considerada la capital bananera del mundo, que cuenta con grandes extensiones de tierra. Todos los cantones de la provincia comparten características comunes, al momento de hablar de costumbres,

lo que hace que entre los pueblos exista una hermandad. Como en cualquier otra parte del mundo, en la provincia existen problemas sociales como inseguridad y delincuencia, los mismos que en su gran mayoría no son ejecutados por los habitantes orenses más bien son resultado de la llegada de extranjeros, ya sea de Perú por su cercanía con la provincia o de Colombia (Illescas, Landín, & Romero, 2015).

Tamaño de la Muestra

El tamaño de la población es de 139.061 mil familias, considerada como población infinita; ya que es mayor a 100.000 mil, según las fórmulas para obtener la muestra a la cual se encuestará.

La fórmula que se usará para obtener la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Figura 1. Fórmula de la población infinita. Tomado de “Población, muestra y muestreo”, Pedro Luis López – scielo.org

Donde:

n: es el tamaño de la muestra a la cual se encuestará.

Z: es el nivel de confianza.

d: es el margen de error.

p: es la probabilidad de éxito, o proporción esperada.

q: es la probabilidad de fracaso.

Luego de utilizar la fórmula para calcular el tamaño de la muestra conociendo el margen de error, se pudo obtener el número de encuestas que se elaborará para estudiar el mercado. Son 384 encuestas, utilizando un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95% y una probabilidad positiva y negativa del 50%.

Demanda Insatisfecha

Ecuador es uno de los países que importa la partida 48.18.90, correspondiente al papel y pasta de papel, siendo mayores sus importaciones contra sus exportaciones, mostrando un déficit en la balanza, lo que nos indica que la demanda nacional necesita de esta clase de artículos y utiliza productos sustitutos para satisfacer sus necesidades, sin mencionar que esta partida es elaborada a base de madera, en cambio lo que ofrece Curcaña es un producto amigable con el medio ambiente que reducirá la tala de árboles para su elaboración, mismo que será distribuido a tiendas barriales y mini supermercados para su rápida acogida. Se pudo observar con la información brindada por las encuestas, que la empresa posee una demanda mensual de casi 38000 unidades por mes, tomando en cuenta los niveles de clase social, la población que está de acuerdo con el precio y las características que brinda el producto, cuantas veces va a los diferentes puntos de venta a comprar el producto y cuantas unidades de producto adquiere en su compra.

Análisis Situacional

La empresa Curcaña, la misma que producirá y comercializará papel absorbente a base de residuos de caña de azúcar, estará ubicada en la parroquia Curtincápac, en el sector Las Lomas, del cantón Portovelo, provincia de El Oro. La ubicación de la planta es estratégica; ya que en la zona existen grandes plantaciones de caña de azúcar debido al clima subtropical del lugar, lo que será beneficioso en términos de logística y en crear lazos con los proveedores de la zona. Por otro lado, el mercado destino del papel de cocina serán los ciudadanos de la provincia de El Oro, dividiéndola en parte alta y parte baja.

Análisis Externo (PESTEL)

Factor político.

El actual presidente de la República del Ecuador, Licenciado Lenín Moreno Garcés, se reunió con 114 empresas privadas ecuatorianas y extranjeras que realizan sus actividades en el territorio ecuatoriano, con el propósito de establecer acuerdos que beneficien a ambas partes; ya que, el sector privado es el mayor promotor al momento de generar fuentes de trabajos para los ciudadanos, debido a esto el

mandatario les ofreció incentivos, como estabilidad jurídica, a cambio de sus inversiones en el país por 5 años (La República, 2018).

El pasado 26 de junio del presente año, el Ministerio de Industrias y Productividad de Ecuador [MIPRO] y el Servicio Ecuatoriano de Normalización [INEN] celebraron un contrato con asociaciones que se dedican a fomentar la economía popular y solidaria en el país, para fomentar la inclusión y el protagonismo de esta clase de agrupaciones en la economía del Ecuador, especializando y capacitando continuamente las actividades que desarrollan con gran desempeño. Elevando la productividad del estado, la satisfacción de los ecuatorianos y la competitividad en las empresas (El Comercio, 2018).

Ecuador es un país que piensa en sus ciudadanos y se ha puesto a analizar el potencial que sus habitantes pueden aportar para el desarrollo del mismo, trabajando de la mano con empresas internacionales que consigan capacitar la mano de obra ecuatoriana, dando como resultado un impulso hacia una mejora continua del estado. A consecuencia de esto se encuentran los convenios firmados entre instituciones gubernamentales e internacionales.

Factor económico.

Ecuador fue uno de los países seleccionados para el estudio acerca de la complejidad económica en los diferentes países del mundo, realizado por la Universidad de Harvard apoyada por el Instituto Tecnológico de Massachusetts, en donde analizando diversos indicadores que afectan la economía nacional y los productos que importan y exportan las diferentes naciones, se pudo concluir que Ecuador ocupa el puesto 82 en el ranking de complejidad económica en comparación con 124 países en todo el mundo (El Telégrafo, 2018).

El producto interno bruto, mejor conocido como PIB, es una medida que indica el valor de la actividad económica de un país. Se ve afectada por algunas variables para dar a conocer cuál fue la producción de bienes y servicios del estado en un tiempo determinado. Para obtener el valor exacto del PIB, se debe sumar el consumo nacional, la inversión, el gasto del gobierno, y por último la diferencia entre las importaciones y exportaciones de la nación. Hasta el primer trimestre del 2018 el

PIB del Ecuador disminuyó a 0,5%, de esta manera quedó expresado en 104 millones de dólares (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2018).

La inflación del Ecuador, que se mide con la variable I.P.C., más conocida como el Índice de Precios al Consumidor, en el mes de octubre del 2018 ha quedado en $-0,05\%$, adicional la inflación anual subió de $0,23\%$ a $0,33\%$, mientras que la acumulada se ubicó en $0,42\%$, según informó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (El Universo, 2018).

El INEC mes a mes analiza la variación de la inflación en el país, tomando como referencia nueve ciudades principales, entre esas se encuentra Machala, punto de referencia para el mercado de Curcaña, cuya inflación es de $0,17\%$ una de las más bajas a nivel nacional (Banco Central del Ecuador, 2018).

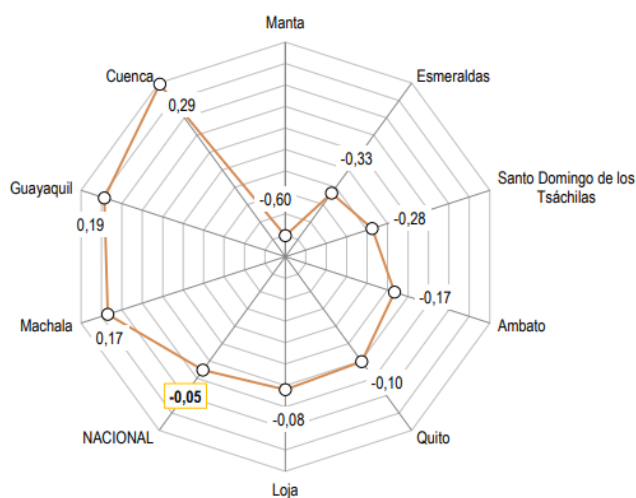


Figura 2. Inflación octubre 2018. Tomado de “Reporte mensual de inflación”, Banco Central del Ecuador

Luego de que el Instituto Nacional de Estadística y Censos presentara la encuesta nacional de empleo, subempleo y desempleo, ENEMDU, del primer trimestre del 2018, se pudo observar que hubo variaciones entre los indicadores, la tasa de empleo se estipuló en $41,1\%$, subempleo en $18,3\%$ y la de desempleo en $4,4\%$ (El Norte, 2018).

Las tasas de interés en el país han sufrido variaciones a lo largo del año debido a las diferentes situaciones que Ecuador ha pasado, pero hasta noviembre de 2018 la tasa de interés activa para créditos productivos empresariales está

posicionada en 9,76% para una tasa nominal y 10,21% para una tasa efectiva, de esta manera las organizaciones ecuatorianas encargadas de brindar préstamos a las grandes y microempresas motivan a los empresarios a invertir en el país (Ban Ecuador, 2018).

Factor social.

La provincia del El Oro a raíz de su último censo dejó una población alrededor de 600.659 habitantes con una tasa de crecimiento anual de 1,5%, esta cantidad se encuentra distribuida en 304.534 hombres y 296.125 mujeres. La mayor cantidad de los habitantes, 27,3% poseen sus propios negocios, el 26,9% trabajan para entidades privadas, el 20,4% se encarga de trabajar la tierra, esto indica que la mayoría de personas prefieren trabajar por su cuenta, en vez de trabajar para alguien más, en lo referente a actividades no comunes de la zona. Por este motivo el índice de analfabetismo ha ido decreciendo hasta llegar al 4.1%, situación que indica el desarrollo en el que ha incurrido la provincia (INEC, 2010).

El cantón de Portovelo consta con una población de 12.200 habitantes, a su vez está dividido en tres parroquias, donde se encuentra Curtincápac, lugar en el que será constituida Curcaña. La principal actividad económica que realizan los moradores es la agricultura, haciendo referencia al cultivo de la caña de azúcar para la elaboración de aguardiente, misma que se distribuye a los principales sectores rurales de la provincia de El Oro, Azuay y Loja. Esta parroquia en el transcurso de los años ha sufrido un fenómeno, donde los hijos e hijas de los pobladores ya no encuentran satisfacción en el trabajo de la tierra, más bien desean y aspiran ser profesionales, para de este modo contribuir de manera positiva y productiva al sector.

Factor Tecnológico

El pasado 30 de octubre del presente año el ministro de Industrias y Productividad en conjunto con el presidente de la Asociación Ecuatoriana de Software se reunieron con el fin de firmar un convenio entre ambas entidades para aportar al cambio, evolución y desarrollo de la matriz productiva ecuatoriana (Ministerio de Industrias y Productividad, 2018).

En donde las dos instituciones se comprometieron a trabajar de la mano, brindadas capacitaciones, ejecutando actividades de progreso tecnológico, para que de esta manera las empresas ecuatorianas, principalmente las pequeñas y medianas, se sientan respaldadas por parte del gobierno para la implementación de sus proyectos o emprendimientos. Lo que intenta este convenio es realzar la productividad y competitividad de las organizaciones del Ecuador frente al resto del mundo, trabajando de la mano con la tecnología y softwares, que son herramientas muy utilizadas por las grandes potencias a nivel mundial.

Factor ambiental.

Con el pasar de los años la actividad de gestión empresarial se ha venido desarrollando, creando normas internacionales que estandaricen y regulen todos los procesos relacionados con las industrias y sus actividades. El fin de estas normas es facilitar las relaciones internacionales y el comercio exterior entre países, logrando que las medidas sean globalizadas y aceptadas por todas las naciones del mundo, de esta manera se simplificarían la mayor parte de los procesos en las negociaciones; ya que estas normas regulan de una manera directa en varios aspectos, como calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales, responsabilidad social e higiene a los servicios y productos que las empresas ofrecen a sus compradores (Heras & Casadesús, 2006).

En Ecuador las normas de estandarización han tenido una gran acogida por parte de las empresas; ya que esto le representa un plus frente al mercado internacional, de esta manera los productos o servicios que ofrecen tendrán una ventaja competitiva frente a sus competidores. Los compradores han hecho conciencia y están en total acuerdo con las leyes que se han propuesto para la conservación del medio ambiente, es por esto que han surgido los consumidores ecológicos, mismos que están pendientes de que todos los productos que adquieren cumplan con todas las reglas ambientales y sea orgánico, en otras palabras, productos eco amigables.

La norma ISO 14001 es la más reconocida a nivel internacional en el entorno medio ambiental; puesto que es la encargada de certificar el impacto que las empresas están teniendo sobre el medio ambiente, una compañía que obtenga un

impacto negativo menor de seguro contará con esta norma, esto no quiere decir que no deberá perfeccionar sus prácticas para una mejora continua. Esta clase de normas son auditadas y otorgadas por entes ajenos a las empresas, en nuestro país la organización encargada de entregar las certificaciones es la A.E.N.O.R., Asociación Española de Normalización y Certificación, con sede en Ecuador, demostrando el compromiso que tienen las compañías con la naturaleza [AENOR Ecuador] (2015).

El Ministerio del Ambiente es la entidad encargada de controlar y verificar que todos los procesos de producción sigan la reglamentación estipulada en las leyes ecuatorianas para la conservación de la naturaleza y de la sociedad para que puedan disfrutar de una vida libre de contaminación por parte de las compañías que trabajan en el campo.

La ley que regirá la actividad comercial de Curcaña es el Código Orgánico del Ambiente, encargada de regular todo lo relacionado a materia ambiental en el Ecuador, misma que dictamina los derechos y limitaciones a los que la compañía se ve comprometida a cumplir y a gozar, entre los más importantes están (Ministerio del Ambiente, 2017, págs. 31-74):

Libro I, Cap. 2, Art. 75: Las normas de bioseguridad regularán los productos, con el objeto de contribuir a la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y de garantizar los derechos a la salud humana y al ambiente.

Libro II, Cap. 3, Art. 83: Generación de servicios ambientales. El mantenimiento y regeneración de las funciones ecológicas, así como la dinámica de los ecosistemas naturales o intervenidos, generan servicios ambientales que son indispensables para el sustento de la vida y a su vez producen beneficios directos o indirectos a la población.

Libro II, Cap. 3, Art. 86: Del financiamiento de los servicios ambientales. Para el financiamiento de los mecanismos de retribución de las actividades de conservación, manejo sostenible y recuperación de los ecosistemas y su posterior flujo de servicios ambientales, se

promoverán los aportes públicos y privados, así como se podrán recibir fondos de donaciones, préstamos o aportes internacionales, impuestos o tasas y cualquier otra fuente que se identifique con estos fines.

Libro III, Cap. 7, Art. 136: Plagas y enfermedades. Las entidades y organismos del Régimen Forestal Nacional, en coordinación con las entidades competentes, ejecutarán medidas fitosanitarias, actividades de prevención, detección, monitoreo, control y erradicación de plagas y enfermedades forestales.

Libro IV, Cap. 3, Art. 173: De las obligaciones del operador. El operador de un proyecto, obra y actividad, pública, privada o mixta, tendrá la obligación de prevenir, evitar, reducir y, en los casos que sea posible, eliminar los impactos y riesgos ambientales que pueda generar su actividad. Cuando se produzca algún tipo de afectación al ambiente, el operador establecerá todos los mecanismos necesarios para su restauración.

Libro IV, Cap. 3, Art. 175: Intersección. Para el otorgamiento de autorizaciones administrativas se deberá obtener a través del Sistema Único de Información Ambiental el certificado de intersección que determine si la obra, actividad o proyecto interseca o no con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, Patrimonio Forestal Nacional y zonas intangibles.

Libro V, Cap. 3, Art. 205: Periodicidad de las auditorías ambientales. El operador deberá presentar auditorías ambientales cuando la Autoridad Ambiental Competente lo considere necesario de conformidad con la norma expedida para el efecto.

Libro VI, Art. 283: Tipos de incentivos ambientales. Los incentivos ambientales podrán ser: económicos o no económicos; fiscales o tributarios; honoríficos por el buen desempeño ambiental; y, otros que determine la Autoridad Ambiental Nacional.

Factor legal.

Lo que representa la economía popular y solidaria es la integración de las diferentes comunidades existentes en la nación, con un propósito en específico, el disminuir los índices de pobreza en estas zonas, donde el modelo de vida de sus pobladores es la ganadería, agricultura, artesanía y pesca; actividades que representan al Ecuador frente al mundo. Los altos mandatarios pudieron observar que con la unión de estos trabajadores se pueden formar organizaciones especializadas en ciertas actividades económicas, así mismo los miembros de la comunidad trabajarán en equipo y seguirán un bien común, un claro ejemplo de esta clase de sociedades es El Salinerito.

La entidad encargada de supervisar y verificar a estas nuevas sociedades es el Instituto de Economía Popular y Solidaria, misma que está suscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, M.I.E.S., las oficinas de esta institución se encuentran en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Análisis Externo - Competencia

Competencia Directa.

No existe una competencia directa en cuanto a la producción de papel de cocina a base de residuos de caña en el Ecuador, que además sea elaborada por una compañía popular y solidaria en un pueblo rural. Pero si existe competencia indirecta, tanto en el ámbito de la utilización de residuos de caña para la producción de papel. También existe competencia indirecta, en la utilización de materiales reciclados para la producción de papel de cocina, y en la creación de empresas comunitarias para distintos usos. Pero en sí, la empresa Curcaña posee una gran ventaja en ser los pioneros en esta área.

Competencia Indirecta.

La principal competencia indirecta de la empresa Curcaña es la empresa Propandina la misma que tiene presencia en varios países de Latinoamérica y que forma parte del grupo Carvajal, esta se dedica a la producción de papel con la caña de azúcar, entre los productos que fabrica esta empresa está el papel bond, las hojas A4 para imprimir, entre otros materiales escolares.

Por otra parte, en el Ecuador se encuentra la Industria Papelera Nacional Inpaecsa que es una empresa ecuatoriana ubicada en la provincia de Los Ríos, la cual produce y comercializa productos tisú como servilletas y toallas de cocina a base de papeles reciclados, a través del nombre Hada. Esta empresa fue adquirida por el grupo Familia, por lo que paso a formar parte de la multinacional.

Entre las empresas que tienen presencia en el Ecuador de productos de papel de cocina podemos mencionar las siguientes:

- Familia
- Scott
- Nova

Análisis Interno (F.O.D.A.)

Fortalezas.

- Cercanía con los proveedores que agilitan el proceso de producción y reducen gastos.
- Ambiente de trabajo basado en valores de igualdad y cooperativismo.
- Motivación constante a los miembros de la empresa comunitaria.
- Precursores de la formación de economías sociales en la provincia de El Oro.
- La propuesta de creación de papel de cocina a base de bagazo es pionera en el mercado ecuatoriano.
- Estándares de calidad basados en las buenas prácticas ambientales.

Oportunidades.

- No existe competencia directa en el Ecuador
- Goza de los beneficios de la ley de economía popular y solidaria, ya que están libres del pago de impuestos municipales y prediales, además de que no necesita poseer una patente municipal.
- Capacidad de participar en ferias, casas abiertas, a nivel nacional, provincial y cantonal.
- Leyes ambientales que prioricen las buenas prácticas.
- Incentivos por parte del gobierno a productos amigables con el medio ambiente.

Debilidades.

- La cosecha de la caña de azúcar se hace dos veces al año.
- Escepticismo por parte de los consumidores ya que la marca es nueva y poco conocida.
- Personal sin experiencia en el ámbito de producción de papel de cocina.
- Localización de la planta productora, ya que se encuentra en una parroquia que está ubicada a 30 minutos del cantón Portovelo y a 3 horas de la capital de la provincia.

Amenazas.

- Plagas ocasionales en los sembríos de caña que no permiten el correcto desarrollo de las mismas.
- Entrada al mercado de productos sustitutos y de competencia directa e indirecta.
- Poco poder sobre los precios del bagazo, ya que se obtienen de diferentes proveedores y estos pueden variar los precios de venta dependiendo a las variaciones en la producción.
- Poco crecimiento en el mercado meta.

Análisis Interno - Cinco Fuerzas de Porter

Poder de Negociación de los compradores.

El poder de negociación de los compradores es alto. El consumidor ecuatoriano está viviendo una tendencia por adquirir productos orgánicos y que contribuyan al medio ambiente. Existen estudios claros en los que se puede observar que la competencia de precios era el principal motivante para la elección de esta gama de productos eco amigables, pero hoy en día esta orientación está cambiando al momento de elegir un producto, los consumidores ponen más énfasis en las características que posee este, por lo que van a preferir un producto que ofrezca cualidades afines a sus requerimientos, y siguiendo la tendencia de los artículos con responsabilidad ambiental. Los consumidores van a preferir un producto que cumpla con sus expectativas y a su vez cuide al medio ambiente, siempre y cuando conserve un precio razonable, que este dentro del rango de precios en función de los ingresos que el cliente dispone. (Andrade & Flores, 2008)

Poder de negociación de los proveedores.

La principal materia prima que es el bagazo de caña, será obtenida por la Asociación de Cañicultores 15 de Septiembre en la cual se creara un acuerdo-convenio en el que se beneficiaran ambas partes, y como resultado donaran el bagazo de caña, incurriendo solo en gastos de transporte. Los cañicultores que integran esta Asociación son 31 de las parroquias Morales y Curtincápac pertenecientes al cantón Portovelo, y del barrio La Chorrera. Por otra parte, también se obtendrá la materia prima de los pequeños cañicultores que estén ubicados en la zona y que no forman parte de la asociación, en el cual se crearán acuerdos individuales, ya que algunos de estos participaran como socios de la empresa, mientras otros donarán el producto para deshacerse del desecho. Al momento que se necesite más producción se la obtendrá de cañicultores nacionales a bajo precio. Por otro lado, los químicos necesarios para la producción de papel de cocina se obtendrán de laboratorios químicos. E conclusión el poder negociación con los proveedores es alto.

Amenazas de nuevos entrantes.

La amenaza de que nuevos productos entren a competir es muy alta, debido a que existe una gran demanda de productos de la industria del papel tisú en el Ecuador. En los últimos tiempos varias empresas nuevas han entrado a competir en este campo, pero con productos diferentes al papel de cocina, enfocándose en bajos costos y en una manera diferente de distribuir el producto. Este es el caso de las empresas fabricantes de papel higiénico, como la empresa Noble, que ofrece su producto en los semáforos de las principales calles de Guayaquil a un precio de \$1 por 6 unidades.

Por otro lado, no se descarta la idea de entrada de nuevos competidores directos al mercado nacional, pero estos tendrían que enfocarse en un segmento de mercado diferente y además buscar proximidad con sus clientes y proveedores, debido a que la demanda en El Oro y la materia prima para la fabricación y venta de este producto, será absorbida en su totalidad por la empresa Curcaña, esto no permitiría que nuevas empresas entren a competir en este mercado, con un producto similar. Además, la mayoría de empresas especialmente las multinacionales que ofrecen productos semejantes, se enfocan específicamente en ciudades grandes como Guayaquil y Quito. Mientras que la empresa Curcaña se va a encargar de difundir la

marca por toda la provincia de El Oro, hasta llegar al top of mind de los consumidores.

Amenaza de productos sustitutos.

La empresa posee un precio bastante competitivo en relación al tipo de producto, por lo que es muy baja las probabilidades de que una empresa pueda competir en cuanto a precio y característica diferenciadora. Los productos sustitutos comprenderían todos los productos tisú que cumplen funciones similares como las servilletas, papel higiénico, pañuelos desechables, pero estos no cumplen las mismas funciones que el papel de cocina. En Ecuador estos son hechos de madera o de materiales reciclados como el papel periódico. Además, también están los paños de tela, que son muy utilizados para la limpieza de la cocina, pero tienen que ser lavados y además no sirven como absorbentes como lo hace el papel de cocina al momento de absorber grasas y otros líquidos.

Rivalidad entre competidores.

La rivalidad entre competidores indirectos es alta, ya que existe en el Ecuador la presencia de varias compañías multinacionales, las cuales tienen los recursos, el reconocimiento y respaldo de una marca. Estas empresas utilizan campañas masivas de difusión, pero, aunque lleven varios años en el país, no se las llega a percibir como nuestras. Estas compañías se enfocan más en sus productos estrellas como es el caso de Scott y Familia, que constantemente están haciendo campañas para el papel higiénico más que para el papel de cocina.

Plan de Marketing

El plan de marketing es una herramienta muy utilizada por las empresas cuando son nuevas en el mercado y quieren hacerse conocer al público, o cuando desean posicionarse. Pero este proceso conlleva ciertos parámetros para que su objetivo final se pueda alcanzar, entre ellos, se tendrá que analizar la demanda y la oferta del mercado, el micro y macro entorno, establecer estrategias. Luego de todos estos pasos se podrá examinar si se tendrá éxito o no con lo planteado con antelación.

En el siguiente trabajo de investigación se tratará de estudiar el mercado de la provincia de El Oro en relación a los utensilios de limpieza de cocina como lo son:

papel de cocina, servilletas y pañuelos de limpieza. Con este fin se tendrá una idea de las necesidades del mercado y con el producto a ofrecer se podrá cumplir y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Misión del Plan de Marketing

Concientizar a los consumidores de adquirir productos amigables con el medio ambiente, logrando además insertar el producto de Curcaña en el mercado, con estrategias y factores diferenciadores, incrementando las ventas de manera contante.

Visión del Plan de Marketing

Posicionar los productos de Curcaña en los habitantes de la provincia de El Oro satisfaciendo sus necesidades de manera óptima, de esta manera hacerse notar en las grandes ciudades, creando alianzas estratégicas con distribuidores reconocidos a nivel nacional para su pronta expansión en todo el territorio ecuatoriano.

Estudio de mercado

La relevancia del estudio de mercado es importante para el trabajo de investigación, debido a que nos mostrará los resultados del comportamiento del mercado meta en relación al producto que Curcaña les ofrecerá. Además, indicará si la comunidad de Curtincápac está de acuerdo con la creación de una empresa comunitaria.

Resultados y Análisis de la Encuesta

La encuesta está compuesta por doce preguntas dirigidas a los habitantes de los cantones mismos que ayudarán a comprender la tendencia y el comportamiento del mercado. Para la realización de este proyecto se encuestaron a 384 personas.

Se la realizó a 384 personas que habitan en la provincia de El Oro, dividida en cantones de la parte alta de El Oro como, Zaruma, Portovelo, Piñas y Atahualpa, además de los cantones más poblados en la parte baja de la provincia como, Machala, El Guabo, Pasaje, Santa Rosa, Huaquillas y Arenillas. Se la elaboró de

manera presencial para poder conocer más a fondo el pensamiento de los consumidores locales y despejarlos de cualquier duda que ellos pudieran tener.

Los resultados de la encuesta fueron enriquecedores para el trabajo de investigación, gracias a sus datos e información, que permitieron entender el pensamiento del consumidor hacia los productos ecuatorianos y amigables con el medio ambiente, además de mostrar una buena actitud hacia el ofrecimiento de Curcaña. Con la investigación se pudo observar que el producto tendrá una buena acogida y que la población se siente identificada con la propuesta; ya que es una empresa y un producto originarios de la zona y la cultura de esta provincia es aceptar y brindarle una oportunidad a lo ecuatoriano y más aún si es de El Oro. Revisar apéndice A.

Las 7 p's del Marketing

Producto.



Figura 3. Logo del Producto

El producto llevara el mismo nombre de la empresa Curcaña, ya que hace referencia al sector en el cual se encuentra ubicada la planta, que es la parroquia Curtincápac, y a la principal materia prima para la producción del papel de cocina que es la caña. Se busca, que las personas se identifiquen con la marca, y al verla o al escucharla inmediatamente la relacionen con la materia prima y con el lugar de donde viene.

Cuida tu cocina, cuida tu ambiente

Figura 4. Eslogan del Producto

El eslogan de la marca es (Cuida tu cocina, cuida tu ambiente), hace referencia al cuidado del hogar y del medio ambiente, en donde se les invita a los consumidores a comprar productos con responsabilidad ambiental.

Empaque.

El empaque que envolverá el papel de cocina a base de residuos de caña de azúcar contendrá lo siguiente:

- Empaque de papel Kraft de 44 x 28 cm.
- Un rollo de cartón de 22cm x 14cm.
- Contendrá 50 hojas de papel de cocina.
- El tamaño de las hojas de papel de cocina será de 22 cm de altura por 14 cm de diámetro.
- Para el transporte de los rollos de papel, y para la venta al por mayor se los colocara en una caja con capacidad para 10 rollos de papel.
- La caja de cartón contendrá el logo de la empresa.

Precio.

Los precios en el mercado son diferentes, estos vienen dado por los diferentes factores como las cualidades del producto y por el reconocimiento de las marcas. El precio será un precio competitivo que tendrá un valor de \$2 para las tiendas y de 1,90 para los distribuidores, además se sugiere que el valor no sobrepase los \$2,50 para mantener la competitividad del precio en el mercado. Revisar apéndice D.

Plaza.

El producto será vendido directamente a 30 tiendas en la parte alta de la provincia de El Oro en los cantones de Zaruma, Portovelo, Piñas y Atahualpa. Para la parte baja de la provincia se utilizará un distribuidor que se encargará de la logística de distribución el producto en las principales tiendas de los cantones con mayor densidad poblacional, como son Machala, Santa Rosa, Pasaje, El Guabo, Huaquillas y Arenillas, el cual será la empresa Sivipasa. Además, se ofrecerá el producto al súper mercado Tía, el mismo que constantemente está abierto a recibir nuevas propuestas de productos.

Promoción.

La promoción se basará en dos aspectos fundamentales que se van a fortalecer y a trabajar en conjunto. La primera estará enfocada en promocionar la labor de los pobladores de la parroquia Curtincápac, al unirse y cooperar para la producción y venta del papel de cocina, poniéndole un alto al desempleo y a la falta de ingresos, con el fin de motivar a otras comunidades; y por otro lado se promocionará al mismo tiempo el producto como tal, poniendo énfasis en la parte ambiental, resaltando la utilización de residuos de caña, además se destacaran las ofertas y promociones para captar la atención de los consumidores haciéndole más atractivo al consumidor, y finalmente acentuar el precio competitivo.

Personas.

El personal que emplea Curcaña desde la elaboración del producto hasta la promoción del mismo, son personas capacitadas y comprometidas con la razón de ser de la empresa; de este modo se podrá dar a conocer y hacer sentir al consumidor lo que realmente necesita para que se sienta identificado con sus raíces.

Proceso.

El proceso para que el producto que Curcaña ofrece al consumidor sea conocido de manera rápida, se debe a los puntos específicos que se han escogido para dar conocerlo, dependiendo de esto se negociará con los distribuidores para que en conjunto con ellos causar y generar una buena satisfacción al cliente final.

Evidencia Física.

La evidencia física se notará por sí sola, los habitantes de la provincia de El Oro son muy costumbristas; por ende, al saber que la empresa y el producto es del sector sentirán una afinidad inmediata, sin obviar la calidad del producto. Adicional se consta con un plus que es la utilización de bagazo de caña para su ayuda al medio ambiente, característica bien vista por la población.

Publicidad

Radio.

El medio que se escogió para la promoción es la radio, debido a que tiene un gran impacto en las familias orenses. Se lo va hacer a través de 4 emisores que representan la mayor sintonía de la audiencia del segmento en el que está enfocado la empresa, las cuales son Radio Fuego del cantón Zaruma, Radio Magia del cantón Portovelo, Radio Lluvia del cantón Piñas y radio Líder del cantón Machala. Las cuñas publicitarias se pasarán en horarios con el mayor pico de audiencia.

Ferias y casas abiertas.

Durante el año, en la provincia de El Oro se realizan un sin número de ferias, ya sea en las fiestas cívicas y patronales de cada cantón o en las diferentes instituciones, además los diferentes municipios a menudo realizan casas abiertas, para incentivar el emprendimiento. Se tomará esta oportunidad para llevar un stand que represente a la empresa, que lo acompañaran los miembros del equipo, se brindaran folletos y se presentara el producto, con lo que se espera promocionar el proyecto y generar ventas. La feria más importante de la provincia es la Feria Mundial del Banano que se realiza en la ciudad de Machala anualmente.

Afiches.

En los diferentes puntos de venta, se colocarán afiches, con colores llamativos para captar la atención de los consumidores, en donde estará la presentación del papel de cocina y se resaltará los beneficios que este posee, además se promocionará a la comunidad de Curtincápac.

Redes sociales.



Figura 5. Redes Sociales de la Empresa Curcaña

Se realizará promoción a través de redes sociales, utilizando las plataformas Instagram y Facebook, aquí se subirá constantemente publicidad de la empresa, así como también se dará a conocer las promociones y las noticias de la empresa; además se abrirá un canal de YouTube en donde se subirán videos que difundan la responsabilidad empresarial y ambiental de Curcaña, resaltando la labor de la empresa comunitaria y los beneficios del producto.

Personificación de la Marca

La marca se basará en resaltar tres aspectos fundamentales, el primero buscará difundir la idea de cooperación y la igualdad, esperando causar nostalgia a los consumidores, mostrándoles la estructura de la empresa comunitaria, con el fin de inspirar y motivar a la ciudadanía en general a crear sus propios emprendimientos, y con esto lograr reconocimiento de la marca.

La segunda estará enfocada directamente en las familias, y el rol crítico que tienen estas en difundir valores. Ya que el mercado meta son los hogares orenses, se resaltarán los valores que caracterizan a los pobladores de estos sectores, como la solidaridad, respeto y lealtad; con el fin de que se incentive la unión familiar, para que no se pierdan los valores en las nuevas generaciones. Además, se quiere lograr, que los consumidores al momento de ver la marca, inmediatamente la relacionen con la limpieza del hogar.

Finalmente, se resaltar  la imagen verde de la marca, promulgando el reciclaje, el cuidado del medio ambiente, utilizando productos alternativos, buscando siempre la sustentabilidad, como lo hace la marca al momento de utilizar residuos de caña reemplazando la madera.

Imagen de la Marca

La imagen del producto serán los mismos miembros de la empresa comunitaria. Al momento de ubicar una producción en un sector rural, no solamente los miembros de la empresa son los únicos que se benefician, sino todos los miembros de la comunidad, desde las familias que recibirán un nuevo ingreso hasta las tiendas, las compañías de transporte, sin contar con todo el reconcomiendo nacional que tendrá el sector, incentivando al turismo.

Cada una de las historias de los beneficiarios directos o indirectos de la producción serán los protagonistas de la publicidad que se realizara por diferentes medios. Historias de superación, crecimiento personal, que enaltecer n la labor que se est  haciendo en este pueblo, con la creación de la empresa.

Sin dejar atrás, otra parte muy importante de la marca es la relación con el medio ambiente y las buenas prácticas ambientales. No solamente nos enfocaremos en las personas del sector sino también en difundir el cuidado del medio ambiente y de la protección de la naturaleza. Así como también se dará a conocer al público en general la biodiversidad del lugar, sus cascadas y ríos, y lo importante del cuidado del medio ambiente para mantener en buen estado estas áreas.

Elección Estratégica

La elección de una estrategia para las compañías, sin importar el tamaño o el tipo de organización, es algo fundamental para establecer parámetros de éxito a largo plazo y poder contrarrestar los ataques de los competidores o atacar a su competencia para ser líder en el mercado.

Para que la implementación de una estrategia tenga un alto porcentaje de confiabilidad se debe elaborar un análisis completo de la compañía, que comprende, confirmar y desarrollar una retroalimentación de la situación actual de la empresa,

verificando el comportamiento del mercado, de la competencia, los factores internos de la compañía como lo son sus fortalezas y debilidades, investigando el macro entorno para tener un plan preventivo en caso de amenazas o para aprovechar las oportunidades que se lleguen a presentar. Luego se debe pensar hacia dónde queremos llegar, esta pregunta va muy de la mano con la visión que plantean los altos administrativos al momento de la constitución de la empresa, teniendo una amplia perspectiva de lo que el futuro pueda deparar para poder cumplir las necesidades de los consumidores y posicionarse en su mente que es el objetivo a alcanzar. Por último, se plantea la siguiente interrogante, ¿cómo vamos a llegar?, para esto se toma en cuenta todos los recursos con los que la empresa cuenta para de esta manera poder utilizarlos y establecer límites y actividades en donde cada uno de ellos vayan a ser útiles (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012).

Luego de haber investigado a fondo esos tres pasos, se procede a establecer las estrategias a utilizar para cumplir los objetivos de la empresa. Una estrategia es un plan de acción que ayudará a la compañía a estar preparada contra cualquier circunstancia que se le presente, para que una estrategia tenga éxito debe cumplir y satisfacer las necesidades del consumidor final de una manera eficaz, creando un efecto diferenciador con sus competidores, sin tomar en cuenta los precios, en caso de que el producto cumpla con los requerimientos del público eficazmente, se pueden elevar el precio en relación a la competencia generando mayores ingresos.

Estrategia de diferenciación.

La diferenciación en los productos consta de muchas variables, entre ellos se tiene, el reconocimiento de marca, avances tecnológicos, cualidades únicas, múltiples características, mejor diseño, excelente calidad, etc. Pero los productos de Curcaña se diferencian de la competencia por su afinidad al desarrollo sostenible y su predisposición hacia la eliminación de la tala indiscriminada de árboles, por lo que son considerados amigables con el medio ambiente.

Para que una estrategia de diferenciación alcance su objetivo debe poseer impulsores diferenciadores como lo son, la implementación de características intangibles a los productos de la compañía, en este caso, es la disminución del impacto negativo al medio ambiente. Por otro lado, el procurar mejoras continuas de

calidad, obteniendo estándares internacionales de calidad, como lo son las normas ISO 14000 que son las más reconocidas en lo relacionado a la conservación del medio ambiente.

Hablar sobre el medio ambiente es un tema muy controversial en la actualidad, es por esto que la compañía trata de incorporar las mejores prácticas de manufactura para que sus productos sean considerados eco amigables y el consumidor final sienta la satisfacción de que al comprar un producto de Curcaña está aportando con un granito de arena al desarrollo sostenible del planeta.

Estrategia de ventas.

Se capacitará a los vendedores y personal que esté implicado en la negociación con los distribuidores para las cadenas en las grandes ciudades y con las personas de las tiendas de barrio en las ciudades de la parte alta de la provincia, para de esta manera entablar una buena relación y que el producto sea comercializado de la mejor manera.

Tabla 2

Presupuesto del Plan de Marketing de la Empresa Curcaña

Medios	Año 1
Radio	\$ 4,680
Ferias y Casas Abiertas	\$ 625
Afiches	\$ 450
Honorario Diseñador grafico	\$ 300
Honorario Manejo de Redes Sociales	\$ 1,000
Total	\$ 7,055

Implementación Estratégica

Control del marketing.

Efectuar un control en el plan de marketing es primordial, ya que en toda empresa, organización y negocio se necesita de un total y absoluto control de las gestiones y procesos que se realicen, más aún cuando se quiere promocionar un

nuevo producto al mercado en busca de posicionamiento a un mercado objetivo. Se enfocan en las acciones para verificar y corregir los errores que se dan en los planes establecidos.

Por lo tanto, se va a realizar un control estratégico mensual para poder llegar al objetivo propuesto mediante herramientas de monitoreo que permitan analizar todas las actividades que se emprenden para garantizar la coincidencia de las operaciones reales con las planificadas,

El control se lo llevará en los siguientes puntos:

Control de ventas.

Esta herramienta es utilizada por el Supervisor de Marketing y Ventas para conocer de forma inmediata cuánto es el número de unidades vendidas mensualmente y adicionalmente tener un control de los márgenes y competitividad.

Control de stock.

Importante para conocer la rotación de inventario y calcular los costos de mantenerlos en bodega para evitar los gastos de mantenimiento y de personal que debe supervisarlos.

Control de objetivos de marketing.

Este tipo de control ayudará a conocer mensualmente el nivel de cumplimiento de las metas y servirá para la toma de decisiones de ventas y mercadeo. Así mismo, se busca evaluar el desempeño de las mismas asegurando el cumplimiento de los planes y objetivos ya planteados por la empresa para el producto. Mientras se vaya ejecutando el plan de marketing es esencial ir verificando si se está obteniendo el resultado esperado hasta el final del proceso del plan de marketing.

La principal herramienta para medir y evaluar resultados se centra en el análisis de la experiencia del cliente con el producto por medio del Net Promoter Score conocida por sus siglas en inglés NPS, la cual permitirá medir la fidelidad de los clientes con la marca.

Esta herramienta de valoración se mide en términos porcentuales sumando los promotores de la marca y restando la cantidad de detractores de la marca, el resultado es un número del -100 al 100. Si el resultado va de 1 a 50% se considera bueno y si sobrepasa este valor se considera excelente.

Auditoria del marketing.

La auditoría del plan de marketing permitirá la evaluación del grado de eficacia de las acciones de marketing que se están desarrollando para descubrir áreas de mejora, oportunidades y problemas potenciales a los que se podría enfrentar en el futuro; al igual que los detalles de los cambios que afectarían al mercado, garantizando parte la toma de decisiones. La empresa debe contratar a un grupo externo de personas que supervisen, juzguen y den sus recomendaciones respecto a las medidas implementadas durante el proceso.

Mensualmente, los departamentos de ventas y marketing se reunirán para, además de proponer mejoras en el cumplimiento de las estrategias, evaluar si se están cumpliendo los objetivos propuestos, así como una reunión a fin de año para una revisión general y así, mediante una retroalimentación, constatar que las metas de la empresa se han cumplido o no, y en este último caso, aplicar los correctivos necesarios.

Entrar al mercado ecuatoriano con un producto de consumo masivo a base de componentes diferentes al tradicional es un reto, pero según el análisis efectuado durante el desarrollo del plan de marketing nos muestra un escenario positivo para iniciar su comercialización. El poder que tienen los consumidores y los competidores directos de Curcaña posibilitan que las estrategias de diferenciación y costos puedan elegidas fomenten la aceptación de un producto sustentable que cubra la necesidad de cuidar el medio ambiente.

En conclusión, la puesta en marcha de este plan es factible dado que se apoya legalmente en las buenas prácticas de producción, comercio justo y solidario, se tiene claro cómo será su distribución y promoción buscando siempre mejorar la experiencia de los clientes a un precio accesible. Como recomendación para la empresa es que en la etapa de introducción su publicidad sea agresiva para dar a conocer los atributos del producto ya que el mercado en donde van a participar

incluyen personas que utilizan productos convencionales de limpieza más no los provenientes de residuos agrícolas como lo es el papel a base de bagazo de caña.

Capítulo IV:

La Empresa y el Proceso Técnico

Razón Social

El nombre de la empresa es: Curcaña ligada a la economía popular y solidaria, será una cooperativa de producción industrial, en representación a la parroquia donde se encuentra, Curtincápac, y la materia prima de su actividad comercial, misma que es la caña de azúcar. Los principales socios y accionistas del siguiente trabajo de investigación serán los habitantes de la parroquia de Portovelo. Lo que se busca de esta organización es la disminución de la pobreza en la comunidad y la generación de varias plazas de empleos, para de esta manera mejorar el estilo y calidad de vida de los habitantes.

Actividad Comercial

La compañía se dedicará a la producción, distribución y comercialización de papel tisú, generado a partir del bagazo y de los residuos de la caña de azúcar.

Directrices Organizacionales y Estructura

Misión.

Somos una organización pionera en la producción de papel tisú a base del bagazo y las hojas de la caña de azúcar, que fomenta el cooperativismo de sus socios, inspirando a la comunidad a sentirse amiga de la naturaleza cada vez que adquieran nuestros productos.

Visión.

Ser la empresa productora líder de papel tisú en el mercado ecuatoriano, fomentando la identidad de Curtincápac, expresada en una inclusión social y solidaria.

Objetivos.

- Ser el precursor de la producción de papel tisú a base de la caña de azúcar en el Ecuador.
- Proporcionar un producto amigo con el medio ambiente de excelente calidad a los consumidores.
- Prestablecer un armonioso y confortante ambiente laboral, mismo que ofrezca estabilidad, confianza y compromiso a los trabajadores.

Estructura interna.

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Economía Popular y Solidaria, la cooperativa debe constar con una estructura interna que se encargará de la toma de decisiones y del control de todas las actividades que los trabajadores realicen. La misma que está dividida y estructurada de la siguiente manera:

Asamblea General de Socios: es el máximo ente regulador dentro de la cooperativa, está conformado por todos los accionistas, sus decisiones y decretos obligan a todos los socios y entidades suscritas a la cooperativa.

Consejo de Administración: es el ente directivo y donde se determinan las políticas de la cooperativa. Los miembros y el tiempo de duración de este consejo serán designados en la reunión de la Asamblea General, no deben exceder los 4 años en el mandato.

Consejo de Vigilancia: ente encargado de controlar las actividades económicas que se realizan dentro de la cooperativa, responden directamente a la Asamblea. Los miembros y el tiempo de duración de este consejo serán designados en la reunión de la Asamblea General, no deben exceder los 4 años en el mandato.

Gerente: es el representante legal, judicial y extrajudicial de la cooperativa. Su selección y tiempo de mandato lo decide el Consejo de Administración.

Estructura organizacional.

Curcaña cuenta con un total de 21 funcionarios, los cuales se encuentran divididos en 15 para el sector operativo y 6 para el sector administrativos, posteriormente se puntualizan las funciones de cada uno de los cargos:

Gerente General: es el representante legal de la empresa, además dirige, controla y toma decisiones con respecto a los informes de los jefes de los demás departamentos.

Supervisor de Marketing y Ventas: revisar los resultados de las estrategias de marketing y ventas elaboradas por sus asistentes y darles soporte en sus inquietudes, e informar reportes mensuales de la productividad de su departamento al gerente general.

Vendedores: elaborar e implementar estrategias de marketing para que el producto se posicione dentro de la mente de los consumidores. Desarrollar planes estratégicos para incrementar las ventas en conjunto con las estrategias de marketing. Visitar las ferias para hacer conocer el producto a los consumidores.

Supervisor de Producción y Logística: revisar los resultados de las estrategias de logística y el trabajo de los operarios, brindando soporte en sus inquietudes, organizar los envíos de la producción final a los distintos puntos de venta, además de la recolección de materia prima en los puntos establecidos con los proveedores e informar reportes mensuales de la productividad de su departamento al gerente general.

Operarios: encargados de diversas funciones entre ellas: operar las diversas maquinarias para la producción, además de la obtención de la fibra a partir del bagazo de la caña de azúcar.

Contador: encargado de analizar la situación financiera de la compañía, además de elaborar los estados financieros correspondientes e informar reportes mensuales al gerente general.

Secretaria: atenderá los requerimientos de los clientes, brindará apoyo administrativo al gerente y a los jefes departamentales.

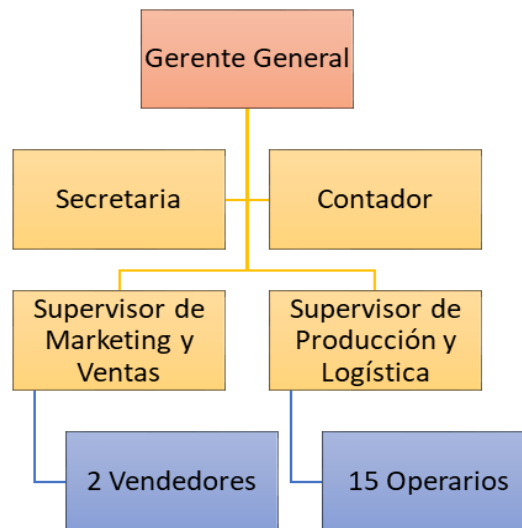


Figura 6. Estructura Organizacional Empresa Curcaña

Cadena de Valor

La cadena de valor empieza con la recepción del bagazo y los residuos de la caña de azúcar por parte de los cañicultores, a su vez esta materia prima será revisada e inventariada para llevar un mejor control de su almacenamiento. Luego pasará al proceso de producción, en donde se procederá a convertir el bagazo y los residuos en papel de cocina, al mismo tiempo será verificada su calidad, lo que corresponde a la dimensión y textura del papel, de ahí se prosigue al corte del papel y a su debida envoltura y empaquetado, para ser almacenado en pallets como producto terminado. Por último, serán distribuidos a los distintos puntos de venta y de esta manera ser adquiridos por los clientes.

Documentación y Requerimientos para constitución de la empresa

Para la constitución de una empresa productora de papel en la provincia de El Oro se deben cumplir ciertos requisitos y obtener la documentación correspondiente al funcionamiento. Esto permisos serán otorgados por las entidades municipales correspondientes y las instituciones gubernamentales regulatorias.

- Registro Único Contribuyente - Servicio de Rentas Internas.
- Registrar el nombre de la empresa – Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
- Obtención y registro de marca – IEPI.

- Patente municipal – GAD Parroquial.
- Permiso de uso de suelo – GAD Parroquial.
- Permiso de funcionamiento – GAD Parroquial.
- Permiso de construcción - GAD Parroquial.
- Permiso de seguridad y trabajo - Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Licencia Ambiental – Ministerio del Medio Ambiente.

Políticas de la empresa

La identidad de Curcaña es el bienestar de sus socios y de la comunidad de Curtincápac, por esto la entidad regulatoria es el Instituto de Economía Popular y Solidaria, pero para ser considerada dentro de las empresas que son apadrinadas por este organismo gubernamental debe de cumplir ciertos parámetros que la ley de economía popular y solidaria exige. Para seguir los estatutos que la ley requiere, la compañía ha decidido llevar una normativa interna con el fin de alcanzar ser catalogada dentro de este tipo de corporaciones.

Las normas internas serán:

- Todos los socios de la compañía tienen voz y voto en la toma de decisiones, sin importar la cantidad de su aporte al capital social.
- Todos los socios estarán predispuestos a ejercer cualquier cargo en el momento que sea necesario, sin importar su rango dentro de la estructura interna y organizacional.
- La repartición de utilidades dependerá del porcentaje que cada socio aportó al capital social.
- Podrán ser socios de la empresa todas las personas que cumplan y se sientan identificados con la cultura de la sociedad y que no posean ningún tipo de problema legal, además las personas jurídicas que tengan todos sus documentos en regla. Para luego ser avalados por el Consejo Administrativo, quien se encargará de su respectiva aceptación e inclusión
- Las personas que pertenezcan a la compañía en calidad de socios, pueden además cumplir con trabajos administrativos y operarios, sin contar con su papel obligatorio en la estructura interna de la cooperativa y las demás dignidades que estipula la Ley de Economía Popular y Solidaria.

- Los socios pueden renunciar a esta calidad mediante un retiro voluntario, para esto tienen derecho al reembolso de las aportaciones, en caso de muerte del socio este reembolso también será entregado a los herederos. El reembolso será entregado deduciendo las deudas en las cuales haya incurrido el ex socio.
- La compañía puede ser disuelta en cualquier momento por decisión voluntaria de los socios, y se lo va a realizar mediante una votación por las dos terceras partes de los miembros, entre las causas de la disolución se encuentra el no cumplimiento de los objetivos de la empresa, porque la Asamblea General lo decida, o por incumplimiento de las leyes que la regulan.
- La empresa reconocerá los viáticos a los trabajadores que tengan que salir del sector por motivos de venta y promoción del producto.
- Una persona puede ser considerado socio de la cooperativa, brindando ya sea capital, bienes o trabajo. En el caso del trabajo un trabajador puede llegar a ser socio cumplidos 5 años de trabajo constante, logrando las metas propuestas por la compañía. En el caso de las aportaciones tanto de bienes y capital, este valor no debe exceder en 10% de las aportaciones de los socios a la actualidad, según lo estipulado en la Ley.
- Los sueldos y salarios van a ser estipulados por el Consejo Administrativo, respetando las leyes ecuatorianas vigentes.
- La repartición de utilidades será distribuida de la siguiente manera:
 - 30% Al Fondo Irrepartible de Reserva Legal (Cubre Contingencias)
 - 30% Destinado a la reinversión de la compañía.
 - 15% Destinado a los trabajadores
 - 15% A los Socios
 - 5% a la Súper Intendencia de Economía popular y Solidaria.
 - 5% Destinado a la educación de los miembros para la formación de futuras organizaciones complementarias.

Proceso Técnico

Objetivo.

El siguiente capítulo tiene como objeto explicar el proceso técnico mediante el cual la materia prima pasa a su transformación hasta convertirse en el producto

final. Para esto, tiene que pasar por diferentes etapas, desde la parte logística para la obtención de la materia prima y los diferentes insumos, hasta los procesos técnicos de fabricación, en los que se necesitan el talento humano y maquinarias para crear un producto de calidad que corresponda a las exigencias actuales de mercado, dando una correcta utilización a los residuos de las plantaciones de caña y de las molindas, además de planificar una gestión de calidad adecuada en cuanto a tiempo y espacio.

La caña de azúcar.

El nombre científico de la caña de azúcar es *Saccharium Officinarum*, se la considera un cultivo perenne debido a que es de ciclo largo, además esta se encuentra en el grupo de las gramíneas tropicales debido a la forma de su tallo y de sus hojas. Se caracteriza por tener tallos cilíndricos que en su interior contienen fibras, estos tallos pueden llegar a medir entre 3 a 5 metros de longitud. La caña de azúcar se adapta fácilmente a cualquier tipo de suelo, pero necesita que posean ciertas características para su óptimo desarrollo, como poseer un pH entre 5 a 7. Por otro lado, en las plantaciones de caña de azúcar es muy necesario aprovechar la luz solar pero lo más importante es el agua para los cultivos, esta debe de tener una precipitación más o menos de 1500 mm en temporada. La caña de azúcar es un producto de climas tropicales y subtropicales, en donde tiene un mejor desarrollo en climas cálidos y que además tengan mucha luz solar. Las condiciones de altitud van entre los 0 a 1000 msnm. Es muy importante que el clima sea húmedo, pero a la vez caliente y que pueda llegar a tener periodos secos, esto debe de oscilar entre temperaturas que van desde los 16 a 30 grados (Ramírez, 2008).

La caña en el sector se demora entre 6 meses a 2 años para estar lista para la cosecha, los meses de siembra son de octubre hasta febrero, ya que de aquí viene la temporada de lluvia que es sumamente importante para la caña, tiene los meses de marzo, abril, mayo y muchas veces hasta julio para absorber toda esa agua, de ahí se debe esperar a que la caña se seque de agua para poderla cosechar, que por lo general son los meses de julio hasta octubre. Lo bueno de la caña es que no daña la tierra, la caña es un cultivo perenne, así que los pequeños cañicultores en el momento de la zafra solo cortan el tallo y dejan la madre, la misma que entre más se la corta más hijos llega a tener, es muy diferente a los ingenios porque estos al momento de la

zafra cortan todo y dejan el suelo limpio, para volver a sembrar. Revisar entrevista en apéndice B.

Los pequeños y medianos cañicultores específicamente del sector de Curtincápac llegan a cosechar todo el año. La mayoría de los cañicultores son también propietarios de las moliendas, en las cuales se extrae el jugo de la caña para producir alcohol. Ellos planifican los tiempos de cosecha para poder contar con producción de alcohol todo el año, ya que esta es la principal fuente de ingresos para las familias que se dedican a la venta de este. Los momentos en los que los agricultores no están cosechando o moliendo la caña, se dedican a limpiar los cañaverales.

Usos y propiedades de la caña de azúcar.

La caña de azúcar es un producto bastante explotado en el Ecuador y el mundo. La producción de esta, es esencial especialmente para la fabricación de azúcar. El azúcar es un producto con gran demanda nacional e internacional. Algunas características de la caña de azúcar en el Ecuador serán nombradas a continuación (Pilco, 2017).

- En el Ecuador el 80% de la caña cosechada en el territorio se destina a la producción de azúcar y alcohol. Mientras que el 20% es para la producción de panela.
- Para el 2017 se produjeron aproximadamente 10 millones de sacos de azúcar en el Ecuador.
- El 90% de la producción nacional de azúcar es destinada para el comercio exterior, mientras que el 10% se lo ha consumido internamente.
- El ingenio Valdez posee la producción más grande de caña cosechada en el Ecuador con más de 19 mil hectáreas cosechadas, la misma que da una producción de más de 3 millones de sacos de azúcar de 50 kilogramos anualmente.
- Las principales plagas que afectan los cultivos de caña son el barrenador de tallo, saltahojas, el salivazo, afido amarillo, picudo rayado entre otros.

- Los productos y subproductos derivados de la caña son: etanol, la melaza, azúcar, panela, miel, guarapo, también puede ser consumida como fruta y como combustible líquido.

Producción de caña y equivalencia en bagazo.

Según datos obtenidos de agricultores y cañicultores de la zona oriental del cantón Portovelo, 1 hectárea sembrada de caña produce aproximadamente 22 toneladas de caña de azúcar, de estas 22 toneladas se puede obtener 5500 litros de aguardiente, de cada tonelada de caña se pueden obtener entre 350 kilogramos y 250 kilogramos de bagazo, estas estimaciones son aproximadas y van a variar dependiendo de la calidad de los sembríos, la cantidad de lluvias y otras razones que alteran la producción de los cañaverales. Revisar entrevista en apéndice B.

Bagazo.

El bagazo de caña es el residuo que queda después de que la caña de azúcar pasa por un proceso en donde se le extrae todo el jugo, el resultado de este es el bagazo que está conformado por la corteza o medula y por la fibra. El bagazo de caña se lo puedo utilizar principalmente como combustible para las calderas en las molindas, como generador de energía tanto calórica como eléctrica, para la producción de papel y para la fabricación de abono orgánico para las plantaciones agrícolas.

Para la realización de este proyecto de tesis y para manejar datos específicos, de acuerdo a la información obtenida de los cañicultores y los dueños de las molindas del sector, se va a tomar dos equivalencias para el bagazo de caña, la primera en estado húmedo la cual es apenas pasa por el proceso de molienda que será de 350 kilogramos de bagazo de caña por tonelada y de bagazo seco será de 250 kilogramos por tonelada.

Para la realización del papel se necesita solamente la fibra, la cual pasa por un proceso de desmedulado, que es cuando el bagazo esta húmedo se puede extraer más o menos el 70% de fibra que con una equivalente de 350 kilogramos en estado húmedo serian 245 kilogramos de fibra disponibles como materia prima por tonelada, por otro lado en estado seco se puede extraer más o menos el 45% de fibra

por lo que de 250 kilogramos de bagazo seco que equivalen a 1 tonelada, se puede extraer 112,5 kilogramos de fibra para materia prima del papel de cocina.

Producción de bagazo y hojas de caña disponible para materia prima.

Para obtener los datos de cuanta materia prima hablando de bagazo y hojas de caña existen en los sectores aledaños a la planta de producción, se hizo una encuesta a los cañicultores de las 3 parroquias rurales del cantón Portovelo que comprenden las parroquias Morales, Curtincápac y Salatí incluyendo los sectores y barrios de los mismos, esto dio un total de 86 encuestados. Además, se cuenta con la información acerca de las hectáreas del barrio Chorrera perteneciente al cantón Portovelo y Zaruma y de la parroquia Guizagüiña del cantón Zaruma. En las tablas a continuación se toma también en consideración a la cooperativa 15 de Setiembre los cuales son los principales proveedores de la empresa Curcaña que cuentan con más de 100 hectáreas de caña de azúcar.

Tabla 3

Cantidad de Materia Prima Disponible en el Sector para Obtener Fibra de Bagazo en Estado Húmedo en 2018

Plaza	N. de Cañicultores	N. de Ha. de Caña	N. de Ton de Caña	N. de Bagazo de Caña en Kg	N. de Fibra de Bagazo en Kg
Curtincápac	30	78	1716	600600	420420
Morales	19	51,5	1133	396550	277585
Salatí	6	20	440	154000	107800
Coop. 15 de Septiembre	31	100	2200	770000	539000
Chorrera y Guizagüiña	Indefinido	200	4400	1540000	1078000
Total	86	450	9889	3461150	2422805

Tabla 4

Cantidad de Materia Prima Disponible en el Sector para Obtener Fibra de Bagazo en Estado Seco en 2018

Plaza	N. de Cañicultores	N. de Ha. de Caña	N. de Ton de Caña	N. de Bagazo de Caña en Kg.	N. de Fibra de Bagazo en Kg.
Curtincápac	30	78	1716	429000	193050
Morales	19	51,5	1133	283250	127462,5
Salatí	6	20	440	110000	49500
Coop. 15 de Septiembre	31	100	2200	550000	247500
Chorrera y Guizagüiña	Indefinido	200	4400	1100000	495000
Total	86	450	9889	2472250	1112512,5

Cantidad de hojas de caña disponibles en la zona.

En cuanto a las hojas de la caña de azúcar la equivalencia es diferente al bagazo. De cada planta de caña de azúcar se obtienen alrededor de 6 onzas de hojas ya trituradas en el molino que dan un aproximado total de 0,17 kilogramos. En una hectárea se poseen aproximadamente 600 plantas las cuales al menos dan 10 hijos dando un total de plantas disponibles de 6000, haciendo la conversión de 0,17 kilogramos por las 6000 plantas que existen aproximadamente en una hectárea de caña sembrada da un total de 1020 kilos de hojas ya trituradas, que equivaldría más a menos 1 tonelada. Simplificando este análisis en 1 hectárea hay aproximadamente 50 toneladas de caña de azúcar, en donde 1 tonelada de estas equivaldría solo a las hojas.

Tabla 5

Cantidad de Materia Prima Disponible en el Sector de Hojas de Caña en 2018

Plaza	N. de Cañicultores	N. de Ha. de Caña	N. de Ton. Hojas
Curtincápac	30	78	78
Morales	19	51,5	51,5
Salatí	6	20	20
Coop. 15 de Septiembre	31	100	100
Chorrera y Guizagüiña	Indefinido	200	200
Total	86	449,5	449,5

Producto y Proceso de Producción

Descripción del producto.

El producto que va a ser fabricado por la empresa Curcaña, será papel de cocina, el mismo que brindará cualidades absorbentes que permitirá sorber líquidos y además limpiar superficies sucias en la cocina. Este papel será realizado a base de residuos de caña, como principal materia prima tendrá el bagazo, y además también contará en segundo lugar con el aporte de materia de las hojas de la caña. Tanto el bagazo y las hojas de la caña poseen cualidades óptimas para la producción del papel, y además la toma de estos materiales van a reducir al mínimo el desecho de las moliendas de la caña de azúcar y además aumentar la producción ya que se tendrá mayor materia prima al utilizar también las hojas.

Proceso de producción.

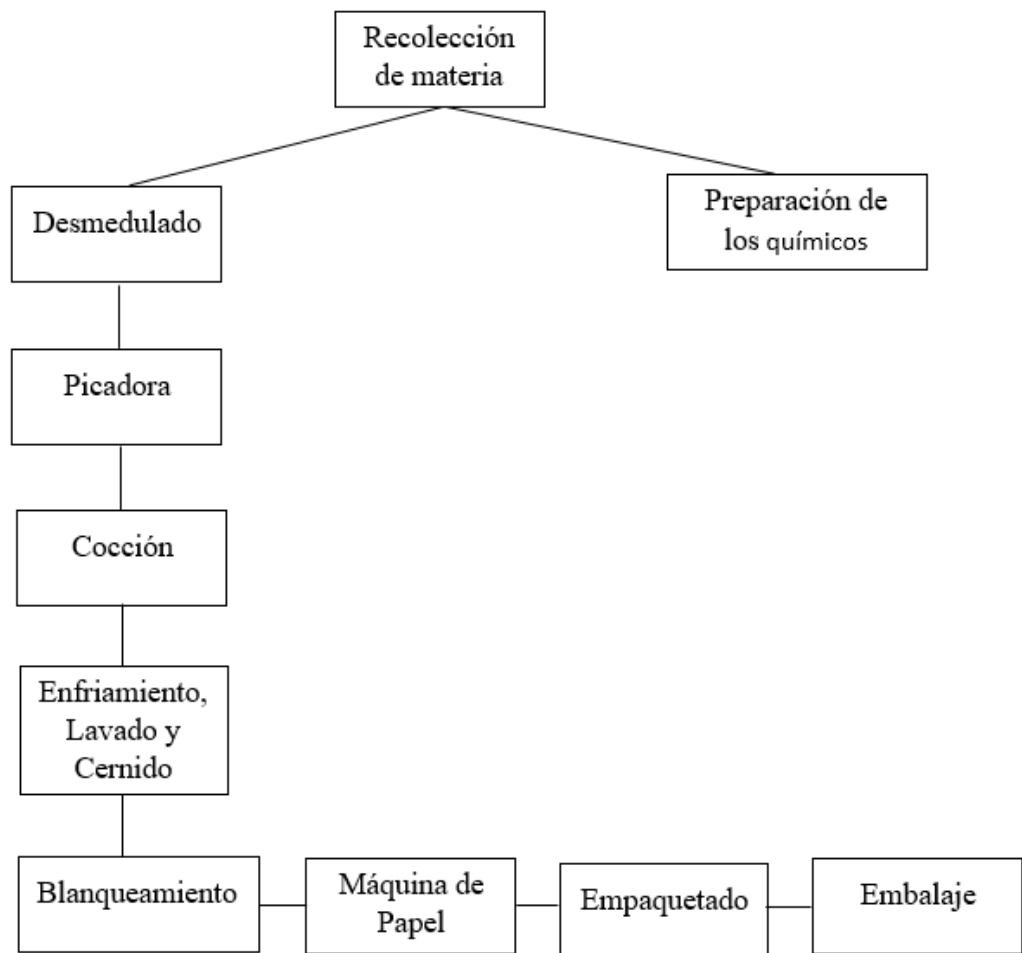


Figura 7. Proceso de Producción del Papel de Cocina a base de Residuos de Caña

Recolección de materia prima: Se colecta el bagazo y las hojas de la caña, en un proceso logístico que va a depender de la distancia y de la temporada de moliendas, ya que la caña es molida en diferentes fechas, por lo tanto, para ahorrar recursos, se fijará la recolección de estos materiales por sectores y por fechas. Los productos químicos serán obtenidos directamente del fabricante.

Preparación de los químicos: Al momento de recibir los productos químicos se les dará un tratamiento especial, ya que son productos que deben ser manejados con cuidado.

Desmedulado: Para el proceso de desmedulado, esto se lo realizará inmediatamente obtenido el bagazo de la caña, para óptimas condiciones se tratará de hacer el proceso de desmedulado húmedo en donde se extrae más o menos 70% de la fibra cuando el bagazo a penas a salido de la molienda, este proceso consiste en separar la medula de la fibra. Al comienzo del proyecto se contará con bagazo seco el mismo que ha sido apilado por años, por lo que se realizara el proceso de desmedulado en seco en donde se extrae aproximadamente el 45% de la fibra. Este proceso lo harán los trabajadores de manera manual.

Picadora: Se coloca la fibra del bagazo y las hojas en el molino o picadora, en donde serán trituradas hasta formar pequeñas partículas, la máquina picadora tiene una capacidad de 1425 kilos en una hora tomando en cuenta el nivel de eficiencia de 95%. Ver apéndice E.

Cocción: La cocción se la hace añadiéndole el producto químico en este caso (soda caustica), y lo resultante del proceso de triturado a una especie de olla llamada marmita, la capacidad de la marmita es de 285 litros cada una tomando en cuenta el nivel de eficiencia de 95%. El tiempo en el que se demora en hervir es de 15 minutos a una temperatura de 100 grados Celsius aproximadamente. Se contará con dos marmitas. Ver apéndice F.

Enfriamiento, lavado y cernido: Se debe dejar reposar por unos minutos para evitar accidentes y que sea más fácil el lavado. En este paso se pasará el contenido de la marmita a dos estructuras cuadrangulares de cemento de 120 cm de largo por 117 cm de ancho en donde cada una tiene la capacidad para 570 kilos, en

una estructura estará la cernidora y contará con su propio sistema de agua para realizar el lavado del material para eliminar el exceso del químico y las impurezas, este proceso tarda aproximadamente 15 minutos.

Blanqueamiento: El siguiente paso es el blanqueamiento, en este paso se va a trasladar la materia a la siguiente estructura de cemento en donde se va a aplicar el químico blanqueador que en este caso es (Peróxido de Sodio de 30 v.), este proceso tiene una duración de 15 minutos.

Maquina Papel: La máquina de papel tiene una capacidad de 760 kilogramos cada 20 minutos con un nivel de eficiencia del 95%, aquí se debe agregar la pasta de papel ya blanqueada, esta pasará por un sistema de rollos y cortadoras, además de pequeños orificios que extraen la humedad y le dan forma al rollo. Revisar Apéndice G.

Empaquetado: En este paso se contará con una maquina empaquetadora, que se encargara de ponerle el empaque de papel alrededor del rollo, la cual tiene una capacidad de 2280 kilos en una hora, que equivalen a 228 unidades. Esto significa que la maquina se demora 15 segundos en forrar una unidad. Revisar apéndice H.

Embalaje: En la parte del embalaje se pondrá el producto en cajas de 8 unidades para ser entregados al por mayor y para que su movilización sea más fácil.

Cantidad de materia prima para la elaboración de una unidad.

A través de varias pruebas realizadas mediante experimentación con los materiales, se pudo obtener las cantidades óptimas tanto para producir 1 hoja de papel de cocina, y por lo tanto las 50 hojas que conformar una unidad. Esta información es muy importante y necesaria para evitar el desperdicio de materia prima y para entregar al público un producto homogéneo y de calidad.

Tabla 6

Cantidad de Materia Prima para Fabricar una Hoja de Papel

Producto	Cantidad
Bagazo de Caña	10 g.
Hojas de Caña	4 g.
Blanqueador	10 g.
Soda Caustica	20 g.

Tabla 7

Cantidad de Materia Prima para Fabricar una Unidad de Producto

Producto	Cantidad
Bagazo de Caña	500 g.
Hojas de Caña	200 g.
Blanqueador	500 g.
Soda Caustica	1000 g.

Costo de la materia prima directa.

La principal materia prima no tiene costos directos ya que será donada, y se incurrirá solo en gastos de transporte que son considerados costos indirectos. En cuanto a las sustancias químicas necesarias para la producción el papel que en este caso son dos, el blanqueador y la soda caustica, se realizó una búsqueda constante de proveedores que brinden un producto de calidad y que además tengan proximidad con la planta.

Tabla 8

Costos de Materia Prima para Producir una Hoja

Producto	Cantidad	Costo
Bagazo de Caña	10g	0
Hojas de Caña	4g	0
Blanqueador	10ml	\$ 0,01
Soda Caustica	20ml	\$ 0,01
Total		\$ 0,02

Tabla 9

Costos de Materia Prima para Producir una Unidad de Producto

Producto	Cantidad	Costo
Bagazo de Caña	500g	0
Hojas de Caña	20g	0
Blanqueador	500ml	\$ 0,30
Soda Caustica	1000ml	\$ 0,70
Total		\$ 1,00

Proceso de logística para la obtención de la materia prima.

La caña de azúcar es un producto de ciclo largo que tarda entre 6 meses a 2 años para estar lista para ser cosechada, este es un reto que la empresa va a tener que asumir. En la zona cercana a la planta existen más 86 pequeños cañicultores que tienen el bagazo de caña almacenado desde hace años, y que se sigue acumulando. Aparte tenemos la Asociación 15 de Setiembre que serán nuestros principales proveedores los cuales están formados por 31 miembros y más de 100 hectáreas de caña que equivalen a 2200 toneladas. El proceso logístico constará en ubicar las molindas por 3 sectores, estos sectores se dividirán por las parroquias, Morales, Curtincápac y Salatí. En los primeros meses se va a gestionar la transportación de la caña que ha estado almacenada por algún tiempo teniendo en cuenta si las condiciones de la caña aún son óptimas para la producción, dependiendo de esto se

hará el transporte mediante una planificación que conllevará el espacio disponible de almacenamiento de la planta, y la cantidad diaria y semanal necesaria para realizar los papeles de cocina.

El objetivo de la planeación logística es gestionar los tiempos de cosecha y molienda de la caña de azúcar para obtener el bagazo húmedo para una mejor extracción de la fibra, además transportar la cantidad necesaria y que pueda ser almacenada en el espacio disponible en la fábrica, ya que lo que se quiere lograr es hacer solo viajes estratégicos con las cantidades que se necesiten para la producción, con el fin de no hacer gastos de transporte innecesarios y tener la cantidad suficiente para que nunca falte materia prima, pero que también no sobre para evitar ocupar espacio de almacenamiento innecesario. Para la transportación del bagazo se contratará un camión y una camioneta. La camioneta será para la transportación del bagazo de las plantaciones más cercanas y el camión será para distancias más largas.

Planta de Producción

Ubicación de la planta.

La planta de producción estará ubicada en la parroquia Curtincápac, cantón Portovelo en el barrio Las Lomas del mismo. Este sector se encuentra en la carretera principal en las vías de acceso que conectan tanto el cantón Portovelo con las parroquias Morales, Curtincápac y Salatí y también por una de las vías que conecta a la parte alta de la provincia de El Oro con El Cisne. Este sector cuenta con todos los servicios básicos tanto como agua, luz, teléfono, alumbrado público y alcantarillado. El terreno total en donde se encuentra el Galpón tiene una superficie de 200 metros cuadrados el mismo que será donado por miembros de la comunidad. Con las coordenadas -3.726429, -79.549749



Figura 8. Ubicación del terreno. Tomado de “Parroquia Curtincápac” de GoogleMaps, 2018.

Lay out en la planta.

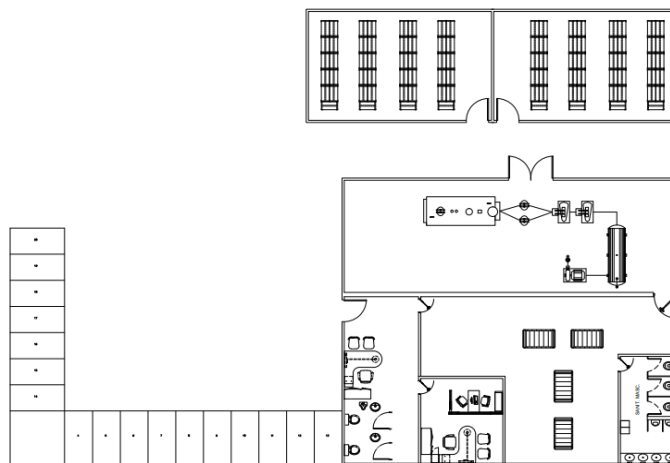


Figura 9. Diseño Externo de la Planta

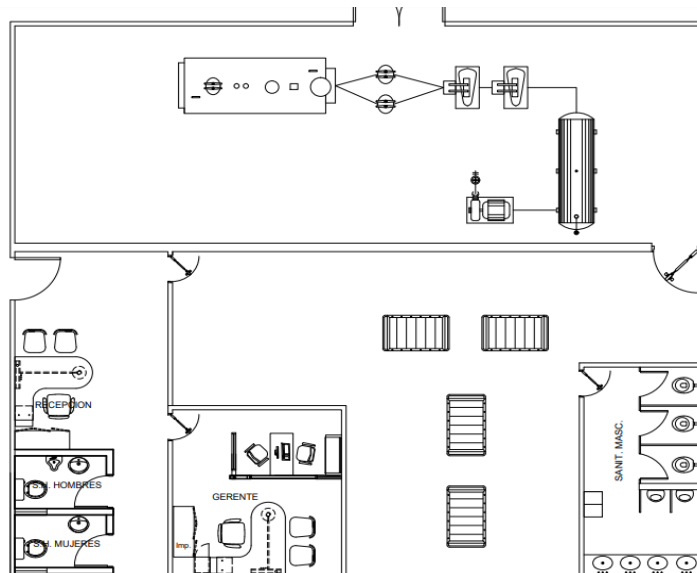


Figura 10. Diseño Interno de la Planta

La planta productora contará con un área separada de almacenamiento tanto para la materia prima, como para el producto final. En la parte interna contará con un sistema en U que ayuda a eliminar la contaminación cruzada, debido a los químicos usados para la manufactura del papel. Además, la distribución en U ayudará a que el producto siga un proceso ordenado y se lo haga de una manera más eficiente y rápida. La parte de producción estará separada por una pared de la parte de empaquetado y de la oficina, así mismo en el área de empaquetado se encontrará el baño para los obreros, y existirá otro en el área de la oficina. El área del galpón es de 200 metros cuadrados y el área de almacenaje tiene alrededor de 10 metros de largo por 4 metros de ancho.

Determinación de la capacidad de la planta.

Las siguientes tablas muestran la capacidad estándar y la que pueden desarrollar 8 horas diarias los 5 días de la semana laboral con la que cuentan cada una de las maquinarias que se utilizarán en el proceso de producción, respectivamente. Como se puede observar las cantidades de producción diaria en el proceso de desmedulado varían dependiendo del número de operarios que se encargarán de desmedular el bagazo de la caña; ya que a medida que el proceso va aumentando al utilizar las demás máquinas la cantidad de empleados para realizar esta acción disminuirá. La producción se la calculó de manera semanal; debido a que el proceso de desmedulado es arduo y requiere de suficiente mano de obra para que

se lleve a cabo de manera eficiente; por esto, el primer día de producción todos los operarios se dedicarán a desmedular hasta que se consiga la suficiente materia prima para que las demás máquinas empiecen su respectivo funcionamiento. Como resultado de estas cantidades se puede determinar que la capacidad de producción diaria es de 1500 unidades, tomando como referencia que la capacidad máxima de la máquina de papel es de 30000 unidades al mes.

Tabla 10

Capacidad de la Maquinaria

Máquina	Minutos	Capacidad	Unidad de Medida
15 Desmeduladores	60	1500	Kilos
Picadora	60	1425	Kilos
2 Marmita	15	570	Litros
Enfriamiento y cernido	15	570	Kilos
Blanqueamiento	15	570	Kilos
Máquina de papel	20	760	Kilos
Empaquetado	0,15	1	Unidad
Embalaje	2	8	Unidades

Tabla 11

Capacidad Semanal de la Maquinaria en Kilos y Unidades

Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5
Desmedulado 12000	Desmedulado 12600	Desmedulado 12000	Desmedulado 12000	Desmedulado 9600
	Picadora 11400	Picadora 11400	Picadora 11400	Picadora 11400
		Marmita 18240	Marmita 18240	Marmita 18240
		Enfriamiento 18240	Enfriamiento 18240	Enfriamiento 18240
		Blanqueo 18240	Blanqueo 18240	Blanqueo 18240
			Maquina 18240	Maquina 18240
				Empaquetado 1824
				Embalaje 1824

Las siguientes tablas muestran la capacidad estándar y la que pueden desarrollar 8 horas diarias los 5 días de la semana laboral con la que cuentan cada una de las maquinarias que se utilizarán en el proceso de producción, respectivamente. Como se puede observar las cantidades de producción diaria en el proceso de desmedulado varían dependiendo del número de operarios que se

encargarán de desmedular el bagazo de la caña; ya que a medida que el proceso va aumentando al utilizar las demás máquinas la cantidad de empleados para realizar esta acción disminuirá. La producción se la calculó de manera semanal; debido a que el proceso de desmedulado es arduo y requiere de suficiente mano de obra para que se lleve a cabo de manera eficiente; por esto, el primer día de producción todos los operarios se dedicarán a desmedular hasta que se consiga la suficiente materia prima para que las demás máquinas empiecen su respectivo funcionamiento.

Se puede observar que el proceso de producción en Curcaña es constante; ya que, cuenta con suficiente materia prima para trabajar en cada una de sus etapas. Siempre poseerá materia disponible; puesto que se aprovecha el primer día de trabajo al máximo con suficiente fibra de bagazo desmedulada, de esta manera las siguientes fases podrán ejercer su labor con normalidad. Las cantidades que se encuentran junto a cada etapa son los sobrantes que disponen los primeros días de producción, pero al quinto día, donde ya se utilizan todas las máquinas para conseguir el producto terminado, constarán con las cantidades mostradas en la tabla 12 y de esta manera seguirá constante durante todo el periodo de trabajo.

Tabla 12

Sobrantes en Kilos de la Producción Semanal

	Día 1		Día 2		Día 3		Día 4		Día 5
Desmedulado	12000	Desmedulado	12600	Desmedulado	13200	Desmedulado	13000	Desmedulado	11200
		Picadora	11400	Picadora	4560	Picadora	0	Picadora	0
				Marmita	0	Marmita	0	Marmita	0
				Enfriamiento	0	Enfriamiento	0	Enfriamiento	0
				Blanqueo	18240	Blanqueo	18240	Blanqueo	18240
						Maquina	18240	Maquina	18240
								Empaquetado	0
								Embalaje	0

Certificaciones de Calidad

Punto verde.

La empresa apunta a un futuro poderse convertir en una “Empresa Eco-Eficiente”. Esta dignidad puede ser tomada como una certificación o como un reconocimiento, que es otorgado por el Ministerio del Ambiente y además que se

encuentra avalado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), esta distinción se les da a las empresas a que están enfocadas en la producción limpia, en la disminución de desperdicios, en la utilización de recursos alternativos, eco amigables y reciclados y más que todo tengan producciones sustentables. Para acceder a este premio la empresa debe estar muy comprometida con el medio ambiente y con las buenas prácticas ambientales, además de esto debe mandar una carta de interés a la Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente. También deberá adjuntar el formulario de inscripción y de evaluación en donde se incluyen todos los aspectos que la empresa debe tener para merecer ser acreedora a una dignidad así. Como ejemplos está la Azucarera San Carlos y a Holcim (Ministerio del Ambiente , 2018).

Sello de calidad INEN.

Este sello certifica que un producto es de calidad y este tiene una duración de 3 años, para la obtención de esto sello la empresa tiene que cumplir con 2 requisitos, el primero es calidad del producto y sistema de gestión de calidad. Para obtener este deben mandar una solicitud al Director Ejecutivo del INEN, luego de esto la empresa va a recibir auditores que se encargaran de verificar que la empresa cumpla con todas las disposiciones ya expuestas en el instructivo que se lo puede entregar en la página web de la entidad. Si la empresa no llegara a pasar la primera inspección se le informara los aspectos negativos con el fin que la empresa pueda realizar gestiones de mejoramiento y serán visitad otra vez por auditores para comprobar si han hecho las mejores correspondientes (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017).

Capítulo V:

Estudio Financiero

Financiamiento de la Empresa

La empresa Curcaña al estar catalogada como una cooperativa amparada por la Ley de Economía Popular y Solidaria, contará con el aporte de sus socios como capital para el funcionamiento de la empresa, estas aportaciones van a ser en forma de dinero o en forma de bienes. La empresa también poseerá donaciones, cuyo tratamiento ya se encuentra estipulado en el reglamento interno de la empresa como es el caso del Galpón en donde se adaptará la fábrica de producción de papel y el terreno en el que está construido esta. Las aportaciones de los socios servirán para la remodelación y adaptación del galpón, para la fabricación del papel, como es la construcción de áreas sanitarias y de áreas administrativas, además de la compra de la materia prima y las respectivas máquinas. Con el mismo capital se pretende construir el área de bodega en donde se almacenará el producto terminado y la materia prima.

Tabla 13

Aportación de capital de los socios (primera parte)

Socios	Aportación	%
1	\$ 6.029,64	3,45%
2	\$ 6.029,64	3,45%
3	\$ 6.029,64	3,45%
4	\$ 6.029,64	3,45%
5	\$ 6.029,64	3,45%
6	\$ 6.029,64	3,45%
7	\$ 6.029,64	3,45%
8	\$ 6.029,64	3,45%
9	\$ 6.029,64	3,45%
10	\$ 6.029,64	3,45%
11	\$ 6.029,64	3,45%
12	\$ 6.029,64	3,45%
13	\$ 6.029,64	3,45%
14	\$ 6.029,64	3,45%
15	\$ 6.029,64	3,45%
16	\$ 6.029,64	3,45%
17	\$ 6.029,64	3,45%
18	\$ 6.029,64	3,45%

Tabla 14

Aportaciones de capital de los socios

Socios	Aportación	%
19	\$ 6.029,64	3,45%
20	\$ 6.029,64	3,45%
21	\$ 6.029,64	3,45%
22	\$ 6.029,64	3,45%
23	\$ 6.029,64	3,45%
24	\$ 6.029,64	3,45%
25	\$ 6.029,64	3,45%
26	\$ 6.029,64	3,45%
27	\$ 6.029,64	3,45%
28	\$ 6.029,64	3,45%
29	\$ 6.029,64	3,45%
Total, Aportaciones	\$ 174.859,47	100,00%

Inversión en obras civiles.

La empresa contará con un terreno y un galpón que serán donados por socios de la compañía. El galpón tiene que ser adecuado para que pueda cumplir el papel tanto de planta de producción y que además cuenta con áreas administrativas. Además, se construirá una bodega para almacenar materia prima y producto final. Vale recalcar que muchos de los materiales como cemento y bloque serán donados por los gobiernos sectoriales.

Tabla 15

Presupuesto de Infraestructura

Denominación	Presupuesto
Área de Oficina	\$ 3.000,00
Área de Producción	\$ 4.000,00
Vías de Acceso	\$ 2.000,00
Área de Almacenamiento	\$ 3.000,00
Áreas Exteriores	\$ 2.000,00
Parqueadero	\$ 2.000,00
Total	\$ 16.000,00
IVA 12%	\$ 1.920,00
Total + IVA	\$ 17.920,00

Inversión activos fijos.

Tabla 16

Inversión en Maquinarias

Maquinaria	Valor
Picadora	\$ 1.290,00
2 Marmitas	\$ 5.080,00
Cernidor de Acero	\$ 100,00
2 Tanques de Lavado	\$ 400,00
Máquina de Papel	\$ 30.000,00
Empaquetadora	\$ 10.000,00
Total	\$ 46.870,00

Tabla 17

Inversión en Equipos de Oficina

Equipos de oficina	Valor
Computadora	\$ 700
Laptops	\$ 2.000
Teléfono	\$ 45
Aire Acondicionado	\$ 600
Impresora	\$ 300
Total	\$ 3.645,00

Tabla 18

Inversión Muebles de Oficina

Muebles de oficina	Valor
Sillas	\$ 400
Escritorios	\$ 330
Archivadores	\$ 320
Total	\$ 1.050,00

Capital de Trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo que determinara la capacidad de la compañía ara llevar a cabo las tareas correspondientes, se han tomado como referencia dos meses dando un total de \$ 86.524,47.

Tabla 19

Capital de trabajo

Costos de Operación	Mes 1	Mes 2	Total
Materia Prima	\$ 22.950,00	\$ 22.950,00	\$ 45.900,00
Mano de Obra	\$ 9.852,10	\$ 9.852,10	\$ 19.704,20
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 3.899,10	\$ 3.899,10	\$ 7.798,20
Total	\$ 36.701,20	\$ 36.701,20	\$ 73.402,40
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	\$ 4.920,20	\$ 4.920,20	\$ 9.840,40
Suministros y Materiales	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 140,00
Total	\$ 4.990,20	\$ 4.990,20	\$ 9.980,40
Gastos de Venta			
Publicidad y Promoción	\$ 1.570,83	\$ 1.570,83	\$ 3.141,67
Total	\$ 1.570,83	\$ 1.570,83	\$ 3.141,67
Capital de Trabajo	\$ 43.262,23	\$ 43.262,23	\$ 86.524,47

Inversión del Proyecto

Para determinar la inversión inicial del proyecto se tomó todos los activos tanto fijos como diferidos y el capital de trabajo dando un total de \$174.859,47 monto que va a ser aportado por los 29 socios de la cooperativa.

Tabla 20

Inversión Inicial

Descripción	Valor
Maquinaria	\$ 46.870,00
Muebles de Oficina	\$ 1.050,00
Equipos de Oficina	\$ 3.645,00
Obra Civil	\$ 17.920,00
Terreno	\$ 7.000,00
Edificio	\$ 10.000,00
Gastos de Constitución	\$ 1.450,00
Gastos de Pre operación	\$ 400,00
Capital de Trabajo	\$ 86.524,47
Total	\$ 174.859,47

Sueldos y Salarios

Para la asignación de sueldos y salarios del personal administrativo y de la mano de obra se tomó en consideración la tabla de sueldos y mínimos sectoriales del 2019 (Ministerio del Trabajo, 2019).

Tabla 21

Sueldos y Salarios

Cargo	Sueldo	Neto a Pagar
Gerente General	\$ 1.100,00	\$ 1.391,70
Secretaria	\$ 550,00	\$ 712,27
Supervisor de Marketing y Ventas	\$ 800,00	\$ 1.021,10
Vendedores	\$ 700,00	\$ 1.795,13
Supervisor de Producción y Logística	\$ 800,00	\$ 1.021,10
Operarios	\$ 450,00	\$ 8.831,00
Total Mensual	\$ 4.400,00	\$ 14.772,30

Proyección de la Demanda

Para determinar la demanda del proyecto se tomó la encuesta de Estratificación Socioeconómica, de las cuales se tomó 4 estratos los mismos que son A, B, C+ y C- (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2019). Para determinar la demanda se tomó los datos obtenidos en la encuesta. Revisar Apéndice C.

Tabla 22

Proyección de la demanda de la provincia de El Oro

Calculo de la Demanda	Cantidad
Población que adquiere papel de Cocina	59.240
Aceptación de la propuesta	99%
Precio (1,50-2,50)	64%
Demanda mensual (2)	50%
Mercado Potencial	18767,22756
Consumo Mensual de Papel de Cocina	2,00
Proyección Mensual de Ventas	37534,46

Balance General

Tabla 23

Estado de situación financiero

Balance General Final Projectado

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 86.524,47	\$ 183.339,71	\$ 269.325,02	\$ 347.502,43	\$ 424.817,59	\$ 501.309,20
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 86.524,47	\$ 183.339,71	\$ 269.325,02	\$ 347.502,43	\$ 424.817,59	\$ 501.309,20
ACTIVOS FIJOS						
Terreno	\$ 7.000	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Edificio	\$ 10.000	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Maquinaria	\$ 46.870,00	\$ 46.870,00	\$ 46.870,00	\$ 46.870,00	\$ 46.870,00	\$ 46.870,00
Equipos de Oficina	\$ 3.645,00	\$ 3.645,00	\$ 3.645,00	\$ 3.645,00	\$ 3.645,00	\$ 3.645,00
Muebles de Oficina	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00
Obra civil	\$ 17.920,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Depreciación Acumulada		\$ (4.233,52)	\$ (8.467,03)	\$ (12.700,55)	\$ (15.811,48)	\$ (18.922,42)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 86.485	\$ 64.331,48	\$ 60.097,97	\$ 55.864,45	\$ 52.753,52	\$ 49.642,58
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos Pre-Operacionales	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Constitución	\$ 1.450,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortización Acumulada	0	\$ (370,00)	\$ (740,00)	\$ (1.110,00)	\$ (1.480,00)	\$ (1.850,00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.850,00	\$ (370,00)	\$ (740,00)	\$ (1.110,00)	\$ (1.480,00)	\$ (1.850,00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 174.859,47	\$ 247.301,20	\$ 328.682,99	\$ 402.256,88	\$ 476.091,11	\$ 549.101,79
PASIVOS						
PASIVOS A LARGO PLAZO						
Préstamo Bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 174.859,47	\$ 154.719,47	\$ 154.349,47	\$ 153.979,47	\$ 153.609,47	\$ 153.239,47
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 92.581,73	\$ 81.751,79	\$ 73.943,89	\$ 74.204,23	\$ 73.380,68
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 92.581,73	\$ 174.333,52	\$ 248.277,41	\$ 322.481,64
TOTAL PATRIMONIO	\$ 174.859,47	\$ 247.301,20	\$ 328.682,99	\$ 402.256,88	\$ 476.091,11	\$ 549.101,79
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 174.859,47	\$ 247.301,20	\$ 328.682,99	\$ 402.256,88	\$ 476.091,11	\$ 549.101,79

Estado de Resultados

Tabla 24

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS

MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 694.800,00	\$ 694.800,00	\$ 698.709,60	\$ 711.356,24	\$ 724.231,79
COSTOS OPERATIVOS	\$ 487.664,40	\$ 496.491,13	\$ 505.477,62	\$ 514.626,76	\$ 523.941,50
UTILIDAD BRUTA EN VTAS	\$ 207.135,60	\$ 198.308,87	\$ 193.231,98	\$ 196.729,48	\$ 200.290,29
GASTOS OPERATIVOS	\$ 97.845,92	\$ 101.760,30	\$ 105.869,18	\$ 109.060,39	\$ 113.590,08
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 77.162,40	\$ 80.779,03	\$ 84.584,78	\$ 88.589,96	\$ 92.805,44
Sueldos y Salarios y demas beneficios	\$ 59.042,40	\$ 62.331,06	\$ 65.802,90	\$ 69.468,12	\$ 73.337,50
Gastos de Servicios	\$ 17.280,00	\$ 17.592,77	\$ 17.911,20	\$ 18.235,39	\$ 18.565,45
Suministros y materiales	\$ 840,00	\$ 855,20	\$ 870,68	\$ 886,44	\$ 902,49
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	\$ 16.450,00	\$ 16.747,75	\$ 17.050,88	\$ 17.359,50	\$ 17.673,71
Radio	\$ 5.000,00	\$ 5.090,50	\$ 5.182,64	\$ 5.276,44	\$ 5.371,95
Ferías y Casas Abiertas	\$ 1.000,00	\$ 1.018,10	\$ 1.036,53	\$ 1.055,29	\$ 1.074,39
Afiches	\$ 450,00	\$ 458,15	\$ 466,44	\$ 474,88	\$ 483,48
Honorario Diseñador grafico	\$ 400,00	\$ 407,24	\$ 414,61	\$ 422,12	\$ 429,76
Honorario Manejo de Redes Sociales	\$ 9.600,00	\$ 9.773,76	\$ 9.950,67	\$ 10.130,77	\$ 10.314,14
<u>OTROS GASTOS</u>	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 3.110,93	\$ 3.110,93
Depreciación y Amortización	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 3.110,93	\$ 3.110,93
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 109.289,68	\$ 96.548,58	\$ 87.362,81	\$ 87.669,09	\$ 86.700,21
Participación de Utilidades (15%)	\$ 16.393,45	\$ 14.482,29	\$ 13.104,42	\$ 13.150,36	\$ 13.005,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 92.896,23	\$ 82.066,29	\$ 74.258,39	\$ 74.518,73	\$ 73.695,18
Impuesto a la Renta (22%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 92.896,23	\$ 82.066,29	\$ 74.258,39	\$ 74.518,73	\$ 73.695,18

Flujo de Caja

Tabla 25

Flujo de Caja

FLUJO DEL PROYECTO

PERIODOS	MENSUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades 30%			108000	108000	108000	108000	108000
Precio Tiendas			\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,04	\$ 2,07	\$ 2,11
Unidades 70%			\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,93	\$ 1,97
Precio Distribuidor			252000,00	252000,00	252000,00	252000,00	252000,00
Ingresos anuales	\$ 57.900,00	\$ -	\$ 694.800,00	\$ 694.800,00	\$ 698.709,60	\$ 711.356,24	\$ 724.231,79
Costos:							
Costo de Producción por valor unitario	\$ 40.638,70		\$ 487.664,40	\$ 496.491,13	\$ 505.477,62	\$ 514.626,76	\$ 523.941,50
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>			\$ 77.162,40	\$ 80.779,03	\$ 84.584,78	\$ 88.589,96	\$ 92.805,44
Sueldos y Salarios y demás beneficios	\$ 4.920,20	\$ -	\$ 59.042,40	\$ 62.331,06	\$ 65.802,90	\$ 69.468,12	\$ 73.337,50
Gastos de Servicios	\$ 1.440,00		\$ 17.280,00	\$ 17.592,77	\$ 17.911,20	\$ 18.235,39	\$ 18.565,45
Suministros y materiales	70	\$ -	\$ 840,00	\$ 855,20	\$ 870,68	\$ 886,44	\$ 902,49
<u>GASTOS DE VENTAS</u>			\$ 16.450,00	\$ 16.747,75	\$ 17.050,88	\$ 17.359,50	\$ 17.673,71
Radio	\$ 416,67		\$ 5.000,00	\$ 5.090,50	\$ 5.182,64	\$ 5.276,44	\$ 5.371,95
Ferías y Casas Abiertas	\$ 83,33		\$ 1.000,00	\$ 1.018,10	\$ 1.036,53	\$ 1.055,29	\$ 1.074,39
Afiches	\$ 37,50		\$ 450,00	\$ 458,15	\$ 466,44	\$ 474,88	\$ 483,48
Honorario Diseñador grafico	\$ 33,33		\$ 400,00	\$ 407,24	\$ 414,61	\$ 422,12	\$ 429,76
Community Manager	\$ 800,00		\$ 9.600,00	\$ 9.773,76	\$ 9.950,67	\$ 10.130,77	\$ 10.314,14
Fletes de Personal de Ventas	\$ 200,00		\$ 2.400,00	\$ 2.443,44	\$ 2.487,67	\$ 2.532,69	\$ 2.578,53
Total Costos Operacionales o fijos	\$ -	\$ -	\$ 93.612,40	\$ 97.526,78	\$ 101.635,66	\$ 105.949,46	\$ 110.479,14
Total Costos Fijos y variables	\$ 40.638,70	\$ -	\$ 581.276,80	\$ 594.017,90	\$ 607.113,28	\$ 620.576,22	\$ 634.420,65
<u>OTROS GASTOS</u>							
Depreciación Activos Fijos	\$ 352,79		\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 3.110,93	\$ 3.110,93
Amortización Activos Diferidos	\$ 30,83		\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00	\$ 370,00
Flujo Antes de Participacion Trabajadores	\$ 16.877,67	\$ -	\$ 108.919,68	\$ 96.178,58	\$ 86.992,81	\$ 87.299,09	\$ 86.330,21
(-) Participación Utilidades	\$ 2.531,65	\$ -	\$ 16.337,95	\$ 14.426,79	\$ 13.048,92	\$ 13.094,86	\$ 12.949,53
Flujo después de Impuestos	\$ 14.346,02	\$ -	\$ 92.581,73	\$ 81.751,79	\$ 73.943,89	\$ 74.204,23	\$ 73.380,68
(+) Depreciaciones:	\$ 352,79	\$ -	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 4.233,52	\$ 3.110,93	\$ 3.110,93
Capital de trabajo		\$ (86.524,47)					
Activos Fijos		\$ (88.335,00)					
Flujo de Caja Neto	\$ 14.698,82	\$ (174.859,47)	\$ 96.815,25	\$ 85.985,31	\$ 78.177,40	\$ 77.315,16	\$ 76.491,61
Pay Back del proyecto		\$ (174.859,47)	\$ (78.044,22)	\$ 7.941,09	\$ 86.118,49	\$ 163.433,66	\$ 239.925,27

TIR y VAN

Tabla 26

TIR y VAN

VALORACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN FLUJO DE CAJA							
Flujo de Caja Neto	\$	-	\$ 96.815,25	\$ 85.985,31	\$ 78.177,40	\$ 77.315,16	\$ 76.491,61
Inversión Fija	\$	(88.355,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Corriente	\$	(86.524,47)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado	\$	(174.879,47)	\$ 96.815,25	\$ 85.985,31	\$ 78.177,40	\$ 77.315,16	\$ 76.491,61
Pay Back	\$	(174.879,47)	\$ (78.064,22)	\$ 7.921,09	\$ 86.098,49	\$ 163.413,65	\$ 239.905,26
TMAR			16,18%				
TIR			40%				
VAN	\$	100.582,27					

Tabla 27

TMAR

Actividad Comercial	TMAR
Ganadería	15,00%
Avicultura	12,00%
Crianza de Cerdos	18,50%
Destilado de Aguardiente	25,00%
Cultivos de Ciclo Corto	10,40%
Promedio	16,18%

Analizando la tabla 25, se puede determinar que los resultados del flujo de caja son favorables para la compañía; ya que, los inversionistas estipularon una tasa mínima atractiva de retorno del 16,18%, obtenida de un promedio elaborado a partir de ciertas entrevistas hechas a los principales referentes de las actividades económicas más reconocidas en el sector de Curtincápac como se puede observar en la tabla 27, debido a que como la actividad que realizará la empresa es nueva y no existe constancia o registro histórico para poder tomarlo como referencia, se tomó como guía las actividades principales del sector. Luego de realizar las proyecciones se consiguió como resultado una tasa interna de retorno del 40%, esto quiere decir que el proyecto es viable; ya que la TIR es mayor que la TMAR, en otras palabras, se alcanza una viabilidad mayor a la esperada. Adicional, se logra como resultado un valor actual neto de \$100.582,27, que, según la teoría, si se obtiene un VAN mayor a 0 el proyecto es rentable para sus accionistas.

Indicadores Financieros

ROE.

Para calcular el retorno sobre el capital se divide la utilidad neta, tomada de la tabla 24 año 1, sobre el patrimonio, tomado de la tabla 23 año 1, teniendo como resultado 0,37; esto quiere decir, que las utilidades netas correspondieron al 37% del patrimonio, es decir que los socios obtuvieron un rendimiento sobre su inversión del 37%.

ROA.

Para calcular el retorno sobre los activos se divide la utilidad neta, tomada de la tabla 24 año 1, sobre el total de activos, tomado de la tabla 23 año 1, teniendo como resultado 0,37; esto quiere decir, que las ventas con respecto a los activos totales correspondieron al 37%, lo que significa, que cada dólar invertido en activos totales generó 37% centavos de utilidad neta.

Apalancamiento.

Para calcular el apalancamiento se divide el total de activos sobre el patrimonio, tomados de la tabla 23 año 1, teniendo como resultado 1; esto quiere decir, que todas las unidades monetarias conseguidas de activos han sido gracias al patrimonio en su totalidad.

Conclusiones

En conclusión, se puede afirmar que el proyecto está dentro de lo que en Ecuador se conoce como Economía Popular y Solidaria; ya que Curcaña cumple con los requisitos para integrarse a la ley que rige a este tipo de entidades, misma que brinda a una comunidad un sin número de beneficios para fomentar el trabajo cooperativo y la creación de empleos para el pueblo ecuatoriano, sin contar que estos incentivos propuestos por el gobierno tratan de incrementar la productividad y competitividad del país frente al resto del mundo.

De acuerdo a la teoría Económica Evolutiva de las Empresas se corroboró que con la experiencia que los empleados adquieren en su día a día le generan mayores oportunidades de crecimiento a la corporación y esta representa a su vez la cara de la compañía frente al mundo. Desde el inicio de la cadena de valor se puede contar con la práctica de los cañicultores al momento del desmedulado para que la producción sea a la perfección.

La maquinaria que se usa para el proceso de producción es específica y necesaria, de esta manera se logra producir las 30.000 unidades de papel de cocina elaborados a partir del bagazo y hojas de la caña de azúcar, tomando en cuenta que los nativos de la zona son los encargados de proveer a la empresa de materia prima suficiente, tomando en consideración que con la gran cantidad de bagazo que se posee, no se desperdicia ni un segundo del día y la producción se mantiene constante. De este modo se puede comprobar que la demanda en El Oro, específicamente Machala, Santa Rosa, Pasaje, El Guabo, Huaquillas y Arenillas, y Zaruma, Portovelo, Atahualpa y Piñas en la parte baja y alta de la provincia respectivamente, será satisfecha casi en un 100% por el producto que ofrece Curcaña, gracias a un estudio de mercado profundo se analizó las rutinas de compras y se conoció un poco más fondo a los oreños, gracias a esto los habitantes se encuentran identificados con un bien que se elabora en la zona y más aún si ayuda al medio ambiente y genera empleo a los ciudadanos.

Luego del análisis financiero se determinó la factibilidad del proyecto, dando a conocer a los lectores y a los socios que invertirán en la compañía, que su inversión

se recuperará el segundo año después de que la empresa empiece a producir y su rentabilidad será de un 31,13%, resultado de la resta entre la rentabilidad esperada (10,87%) y la tasa interna de retorno que el proyecto dio a partir de su flujo de caja (42%). Ahora bien, revisando los números de los estados financieros, principalmente del estado de resultados y el flujo de caja se puede observar que los dígitos son positivos y atractivos para los inversores.

Recomendaciones

El gobierno cada día está incentivando a la producción creando leyes como lo es la Ley de Economía Popular y Solidaria, para ayudar a pueblos y comunidades a que generen ingresos propios con una actividad de transformación de materias primas. Para esto, el gobierno debería agregar estrategias de comunicación para dar a conocer los beneficios de esta ley y la manera en el que este puede contribuir a los diferentes proyectos. Por otro lado, debería también capacitar a los miembros de las cooperativas y asociaciones y demás organizaciones amparadas bajo esta ley, tanto en términos legales como en planificación estratégica para que estos proyectos puedan evolucionar y no quedarse estancados. Así mismo, debería apoyar más al trabajo de la tierra, y crear conciencia en el manejo de esta, para que cada día existan más empresas con un manejo sustentable de los recursos.

En el sector de productos Tisú se recomienda, disminuir la utilización de químicos que son peligrosos, además de utilizar materiales de blanqueo naturales, para evitar la contaminación.

Para la industria del papel se recomienda, utilizar diferentes tipos de fibras, para disminuir la tala de árboles, y experimentar con materiales que sean reciclados, ya que el papel es un producto de un solo uso. Además se recomienda utilizar métodos que no incrementen los costos, más bien que los mantengan, para incentivar al consumidor a comprar productos ecos amigables.

En cuanto, a las recomendaciones para la empresa Curcaña, esta cuenta con una capacidad limitada de la maquinaria, por lo que la producción total de la planta abastece, aunque no en su totalidad solo a la provincia de El Oro, la misma que fue el mercado meta para la realización de este proyecto. Se le recomienda a la empresa Curcaña que a partir del año 5 comience a invertir en maquinaria con una mayor capacidad de producción, con el fin de expandir su oferta a nivel nacional, y así mismo algún día llegar a nivel internacional. Por lo mismo, se le recomienda a la empresa crear alianzas estratégicas con las asociaciones de cañicultores cantonales, provinciales y nacionales, para obtener el bagazo de caña, y así mismo se puedan

ayudar mutuamente. De la misma manera vincularse con organizaciones que apoyen a este tipo de empresas tanto públicas como privadas.

En el caso futuro que la empresa tenga la capacidad de exportar su producto, será necesario obtener diferentes certificaciones internacionales, enfocadas en la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, por lo que se le recomienda buscar alternativas eco amigables a los químicos utilizados para la fabricación del papel de cocina, de la misma manera, llevar un correcto manejo de las sustancias, tanto líquidos como lodos, los cuales poseen contaminantes, orgánicos como no orgánicos. Los mismos que deberán tener un tratamiento especial, para que no contamine el medio ambiente y se pueda reutilizar de una u otra manera.

Referencias

- AENOR Ecuador. (2015). *Certificación ISO 14001*. Obtenido de http://www.aenorecuador.com/media/5554/iso_14001_aenor_ecuador.pdf
- Aguado, L. F., y Osorio, A. M. (2006). Percepción subjetiva de los pobres: Una alternativa a la medición de la pobreza. *Reflexión Política*, 8(15). Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/110/11001503/>
- Aguilar, N. (10 de Septiembre de 2010). *Efecto del almacenamiento de bagazo de caña en las propiedades físicas de celulosa grado papel*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-77432011000200008
- Andrade, D., & Flores, M. (2008). *Consumo de Productos Orgánicos/Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos*. Quito: El Chasqui Ediciones. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>
- Arriols, E. (22 de enero de 2018). ¿Qué es la sostenibilidad ambiental y social? *Ecología Verde*, 3-6. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-sostenibilidad-ambiental-y-social-1070.html>
- Asamblea Nacional. (21 de Junio de 2010). *Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Asamblea Nacional. (30 de Junio de 2016). *LEY ORGÁNICA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, USO Y GESTIÓN DE SUELO*. Obtenido de <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Ley-Organica-de-Ordenamiento-Territorial-Uso-y-Gestion-de-Suelo1.pdf>
- Ban Ecuador. (noviembre de 2018). *BanEcuador*. Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/tasas-de-interes/>

- Banco Central del Ecuador. (2016). REPORTE DE COYUNTURA SECTOR AGROPECUARIO. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201504.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (octubre de 2018). *ECUADOR: REPORTE MENSUAL DE INFLACIÓN*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201810.pdf>
- Benemérito Cuerpo de Bomberos. (2015). *Reglamento de Prevención de Incendios*. Obtenido de http://www.bomberoscalvas.gob.ec/archivos/REGLAMENTO_PREVENCION_INCENDIOS.pdf
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia, Bogotá: Pearson Educación.
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (9 de julio de 2018). *Principales Estadísticas Macroeconómicas del País*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/pib-http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2018/02/Entorno-economico-ccg.pdf-ecuador>
- Confederation of European Paper Industry. (2015). *Global tissue business outlook with special focus on European developments*. Recuperado de <http://www.cepi.org/system/files/public/documents/events/EuropeanPaperWeek2015/Uutela%20-%20RISI.pdf>
- Departamento de Inteligencia de Mercados. (2017). *Guía de Mercado Multisectorial: Ecuador*. Lima.
- El Comercio. (26 de junio de 2018). *Ecuador suscribe convenios con asociaciones para mejorar producción*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-convenios-asociaciones-produccion-inen.html>

- El Norte. (16 de julio de 2018). *Desempleo en Ecuador disminuyó en el primer semestre de 2018*. Obtenido de <https://www.elnorte.ec/actualidad/desempleo-en-ecuador-disminuyo-en-el-primer-semester-de-2018-IX101695>
- El Telégrafo. (27 de diciembre de 2015). *Los jóvenes que migran para conseguir un título*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/los-jovenes-que-migran-para-conseguir-un-titulo>
- El Telégrafo. (8 de mayo de 2018). Ecuador ocupa puesto 82 de ranking de complejidad económica. págs. 3-4.
- El Tiempo. (30 de enero de 2018). *Se analizan las nuevas tendencias sobre consumo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/1/se-analizan-las-nuevas-tendencias-sobre-consumo>
- El Universo. (8 de noviembre de 2018). *Ecuador registra inflación de -0,05% en octubre, según INEC*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/11/08/nota/7039407/ecuador-registra-deflacion-005-octubre-segun-inec>
- Giménez, G. (1996). Territorio y Cultura. *Estudios sobre las culturas contemporáneas, II(4)*.
- Gobierno Autónomo de Centralizado de la parroquia Curtincápac. (2018). Recuperado de <http://curtincapac.gob.ec/>
- Harford, T. (2018). *Cincuenta innovaciones que han cambiado al mundo*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Heras, I., & Casadesús, M. (2006). Los estándares internacionales de sistemas de gestión. *Boletín ICE Económico*, 45-52.
- Hernández, F. J., Valencia, A. C., Toledo, J. A., & Hernández, H. (2013). *El sector cañero en Nayarit desde una perspectiva organizacional y ambiental*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1333/cana-azucar.html>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

- Hoyos, R. (2016). *Plan de Marketing: Diseño, Implementación y Control*. Bogotá: ECOE.
- Hubbe, M., & Bowden, C. (2009), Handmade paper: A review of its history, craft, and science. *BioResources*, 4(4), 1736-1792. Recuperado de http://ojs.cnr.ncsu.edu/index.php/BioRes/article/view/BioREs_04_4_1736_Hubbe_Bowden_Handmade_Paper_Review
- Illescas, W., Landín, S., & Romero, L. (2015). *Costumbres y tradiciones en la provincia de El Oro Ecuador: un enfoque turístico*. Machala, El Oro, Ecuador.
- INEC. (2010). *Fascículo Provincial de El Oro*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf
- INEC. (2011-2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011-2012*.
- INEC. (enero de 2018). *Ecuador: Proyección de población por años en edades simples*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:x6gDvNxNSIQJ:www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/PROYECCION_POR_EDADES_PROVINCIAS_2010-2020_Y_NACIONAL_2010-2020.xlsx+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=
- Instituto de Propiedad Intelectual. (29 de agosto de 2006). *Ley de Propiedad Intelectual (Codificación N° 2006-013)*. Obtenido de http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=195678
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (14 de octubre de 2012). *LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA*. Obtenido de https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Recuperado de www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-

inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2017/Indice_depublicacion_ES
PAC_2017.xlsx

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Directorio de empresas y establecimientos*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo Indicadores Laborales*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Presentacion_Empleo.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Fascículo provincial El Oro. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2018). *Reporte de pobreza y desigualdad*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2018/Junio-2018/Informe_pobreza_y_desigualdad-junio_2018.pdf

Krugman, P., & Wells, R. (2008). Fundamentos de Economía. En *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Reverté.

La República. (15 de junio de 2018). *Ecuador suscribe convenios de inversión por más 9.000 millones de dólares*. Obtenido de <https://www.larepublica.ec/blog/economia/2018/06/15/ecuador-suscribe-convenios-de-inversion-por-mas-9-000-millones-de-dolares/>

Landy, F. (2013). Incidencia del Movimiento de Mujeres de El Oro en el fortalecimiento de las cajas de ahorro y crédito de la provincia de El Oro, en el periodo de enero a septiembre de 2013. Cuenca, Cuenca, Ecuador.

- Larrea, C. (2006). *Hacia una historia ecológica del Ecuador: propuesta para el debate*. (Vol. 15). Corporación Editora Nacional.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (31 de octubre de 2018). *B155 – Convenio busca incorporar nuevas tecnologías para las pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/b155-convenio-busca-incorporar-nuevas-tecnologia-en-las-pequenas-y-medianas-empresas/>
- Ministerio del Ambiente . (2018). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde-sector-productivo-y-de-servicios/>
- Ministerio del Ambiente. (12 de abril de 2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/12/CODIGO-ORGANICO-DEL-AMBIENTE.pdf>
- Montoya, L., Martínez, L., & Peralta, J. (2005). Análisis de variables estratégicas para la conformación de una cadena productiva de quinua en Colombia. *INNOVAR*, 103-119.
- Morales Sánchez, M. A. (31 de Julio de 2009). *Teoría económica evolutiva de la empresa: ¿una alternativa a la teoría neoclásica?* Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362009000300008
- Murcia, H. (1982). *Administración de empresas asociativas de producción agropecuaria* (No. 36). IICA Biblioteca Venezuela.
- Negreiros, J. (2008). *La organización sindical agraria en Ecuador: Un estudio sobre la provincia de Guayas* (Tesis de maestría). Universidad de Estocolmo, Suecia.
- Newman, G. D. (15 de junio de 2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

- Organización de las Naciones Unidas. (25 de septiembre de 2015). *Asamblea General de las Naciones Unidas*. Obtenido de <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2015). La deforestación se ralentiza a nivel mundial, con más bosques mejor gestionados. Recuperado de <http://www.fao.org/news/story/es/item/327382/icode/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2015). Evaluación de los recursos forestales mundiales 2015. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i4808s.pdf>
- Patiño, J. F. (2011). Del papiro al libro digital. *Revista Colombiana de Cirugía*, 26(2), 78-88. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n2/v26n2a3.pdf>
- Pilco, J. (2017). *Informe Técnico de la Caña de Azúcar*. Ecuaquímica.
- Ponce, J., Besanilla, T., & Rodríguez, H. (2012). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor. *Contribuciones a la Economía*.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto.
- Ramírez, M. (2008). *Cultivos para la producción sostenible de biocombustibles: Una alternativa para la generación de empleos e ingresos*. Tegucigalpa, Honduras.
- Revelo, R. (2017). El comportamiento del consumidor ecuatoriano desde la perspectiva psicológica. Manabí, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2081/1/EI%20Comportamiento%20del%20Consumidor.pdf>
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Kitchener: Batoche Books.
- Riviera, M. J., & Lemaître, A. (2016). Economía solidaria en el Ecuador: institucionalización y tipos de organizaciones. *Ciências Sociais Unisinos*,

52(3), 282-298. Recuperado de
<http://www.redalyc.org/html/938/93849899002/>

Ron, E., & Sacoto A. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Revista Espacios*, 38(53). Recuperado de
<http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2014). FICHA DE CIFRAS GENERALES CANTON PORTOVELO. Recuperado de
http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0711_PORTOVELO_EL%20ORO.pd

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2017). Obtenido de
https://drive.google.com/file/d/1tG6-cet_0VS9_CNnQMLSZT6IxlumPbJt/view

Suárez, M. (1972). Las empresas comunitarias campesinas en América Latina. *Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA (IICA, Ed.): IV Reunión Interamericana de Ejecutivos de Reforma Agraria*, 73-92.

Teschke, K., Demers, P., Teschke, K., Keefe, A., Teschke, K., Astrakianakis, G., Heederik, D. (2008). *Industria del papel y de la pasta de papel: sectores basados en recursos biológicos*. Recuperado de
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35583992/72.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1541453506&Signature=G11SVYRBNrI8I76K5PfHxv96lOc%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Dtratamiento_de_aguas.pdf

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J., & Strickland, A. (2012). *Administración Estratégica: teoría y casos*. México: Mc Graaw Hill.

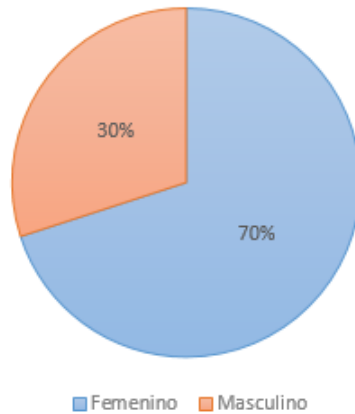
Villafuerte, V. G. (2016). *Economía popular y solidaria, un eje para el desarrollo económico y social caso PRODUCCOOP (Cooperativa de Producción Agropecuaria “El Salinerito”) Periodo 2006-2014* (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

Villarreal, A. M. (2004). La organización del trabajo del pueblo inca. *El Graduado: Boletín Informativo del Ilustre Colegio Oficial de Graduados Sociales de Madrid*, (45), 92-94. Recuperado de [file:///home/chronos/u-e045f3f438d79ccb3eed6570a592d9fe1ece6625/Downloads/Dialnet-LaOrganizacionDelTrabajoEnElPuebloInca-1030966%20\(1\).pdf](file:///home/chronos/u-e045f3f438d79ccb3eed6570a592d9fe1ece6625/Downloads/Dialnet-LaOrganizacionDelTrabajoEnElPuebloInca-1030966%20(1).pdf)

Apéndice

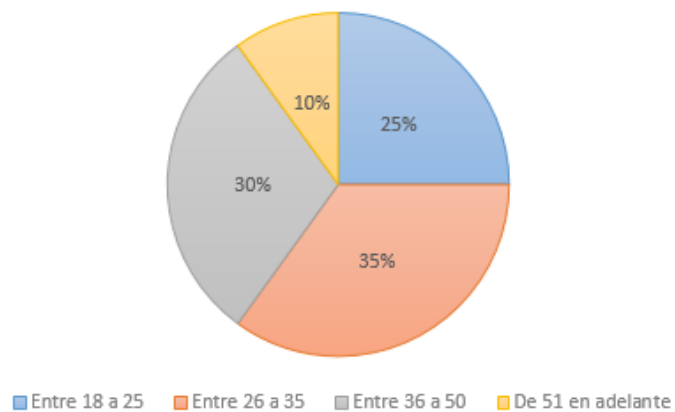
Apéndice A: Resultado de las encuestas

1.- ¿Cuál es su género?



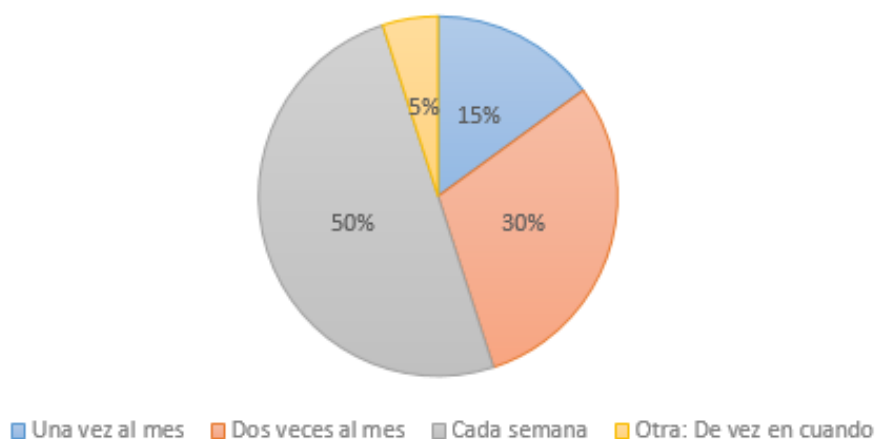
De las 384 personas encuestadas, 270 fueron mujeres y 115 hombres.

2.- ¿Cuál es su rango de edad?



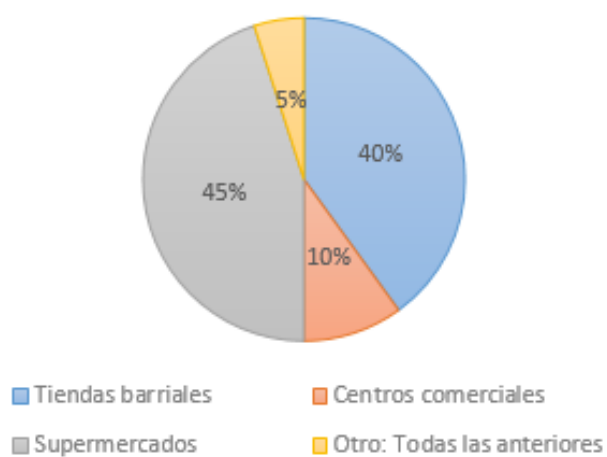
La mayor parte de los encuestados (135) se encuentran en un rango de edad entre 26 y 35 años.

3.- ¿Con qué frecuencia realiza compras para el hogar?



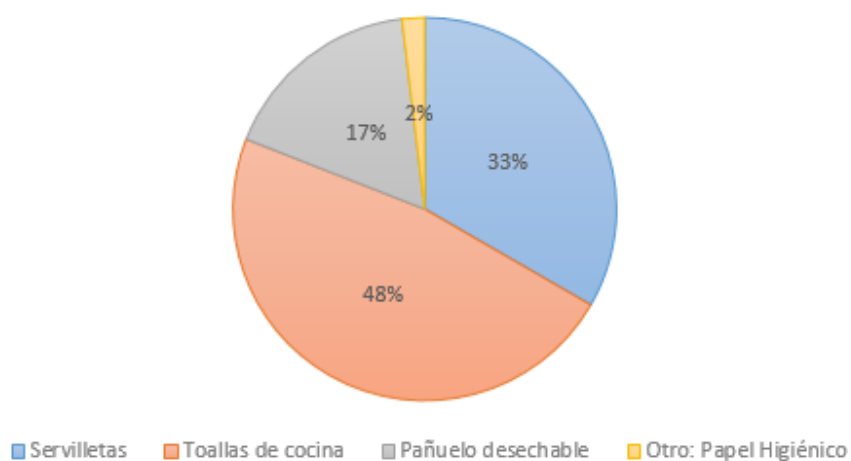
La mitad de las personas que se entrevistaron (193), indicaron que realizan sus compras para el hogar de manera semanal.

4.- Al momento de elaborar las compras para el hogar lo realiza en:



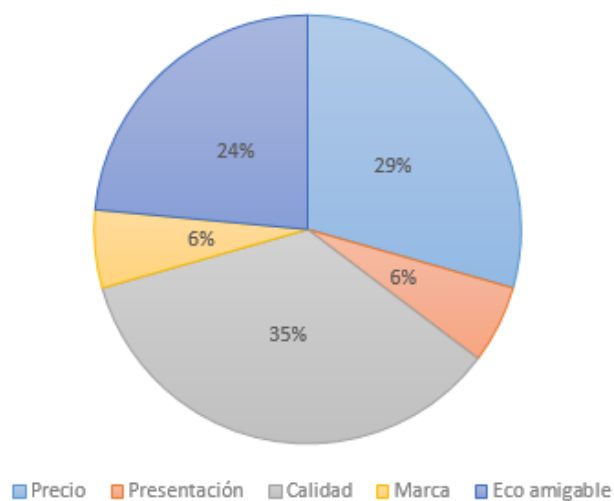
En su mayoría (174), los consumidores realizan sus compras para el hogar en los principales supermercados de la zona en donde residen.

5.- Entre la industria de los productos Tisú (que comprenden todos los papeles absorbentes). ¿Cuál compra con mayor frecuencia?



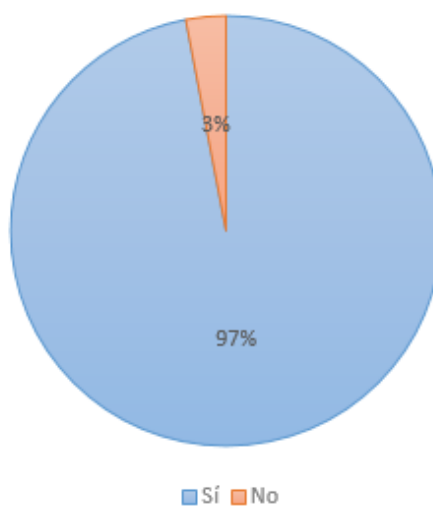
Doscientas cincuenta personas respondieron que al momento de elegir productos Tisú, artículos absorbentes, compran toallas de cocina.

6.- ¿Qué considera importante al momento de comprar un utensilio de limpieza de cocina?



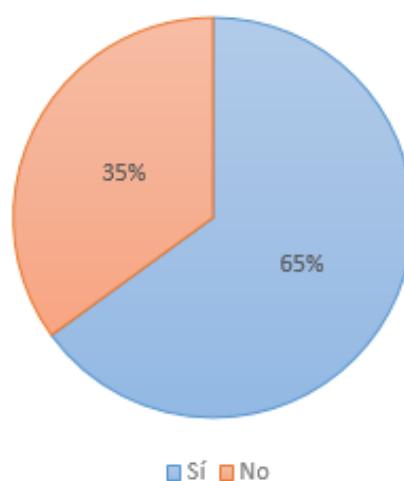
La calidad, el precio y que sea un producto eco amigable son los factores principales que el producto debe poseer para el mercado meta.

7.- ¿Le agradaría tener entre sus utensilios de limpieza de cocina, un producto amigable con el medio ambiente, 100% ecuatoriano?



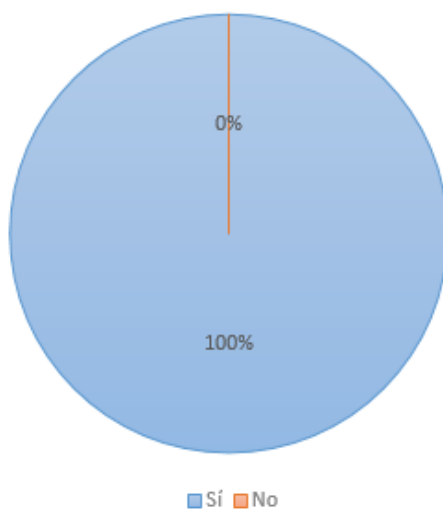
A un porcentaje mínimo del encuestado 0,03%, representado por 11 personas, le es indiferente si el producto es 100% ecuatoriano, los demás están conformes y se sienten identificados.

8.- ¿Sabía que a partir de los residuos de la caña de azúcar se pueden elaborar productos eco amigables?



En lo referente al conocimiento de los consumidores, sobre la elaboración de productos a base de residuos de la caña de azúcar, sólo 250 tenían intuición de esta clase de artículos.

9.- ¿Estaría dispuesto a comprar papel de cocina hecho a partir del bagazo de la caña de azúcar:



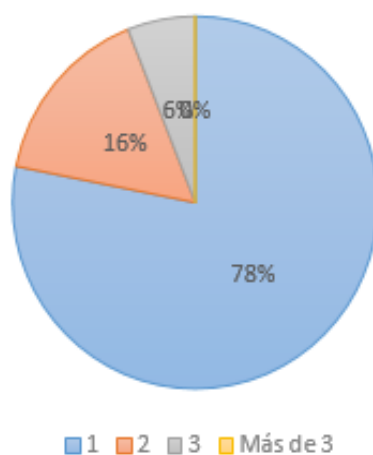
Todos los encuestados, sin excepción alguna están de acuerdo con la elaboración de papel de cocina a base del bagazo de la caña de azúcar.

10.- ¿Con que frecuencia realiza compras de papel de cocina?



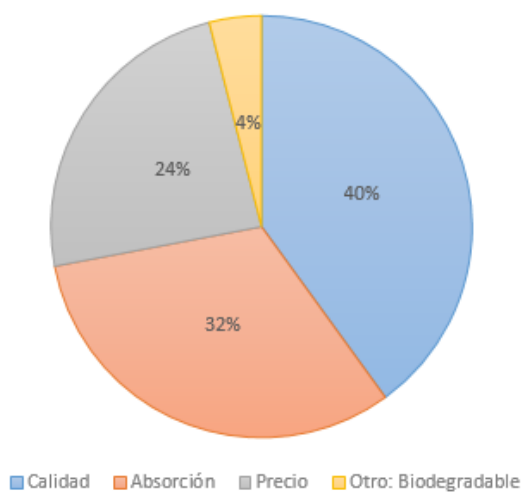
La mitad de las personas que se entrevistaron (193), indicaron que realizan sus compras de papel de cocina dos veces al mes.

11.- ¿Cuántos rollos de papel de cocina adquiere en cada una de sus compras para el hogar?



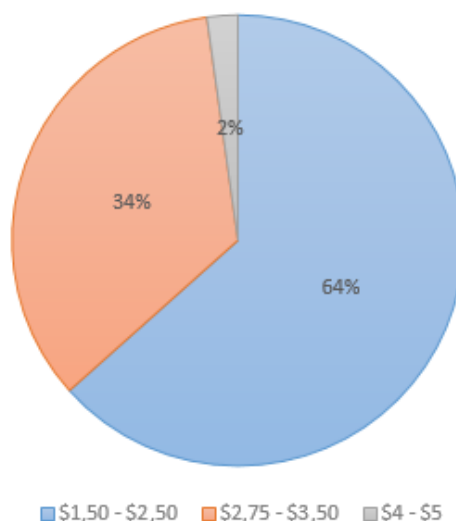
300 de los encuestados confirmaron que solo adquieren 1 rollo de papel por compra.

12.- ¿Cuál es el criterio de compra al momento de adquirir papel de cocina?



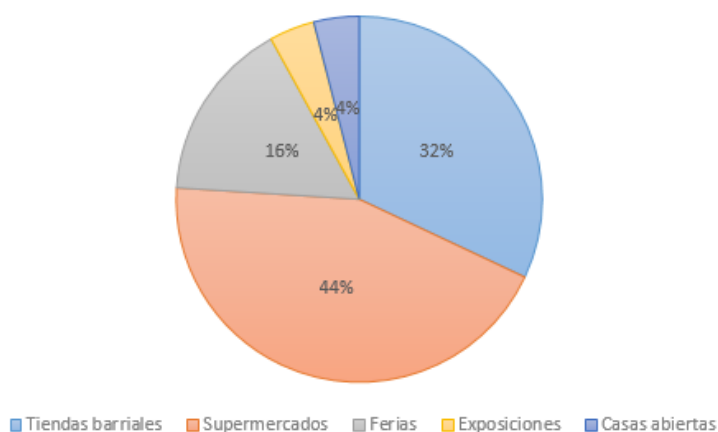
La principal característica que el papel de cocina debe poseer según el criterio de compra de los consumidores es la calidad, seguida de la absorción y el precio.

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un papel de cocina hecho con materiales amigables con el medio ambiente?



Doscientas cuarenta y cuatro personas están conformes con pagar un precio entre \$1,50 y \$2,50 por papel de cocina hecho a base del bagazo de la caña de azúcar.

14.- ¿En dónde le gustaría adquirir este producto?



Los encuestados están dispuestos a adquirir el producto en los principales supermercados, tiendas barriales y ferias en la ciudad de El Oro.

Apéndice B: Entrevista al representante de la comunidad

Entrevista

Preguntas para la entrevista dirigida al representante de la comunidad

Presidente de la Junta Parroquial: Javier Gonzales (Ganadero)

1.- ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos para la comunidad?

Bueno, la gran mayoría de las personas se dedican a la agricultura, aquí lo que más se siembra es la caña de azúcar, papa china, yuca, plátano, y es lo que se comercializa, la papa china es una variedad poco conocida, pero de un gran sabor y beneficios nutricionales. También podemos encontrar naturalmente la naranja, mandarina, limón, guayaba, mango, estas son plantas que nacen solas y no necesitan de cuidado para florecer, todo el sector está inundado de estas plantas. La segunda actividad es la ganadería, existen varias personas que se dedican a la cría de ganado y de animales de granja como gallinas para vender los huevos y la carne, también chanchos para vender la carne o los lechones. La otra fuente de ingresos es la fabricación de alcohol. Una mínima parte trabajan para el estado, como lo es los miembros de la junta parroquial, los trabajadores del subcentro que brindan atención médica, los profesores y personal administrativo de la escuela y colegio. También las personas que se dedican al comercio en las pocas tiendas que hay en el sector.

¿Aproximadamente cuáles son los ingresos mensuales de un habitante promedio de Curtincápac?

En Curtincápac no hay personas adineradas, y es muy difícil calcular la riqueza de cada persona, porque esto lo miden varias variables, antes con nuestros abuelos la riqueza se medía no por dinero o cabezas de ganado, se media por la cantidad de tierra que las personas tenían, las familias poco a poco han ido vendiendo esto y se han quedado con pequeñas parcelas. Si debo decir una cantidad de ingreso mensual de un habitante promedio sería de \$200 a \$400.

2.- ¿Qué opina de crear una empresa de economía popular y solidaria, en donde todos los miembros de la comunidad tengan la posibilidad de participar, generando ingresos y beneficiarse de estos?

Me parece una idea muy buena, es algo que el pueblo necesita. Los habitantes cada día están perdiendo la vitalidad, cada día se sienten menos motivados. Yo pienso que la parroquia necesita un proyecto así, la gente es buena y trabajadora, el problema es que no tienen los conocimientos y no tienen una persona que los apoye. Además, la gente está cansada que los timen y que les ofrezcan cosas que no se cumplen, como lo hacen todos los años los políticos. La gente quiere acción y la gente quiere producir, solo hace falta que alguien los guíe.

3.- Además de crear fuentes de empleo en la comunidad, ¿le gustaría contribuir de forma positiva al medio ambiente?

Todas las personas que vivimos en el campo tenemos una relación muy cercana con el medio ambiente, con las plantas y animales, existe mucho respeto y admiración, porque es de aquí donde comemos. Si llegamos a contaminar, pero estoy seguro que nadie lo hace a propósito.

¿Qué hacen para contaminar?

Hace unos años atrás las personas quemaban la basura de las casas o la enterraban para hacer abono, pero había ciertos materiales que se demoran mucho en desintegrarse como el plástico. Por gestión de la ciudadanía se pidió a la alcaldía que pase el recolector de basura por las parroquias. Otro gran contaminante son las heces del ganado en las vertientes, los herbicidas, pesticidas e insecticidas para la agricultura, de las molineras el humo de los combustibles vegetales como el aceite quemado, el mostro que es el residuo del guarapo cuando se saca el alcohol y queda el residuo. Ahora muchas personas hacen estanques para que el mostro no contamine.

¿Qué hacen para no contaminar?

Hace 10 o 20 años muy cerca se creó una empresa llamaba Predesur, se hizo un vivero y se sembraron muchos árboles, estos son los que nos limpian el

aire, después de tanta minería que existe en Zaruma y Portovelo. También hace muchos años atrás se talaba mucho los arboles de pomarrosa por que la madera era muy buena, especialmente para hacer picotas para las cercas, para separar linderos. El día de hoy ya no se tala este árbol, porque está en peligro de extinción. Otra forma de cuidar al medio ambiente es reciclar los residuos de comida como abono orgánico, esta actividad la hacen en todas las casas, que tienen algún tipo de sembrío, ya que nadie sale a las ciudades a comprar abono comercial, todos lo fabrican.

4.- La actividad en que más destacan los cañicultores de la zona es la elaboración de alcohol a partir de la caña de azúcar, ¿conocía que esta actividad deja a su paso demasiados desechos que contaminan al medio ambiente? Por otra parte, ¿sabía usted que la caña de azúcar tiene otros usos además de fabricar alcohol, azúcar y panela?

La mayoría de pobladores no sabe que el bagazo de la caña de azúcar tiene otros usos, pero sabemos que la caña de azúcar se la utiliza para hace combustible, abono y alcohol. En esta parte la caña de azúcar se la utiliza especialmente para hacer alcohol y el bagazo algunas veces se lo utiliza como combustible en las calderas.

¿Qué hacen los cañicultores con el bagazo de la caña?

Todos lo amontonan en las moliendas, hasta su putrefacción, el tiempo de descomposición depende del ambiente y la humedad, esto puedo tardar entre 6 meses hasta 2 años. Lo negativo de esto, es que ocupa mucho espacio en los terrenos y además atrae plagas como el gusano tierrero que es un destructor de las plantas.

5.- ¿Sabía que, a partir del bagazo de la caña, se pueden elaborar productos amigables con el medio ambiente?

Además de los que ya conocemos, y de los que ya hemos hablado, no sabría que otros productos se pueden hacer.

La caña en el sector se demora entre 6 meses a 2 años para estar lista para la cosecha, los meses de siembra son de octubre hasta febrero, ya que de aquí viene la

temporada de lluvia que es sumamente importante para la caña, de aquí tiene marzo, abril, mayo muchas veces hasta julio para absorber toda esa agua, de ahí se debe esperar a que la caña se seque de agua para poderla cosechar, que por lo general son los meses de julio hasta octubre. Lo bueno de la caña es que no daña la tierra, la caña es un cultivo perenne, así que los pequeños cañicultores en el momento de la zafra solo cortan el tallo y dejan la madre, la misma que entre más se la corta más hijos llega a tener, es muy diferente a los ingenios porque estos al momento de la zafra cortan todo y dejan el suelo limpio, para volver a sembrar.

Los pequeños y medianos cañicultores cosechan todo el año, todo el año tienen producción y si algún momento no lo tienen se dedican a limpiar los cañaverales.

6.- Uno de los productos amigables con el medio ambiente es el papel, ¿le agradecería ser los pioneros en el país en producir papel a partir del bagazo y residuos de la caña de azúcar?

En lo personal, a mi la idea me parece súper interesante, que Curtincápac sea un pionero en el país, pero no podría hablar por la gente y decir que todos van a estar de acuerdo, o que nadie va a estar de acuerdo. Yo creo que las personas se van a interesar en el proyecto, pero al principio como todos serán un poco incrédulos, y harán muchas preguntas, que porque papel, que porque Curtincápac, y podría llegar hacer un problema. Porque al momento que se cree un proyecto de tal magnitud todos van a querer participar, y por ejemplo las parroquias vecinas van a decir que, porque lo van hacer en Curtincápac, que lo hagan en Morales o en Salatí, ya que todos quieren lo mejor para su comunidad.

7.- ¿Sabía usted que a partir de la empresa de economía popular y solidaria, la comunidad se beneficiaría en términos económicos?

La verdad que sí, todos nos beneficiaríamos, yo siempre he pensado que la única manera de salir de la pobreza es crear una empresa, y por eso hemos puesto la vista en la Asociación de Cañicultores 15 de Septiembre, que, aunque ya se está avanzando, el desarrollo ha sido muy pausado, para obtener ese permiso de producción alcohol se tomó años y más que todo, porque no hubo nadie que le

ponga pasión a ese proyecto. Yo sé que todos se beneficiarían, y más que todo también de alguna otra forma localizaría a Curtincápac, para que más gente lo conozca.

Lo principal que se necesita para llegar a la comunidad es hablar con sencillez y transparencia, las personas hoy en día ya no se comen cuentos, y desde el principio se deben dejar bien claro cuáles son las pautas. Además, que deben brindar confianza, eso más que todo, para que el proyecto se realice deben de generar confianza y siempre con los valores bien claros principalmente con la honradez, lealtad y solidaridad.

Apéndice C: Proyección de la Demanda de la Provincia de El Oro

División estratificada según Nivel Socioeconómico	
A	1,90%
B	11,20%
C+	22,80%
C menos	49,30%
Familias Orenses	139.061
%	85,20%
Población Estratificada	118480
50% de la Población	59240

Apéndice D: Precio del Producto y Proyección de Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS EN USD DÓLARES

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de Venta a las Tiendas	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,04	\$ 2,07	\$ 2,11
Ventas a Tiendas 30%	9.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000
Precio de Venta al Distribuidor	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 1,93	\$ 1,97
Ventas al Distribuidor 70%	21.000	252.000	252.000	252.000	252.000	252.000
VENTAS TOTALES	\$ 57.900,00	\$ 694.800,00	\$ 694.800,00	\$ 698.709,60	\$ 711.356,24	\$ 724.231,79

Apéndice E: Maquina Picadora



Apéndice F: Marmita



Apéndice G: Máquina de Papel



Apéndice H: Máquina de Empaquetado



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Balseca Cuesta, Rafael Alfredo**, con C.C: # 0920814803 autor del trabajo de titulación: **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2019

f.  _____

Nombre: **Balseca Cuesta, Rafael Alfredo**

C.C: 0920814803



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Recalde Sánchez, Angie Milena**, con C.C: # 0706917556 autora del trabajo de titulación: **Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de marzo del 2019

f. 

Nombre: **Recalde Sánchez, Angie Milena**

C.C: **0706917556**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Creación de una empresa comunitaria para producir papel a base del bagazo de caña de azúcar en El Oro		
AUTOR(ES)	Balseca Cuesta Rafael Alfredo Recalde Sánchez Angie Milena		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Guayaquil, 11 de marzo del 2019	No. PÁGINAS:	DE 98
ÁREAS TEMÁTICAS:	Economía Popular y Solidaria		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Bagazo, caña de azúcar, papel de cocina, medio ambiente, empresas comunitarias, Ley de Economía Popular y Solidaria, Parroquia Curtincápac.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>Esta investigación tiene como objeto evaluar si es factible la creación de una empresa comunitaria, clasificada como cooperativa y amparada bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria, en la parroquia rural de Curtincápac, perteneciente al cantón Portovelo, con el fin de sustituir el uso de la madera como principal materia prima para la creación de papel, lo cual causa grandes daños al medio ambiente. En su lugar y basándose en los datos que se pudo recopilar en la investigación, se propone la creación de una empresa que utilice el bagazo de caña de azúcar como principal materia prima para producir papel de cocina, debido a las grandes cantidades de hectáreas de caña que se encuentran en los sectores cercanos a la planta y al desperdicio del uso de esta por parte de los dueños de las molindas. Atendiendo también a la necesidad de la creación de fuentes de ingresos en el sector. La metodología de investigación en la que se basa este proyecto es la sintética e inductiva. Para la recolección de información se utilizó fuentes primarias y secundarias. Además, se realizó un estudio de mercado y proyecciones de la demanda ubicándola en la provincia de El Oro, por la cercanía a la fábrica y con los proveedores, en donde se pudo concluir una buena aceptación por parte de los consumidores. En este estudio también se incluye recomendaciones para que la empresa pueda crecer y diversificarse en un futuro.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0980925053 0956036913	E-mail: rafa2697@hotmail.com eigna_mile@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Econ. Coello Cazar David, Mgs.		
	Teléfono: +593-4-22220024, 2222025 (call center) ext: 5129 – 5021 PBX: 0438044600		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			