



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TÍTULO

**“Análisis del entorno y mercado del sector productivo del
reciclaje de neumático de la ciudad de Manta”.**

AUTOR:

ALARCÓN HOLGUÍN FRANCISCO JAVIER


TUTOR:

LCDO. ANTONIO MENDOZA BRIONES P.H.D

**Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresa**

MANTA – MANABI – ECUADOR

2019 – 2020

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CODIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 1
	Página 1 de 1	

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de proyecto de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es **“Análisis del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a el señor **Alarcón Holguín Francisco Javier** estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial, periodo académico 2019-2020, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 14 de agosto del 2019.

Lo certifico,

Lcdo. Antonio Mendoza Briones P.h.d
TUTOR DE TITULACIÓN

AUDITORIA

La argumentación, la propuesta, el sustento de la investigación y de los criterios vertidos, son originalidad del autor y responsabilidad del mismo.

Francisco Javier Alarcón Holguín

AROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la Facultad de Ciencias Administrativas en la carrera Administración de Empresa de la Universidad Laica "ELOY ALFARO DE MANABI"

JURADO

Presidente del tribunal

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Docente Tutor

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres y a mi familia por darme el apoyo y motivación para alcanzar mis logros y metas de mi vida, y por estar siempre juntos conmigo en esta etapa de profesionalismo.

Francisco Javier Alarcón Holguín

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme vivir este momento de mi vida, haberme dado salud, sabiduría y fuerzas para no decaer,

A mis padres, por estar siempre presente, ayudándome en los estudios y sus consejos de la vida, a mi esposa e hija por ser el pilar fundamental, mi inspiración y fuerzas de seguir adelante por ellos.

A mis maestros por guiarme, enseñarme e incentivar me que el esfuerzo de hoy es la recompensa de mañana, a mis amigos y compañeros que hemos estado en las buenas y malas a lo largo de la carrera de la vida.

Francisco Javier Alarcón Holguín

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	I
AUDITORIA	II
AROBACIÓN DEL TRABAJO.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO.....	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCION	16
CAPITULO 1.....	18
DISEÑO TEÓRICO	18
1.1 Tema de la investigación	18
1.2 Planteamiento del problema	18
1.3 Formulación del problema	22
1.3.1 Problema Científico General	22
1.3.2 Problemas Específicos.....	22
1.4 Formulación de objetivos	23
1.4.1 Objetivo general	23
1.4.2 Objetivo específico	23
1.5 Definición de las variables	23
1.6 Hipotesis.....	23
1.7 Matriz Consistencia	24
CAPITULO 2.....	26
MARCO TEÓRICO	26
2.1 Antecedentes.....	26
2.2 Bases Teóricas	33

2.2.1	Estudio del entorno y mercado.....	33
2.2.1.2	Entorno.....	33
2.2.1.3	Entorno General.....	34
2.2.1.3.1	Factor Socio Cultural	35
2.2.1.3.2	Factor Tecnológico	35
2.2.1.3.3	Factor Económico	36
2.2.1.3.4	Factor Político Legal	36
2.2.1.3.5	Factores Medio Ambientales.....	37
2.2.1.4	Entono Específico	37
2.2.1.4.1	Modelo de Competencia de las Cinco Fuerzas de Porter.....	39
2.2.2	Mercado	39
2.2.2.1	Demanda.....	40
2.2.2.2	Oferta	41
2.3	Sector productivo del reciclaje de neumático.....	41
2.3.1	Sector Secundario	41
2.3.1.1	Sector Artesanal.....	41
2.3.1.2	Sector Industrial	42
2.3.1.3	Sector Construcción	43
2.3.4	Reciclaje de neumático	43
2.3.4.1	Métodos de recuperación de neumáticos.....	43
2.3.4.1	Estrategia de las 4R	45
CAPITULO 3.....		47
DISEÑO Y METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION		47
3.1	Tipo y Diseño de la investigación	47
3.2	Población de estudio	47
3.3	Selección de la Muestra	47

3.4	Técnica de recolección de datos	48
3.5	Resultados	49
3.5.1	Análisis e interpretación de los resultados	49
3.6	Discusión de los Resultados.....	84
3.7	Presentación de los resultados.....	85
CAPITULO 4.....	89	
PROPUESTA.....	89	
4.1	Propuesta para la solución del problema.....	89
4.1.1	Conceptualización del término gestión estratégica como resultado científico 89	
4.1.2	Fundamentación de la estrategia de la gestión para la recolección, acopio, procesamiento y comercialización de los neumáticos fuera de uso.	91
4.1.2.1.....	91	
4.1.2.2	Fundamentación de gestión	91
4.1.2.3	Principios de la gestión que sustenta la estrategia propuesta.....	92
4.1.2.4	Gestión del conocimiento	93
4.1.2.5	Planeación estratégica de la propuesta	95
4.2	Costo de implementación de la propuesta.....	100
4.3	Beneficiarios	100
5. CONCLUSIONES.....	101	
6. RECOMENDACIONES	103	
7. BIBLIOGRAFÍA.....	104	
ANEXOS.....	108	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Entorno General: Factor Social - Seguridad.....	49
Tabla 2: Entorno General: Factor Social - Proyectos	50
Tabla 3: Entorno General: Factor Social - Cuidado ambiental	51
Tabla 4: Entorno General: Factor Político - estrategias	52
Tabla 5: Entorno General: Factor Político - ordenamiento	53
Tabla 6: Entorno General: Factor Político - politicas	54
Tabla 7: Entorno General: Factor Tecnológicos - tecnología	55
Tabla 8: Entorno General: Factor Tecnológico - transformación.....	56
Tabla 9: Entorno General: Factor Tecnológico - manejo adecuado	57
Tabla 10: Entorno General: Factor Económico - existencias de empresas.....	58
Tabla 11: Entorno General: Factor Económico - existencia de empresas	59
Tabla 12: Entorno General: Factor Económico – fuente de trabajo	60
Tabla 13: Entorno General: Factor Económico - créditos financieros	61
Tabla 14: Entorno Especifico: Proveedores - normas	62
Tabla 15: Entorno Especifico: Proveedores - proceso de distribución	63
Tabla 16: Entorno Especifico: Proveedores -sistema de distribución.....	64
Tabla 17: Entorno Especifico: Clientes – cambio de neumático.....	65
Tabla 18: Entorno Especifico: Clientes - llevan sus neumáticos	66
Tabla 19: Entorno Especifico: Clientes - productos sustitutos.....	67
Tabla 20: Entorno Especifico: Competidores – conocimiento competencia.....	68
Tabla 21: Entorno Especifico: Competidores - sistema de procesamiento	69
Tabla 22: Entorno Especifico: Producto Sustituto - información de sistema	70
Tabla 23: Entorno Especifico: Producto Sustituto - producto derivado del neumático.....	71
Tabla 24: Mercado: Oferta - acopio.....	72
Tabla 25: Mercado: Oferta - calidad.....	73
Tabla 26: Mercado: Oferta - canalización	74
Tabla 27: Mercado: Oferta - atracción del negocio	75
Tabla 28: Mercado: Oferta - incentivo económico.....	76
Tabla 29: Mercado: Demanda - actividad artesanal.....	77

Tabla 30: Mercado: Demanda - actividad industrial	78
Tabla 31: Mercado: Demanda - frecuencia	79
Tabla 32: Mercado: Demanda - nuevos negocios.....	80
Tabla 33: Mercado: Demanda gusto y preferencia	81
Tabla 34: Mercado: Demanda - aprovechamiento de sus derivados	82
Tabla 35: Mercado: Demanda - materia prima.....	83
Tabla 36: Análisis de datos por Indicadores	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Entorno General: Factor Social - Seguridad	49
Gráfico 2: Entorno General: Factor Social - Proyectos	50
Gráfico 3: Entorno General: Factor Social - Cuidado ambiental	51
Gráfico 4: Entorno General: Factor Político - estrategias	52
Gráfico 5: Entorno General: Factor Político - ordenamiento	53
Gráfico 6: Entorno General: Factor Político - políticas	54
Gráfico 7: Entorno General: Factor Tecnológicos - tecnología	55
Gráfico 8: Entorno General: Factor Tecnológico - transformación	56
Gráfico 9: Entorno General: Factor Tecnológico - manejo adecuado	57
Gráfico 10: Entorno General: Factor Económico - existencias de empresas ...	58
Gráfico 11: Entorno General: Factor Económico - existencia de empresas.....	59
Gráfico 12: Entorno General: Factor Económico – fuente de trabajo.....	60
Gráfico 13: Entorno General: Factor Económico - créditos financieros.....	61
Gráfico 14: Entorno Especifico: Proveedores - normas	62
Gráfico 15: Entorno Especifico: Proveedores - proceso de distribución.....	63
Gráfico 16: Entorno Especifico: Proveedores - sistema de distribución	64
Gráfico 17: Entorno Especifico: Clientes – cambio de neumático.....	65
Gráfico 18: Entorno Especifico: Clientes - llevan sus neumáticos.....	66
Gráfico 19: Entorno Especifico: Clientes - productos sustitutos	67
Gráfico 20: Entorno Especifico: Competidores – conocimiento competencia ..	68
Gráfico 21: Entorno Especifico: Competidores - sistema de procesamiento....	69
Gráfico 22: Entorno Especifico: Producto Sustituto - información de sistema..	70
Gráfico 23: Entorno Especifico: Producto Sustituto - producto derivado del neumático.....	71
Gráfico 24: Mercado: Oferta - acopio	72
Gráfico 25: Mercado: Oferta - calidad	73
Gráfico 26: Mercado: Oferta - canalización	74
Gráfico 27: Mercado: Oferta - atracción del negocio.....	75
Gráfico 28: Mercado: Oferta - incentivo económico	76
Gráfico 29: Mercado: Demanda - actividad artesanal	77

Grafico 30: Mercado: Demanda - actividad industrial.....	78
Grafico 31: Mercado: Demanda - frecuencia	79
Grafico 32: Mercado: Demanda - nuevos negocios	80
Grafico 33: Mercado: Demanda - gusto y preferencia.....	81
Grafico 34: Mercado: Demanda - aprovechamiento de sus derivados.....	82
Grafico 35: Mercado: Demanda - materia prima	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Matriz Consistencia.....	24
Cuadro 2: Mapa demostrativo del tema de investigación	25
Cuadro 3: Diagnóstico de la propuesta.....	95
Cuadro 4: Planificación estratégica de la propuesta	96
Cuadro 5: Organización estratégica de la propuesta	97
Cuadro 6: Dirección estratégica de la propuesta	98
Cuadro 7: Control estratégico de la propuesta	99

RESUMEN EJECUTIVO

Para el presente trabajo investigativo se estableció como objetivo general analizar el comportamiento del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta. En el país y en la ciudad existe un bajo nivel de cultura por parte de los ciudadanos en conocimientos en cuanto al tema de reciclaje y como punto referente a esta investigación a la carencia de procesos, tratamientos, tecnologías y estructuras institucionales en el sector productivo del reciclaje de los neumáticos, en el cual nos da como punto de partida a la falta de emprendimiento y a la poca cultura para la creación de nuevos modelos de negocios que busqué la transformación de este producto fuera de uso mediante el debido ciclo de proceso en la obtención de una nueva materia prima y sus derivados. Ante esta problemática el análisis de esta investigación servirá a nuevas sociedades jóvenes emprendedores que busquen el diseño, la planificación, el conocimiento del entorno y la construcción de generación de un valor agregado para un mercado del reciclaje, especialmente del neumático, y así aportar al desarrollo socioeconómico de la ciudad mediante la concepción de nuevas plazas de trabajo y por ende la dinamización económica del entorno. Para el desarrollo del análisis se realizó una búsqueda de dimensiones que estén relacionadas al tema, entre ellas está el entorno general, entorno específico, la demanda y la oferta. La metodología que se utilizó en esta investigación por la naturaleza de datos y la información fue de tipo cuantitativa, con un nivel de profundidad descriptivo, en la que su obtención de datos se fundamenta por ser de tipo documental y de campo, y así mismo por el tiempo de la investigación resulto de diseño no experimental, con la técnica empleada para recolección de datos se optó por la encuesta. Concluyendo que el entorno y mercado son herramientas indispensables, para que las empresas puedan adecuar a sus intereses sus planes y estrategias basándose en un escenario lo más real ejecutable, conociendo lo máximo posible a su consumidor y minimizando el riesgo.

Palabras claves: Entorno, Mercado, Sector productivo, Reciclaje.

ABSTRACT

For the present research work, it was established as a general objective to analyze the behavior of the environment and market of the productive sector of tire recycling in the city of Manta. In the country and in the city there is a low level of culture by citizens in knowledge regarding the issue of recycling and as a point referring to this research to the lack of processes, treatments, technologies and institutional structures in the productive sector of the Tire recycling, which gives us as a starting point to the lack of entrepreneurship and the lack of culture for the creation of new business models that seek to transform this product out of use through the due process cycle in obtaining of a new raw material and its derivatives. Given this problem, the analysis of this research will serve new entrepreneurial young societies that seek the design, planning, knowledge of the environment and the construction of generating added value for a recycling market, especially the tire, and thus contribute to development socio-economic status of the city through the conception of new jobs and therefore the economic revitalization of the environment. For the development of the analysis, a search was made of dimensions that are related to the subject, including the general environment, specific environment, demand and supply. The methodology that was used in this research due to the nature of data and information was quantitative, with a descriptive level of depth, in which its data collection is based on being documentary and field, and also by The research time resulted from non-experimental design with the technique used to collect data, the survey was chosen. Concluding that the environment and market are indispensable tools, so that companies can adapt their plans and strategies to their interests based on the most real executable scenario, knowing as much as possible their consumer and minimizing the risk.

Keywords: Environment, Market, Production sector, Recycling.

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo está encaminado a analizar el entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta, el mismo que se proyecta a fortalecer a micro empresarios, emprendedores y sector productivo, crear nuevos modelos de negocios a partir de un producto “fuera de uso” convirtiéndolo en nueva materia prima y con ello activar la economía de la ciudad.

Los neumáticos fuera de uso en la actualidad, es una problemática a nivel mundial, que conlleva afectaciones graves al medio ambiente y por ello a la salud del ser humano, esto es debido a la falta de tratamientos, procesamientos y al no conocimiento de las técnicas de las 4R, reducir, reutilizar, reciclar y recuperar, problema que es muy latente en América Latina, Ecuador y consiguientemente en la ciudad de Manta, evidenciándose los grandes vertederos de desechos sólidos, donde albergan en grandes masas este tipo de material fuera de uso.

Esta problemática es una verdadera oportunidad para los jóvenes emprendedores que buscan el diseño, la planificación, el conocimiento y la construcción de nuevos modelos de negocios para crear nuevos mercados, y con ello la generación de empleo en este sector productivo del reciclaje de neumáticos, que es uno de los menos explotados y con mayor tendencia a desarrollar, debido a las propuestas de sostenibilidad del medio ambiente actual propuesto por (PNUMA, 2013) de la ONU que rigen a nivel mundial, del cual, formula que ayudará a suplantar las materias primas del mercado actual, contrarrestar la sustracción de petróleo y más materias de reservas naturales que son perjudiciales al ambiente y de prácticas no ecologistas.

Para poder entender y conocer el comportamiento del entorno y mercado es necesario entender las dimensiones fundamentales que comprende esta problemática como lo es, el entorno general, que integra a todos los elementos relacionado a factores tanto el Económico, Tecnológico, Demográfico, Político, Socio-cultural, Medio Ambiente, que son los que afectan a todas las empresas de un sistema económico; el entorno específico, integra a los elementos que afecta a las empresas en particular, por lo que están relacionado estrechamente con

factores a la hora de decidir dónde se ubica la empresa, tal como son los competidores, entidades financieras, administraciones públicas, mercado laboral, comunidad, clientes y proveedores, teniendo una influencia muy directa en la empresa como pilar fundamental (entorno), por otro lado está la oferta y la demanda como análisis del mercado, en la cual contextualizando a la demanda se refiere a quienes serán los posibles compradores del producto, siendo este factor el que ayudara a entender las intenciones adquisitivas de los posibles consumidores en pequeñas y medianas empresas, siendo importante para los empresarios, emprendedores, quienes miran como un mercado abierto para explotar; la oferta, en términos económicos se refiere a la cantidad de los artículos que se puede ofrecer como productos de sustitución a los consumidores en determinadas condiciones de mercado, en el caso del reciclaje de neumáticos fuera de uso sería la transformación de este desecho en procesos o ciclos de recuperación en referencia a los posibles nuevos productos derivados del mismo.

En la presente investigación se utilizó una matriz de análisis como instrumento para introducir datos de carácter cuantitativo, que fueron construidos de forma sistemática y bajo todos los criterios asumidos por el investigador de acuerdo a la revisión de diversas fuentes primarias y secundarias que los respalda, por su nivel de profundidad se utilizaron un tipo de investigación descriptivo, el mismo que permitirá comprender el comportamiento del fenómeno en el estudio, los medios a utilizarse para la obtención de datos estuvieron basados en documentales y encuestas, ya que esto permitirá el conocimiento más a fondo del problema por parte del investigador, para poder manejar los datos con seguridad. Esta investigación, estuvo basada en un diseño no experimental, ya que el análisis del entorno y mercado del sector productivo se centrará en el estudio de sus dimensiones e indicadores sin manipulación alguna. La población u objeto de estudio estuvo representada por las empresas vulcanizadoras de las cuales se obtuvieron 16 entidades formales y 24 informales de acuerdo con el informe obtenido por el Benemérito Cuerpo de Bombero la ciudad de Manta, siendo a la vez la selección de la muestra por ser una población pequeña.

CAPITULO 1

DISEÑO TEÓRICO

1.1 Tema de la investigación

“Análisis del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta”

1.2 Planteamiento del problema

Según el autor Castell (2012) describe “el reciclaje como la operación compleja que permite la recuperación, transformación y elaboración de un material a partir de residuos, ya sea total o parcial en la composición definitiva.” Es decir que el reciclaje es un proceso que consiste en transformar de nuevo una materia o un producto ya utilizado para obtener una materia prima o un nuevo producto.

En Europa y en los países del primer mundo el manejo de residuos está estructurado en porcentajes muy altos, donde la basura no es un desecho sino un recurso. Por ejemplo, en Noruega el proceso de gestión de basura ha llegado al punto que el 100% de los desechos orgánicos e inorgánicos, que son recogidos a través de los sistemas estatales de recolección, son utilizados para algún tipo de generación económica, ya sea a través de reciclaje o convirtiéndolos en energía alternativa. EKOS (2014)

En la región de América Latina y el Caribe existe un aproximado de cuatro millones de hombres y mujeres que basan su sustento en la recuperación de residuos sólidos potencialmente reciclables IRR (2015). Esto se debe a que el ser humano produce desechos de uno u otro tipo, que se convierte en un problema ambiental, social, cultural y económico. En países desarrollados el sector productivo llamado también sector económico, integra a la actividad del reciclaje como la economía verde de gran potencial en crecimiento y de creación de empleo, esta labor contempla dos directrices esenciales, ayudar a la economía de las personas que de una u otra manera ven el reciclaje como una oportunidad de sustento y contrarrestar el daño ocasionado al medio ambiente.

En América Latina, la economía verde no es practicada y desarrollada como sector productivo en un 100%, pues se presentan cifras desalentadoras y

alarmantes en la actividad del reciclaje ya que estadísticamente, según (Ecoportal, 2014) “ningún país supera el 15% de material reciclado por la basura que produce al año”, post de Ecoportal.net página de Eco-noticias relacionado al cuidado del medio ambiente. En referencia a uno de los potenciales materiales no reciclados, es el neumático fuera de uso, la masiva fabricación de estos a nivel América Latina, conlleva varias dificultades para gestionar los mismo después de su vida útil, de la cual constituye uno de los más graves problemas medio ambientales de los últimos años.

Según Baselga (2010), responsable de residuos de la ONG Ecologistas en Acción, explica a EFE en sus artículos que un neumático puede tener más9+ de 200 componentes, depende de su precio y tamaño, pero el porcentaje medio de los materiales que intervienen en su fabricación es como sigue: caucho (45-47 por ciento), negro de carbono (21,5-22 por ciento), acero (16,5-25 por ciento), textil (5,5 por ciento sólo para autos), óxido de cinc (1-2 por ciento), azufre (1 por ciento), y otros aditivos (5-7,5 por ciento). Los metales pesados presentes son cobre, cadmio y plomo.

Es decir, tienen un impacto ambiental grande, de lo cual pensar sobre de lo que se hará con el neumático una vez que deja de ser utilizable, aun no es una práctica en que los países realicen o estipulen leyes para mejorar, pues estas llantas son almacenadas en grandes vertederos por su no procesamiento generando un problema medio ambiental a futuro.

Un estudio de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN, 2017), “las micropartículas de plástico que se desprenden de productos industriales como ropa sintética y neumáticos representan hasta el 30% de la basura que contaminan los océanos”, siendo un gran problema que se da como consecuencia de la falta de gestión de empresas, gobiernos, usuarios que a menudo de tendencia como muchos países en la actualidad sus ideas de querer concientizar y poder realizar algo al respecto a está en incertidumbre.

En Ecuador no existe una cultura de reciclaje por parte de los consumidores, enfocándonos al sector productivo del reciclaje de neumáticos fuera de uso como tema principal a la problemática, podemos decir que este producto genera un alto

nivel de contaminación ambiental, consecuencia de que no existe un debido proceso de reciclaje, generando gran cantidad de sustancias perjudiciales para la salud, esto es debido a sus componentes tóxicos en lenta degradación, según reportes derivados de proyectos para el aprovechamiento de llantas de desecho, promovidos por el Instituto Nacional de Ecología (INE), “un neumático tarda 500 años en biodegradarse”, al no tener un adecuado procesamiento para su eliminación, o una utilización sustentable, ocasiona grandes problemas de salubridad y ambientales como la propagación de criaderos de larva de mosco debiéndose a las aguas estancadas que quedan al interior de los neumáticos, siendo esta una de las principales preocupaciones que afrontan los municipios de las ciudades en Ecuador, por la falta de infraestructura de los botaderos de basura para este material fuera de uso, esto preocupa a ecologistas y organizaciones del entorno que ven como cada día aumenta la contaminación en sus ciudades, ya que no se emplean emprendimientos para motivar la idea de reciclar y tratar de producir cierto tipo de producto.

Según SEGINUS (2018), en Ecuador se desechan 2'400.000 neumáticos al año en los que muchos de ellos terminan en los bordes de las carreteras, terrenos baldíos y pocos tienen una segunda utilidad, esta cifra millonaria de neumáticos fuera de uso lo confirma el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE, s.f.), y del que enfatiza que de ellos un porcentaje mínimo son reutilizados para el reencauchado, pero la gran mayoría es incinerada o depositada en basureros al aire libre, lo que representa una amenaza contra el ambiente. MAE expidió mediante el Acuerdo Ministerial No. 20, el Plan de Gestión Integral de los Neumáticos Usados: “El objetivo es establecer los requisitos, procedimientos y especificaciones ambientales para la elaboración, aplicación y control del plan para la recuperación y tratamiento de las llantas”. Pero la realidad es otra aún, no es del 100% ejecutoria ya que a vistas se pueden observar en provincias, cantones, ciudades, llantas en varias esquinas, terrenos desolados, vías, inclusive en el mar dando a entender que este plan no se lleva a cabalidad. Lo cual es una oportunidad para emprender en este sector productivo del reciclaje de los neumáticos, gracias a las estrategias empleadas de hoy en día, siendo así uno de

los medios más económicos que se puede utilizar para comenzar en el mercado, fundamentándose así a que muchas de las cosas ya utilizadas pueden volver a reutilizarse, siempre y cuando, estas pasen por un verdadero proceso de restauración que cumpla con las condiciones adecuadas para un nuevo uso siendo un producto renovado.

Uno de los principales problemas que afrontan los municipios del país, es la falta de infraestructura de los botaderos de basura, en la cual desechan los desperdicios de las ciudades. Por este motivo la idea de reciclar y tratar de producir cierto tipo de producto, con estos materiales es una idea innovadora, ya que, no solo reduciría los costos de producción, si no, que también ayudaría a la mejora de nuestro medio ambiente.

En la ciudad de Manta, el desecho de neumáticos es atribuible a la falta de cultura por parte de los ciudadanos, empresas dedicadas al enllantaje, locales de venta, y sobre todo al mal empleo de este producto para fines equívocos a su debida utilización, claro está, que esto es debido a la poca coordinación institucional, información y capacitación para la gestión integral de neumáticos usados, de los cuales previa a esta investigación como lo demuestra en publicaciones del Diario la Marea (2015) “El uso de llantas para decorar algunos barrios de la ciudad ha generado preocupación en el Distrito de Salud”, esto debido a la mala reutilización de estos neumáticos, de la cual la falta de conocimiento y el uso indebido del mismo podría convertirse en un foco infeccioso de mosquitos, dado a información recogida por el mismo Diario los moradores explican que utilizan estos neumáticos para “embellecer el lugar” y así poder ganar un concurso con este material fuera de uso del que se premiará al barrio más bonito. Así mismo, en casos similares como en el barrio San Agustín de esta ciudad, las llantas son utilizadas para cercar un jardín, floreros colgantes, balanceadores, ..., entre otras formas de utilización, que, por la falta de obras, este material a reemplazado productos y se ha convertido en un material sustituto en utilizado por la ciudadanía en la construcción de parques pero sin una infraestructura adecuada, del cual con las lluvias estas llantas al estar en la intemperie se convierte en un lugar clave para la larva del mosquito que a medida

del tiempo puede “reventar” y prosificar más mosquitos y causar enfermedades, convirtiéndose en criaderos al ser un lugar que se estanca el agua y crea un ambiente propicio para el brote del mosquito. Y así, los problemas persisten por la acumulación de llantas en la ciudad, como se evidencia en terrenos, bodegas, y el vertedero municipal de la ciudad, del cual otra una forma muy latente al riesgo de un posible incendio, por ser un material inflamable de rápida combustión espontánea, que da como resultado el llamado "humo negro" compuesto por monóxido y dióxido de carbono, dióxido de azufre, que es perjudicial para la salud y el medio ambiente.

Debido a estos precedentes expuestos en cuanto al sector productivo del reciclaje de neumáticos en América Latina, abarcando parte de los niveles macro, meso y micro, que genera una problemática por falta de conocimiento, cultura, y procesos en este negocio, se plantea el análisis de entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema Científico General

¿De qué manera se comporta el entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta?

1.3.2 Problemas Específicos

1. ¿De qué manera incide el entorno general en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?
2. ¿De qué manera incide el entorno específico en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?
3. ¿De qué manera incide el factor oferta en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?
4. ¿De qué manera incide el factor demanda en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?

1.4 Formulación de objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar el comportamiento del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.

1.4.2 Objetivo específico

- Examinar el entorno general del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.
- Determinar el entorno específico del sector productivo de reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.
- Analizar la demanda del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.
- Determinar la oferta del sector productivo del reciclaje de neumáticos en la ciudad de Manta.

1.5 Definición de las variables

- Estudio del entorno y mercado.
 - Entorno general.
 - Entorno específico.
 - Oferta.
 - Demanda

1.6 Hipotesis

El entorno y mercado incide en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta.

1.7 Matriz Consistencia

Cuadro 1: Matriz Consistencia

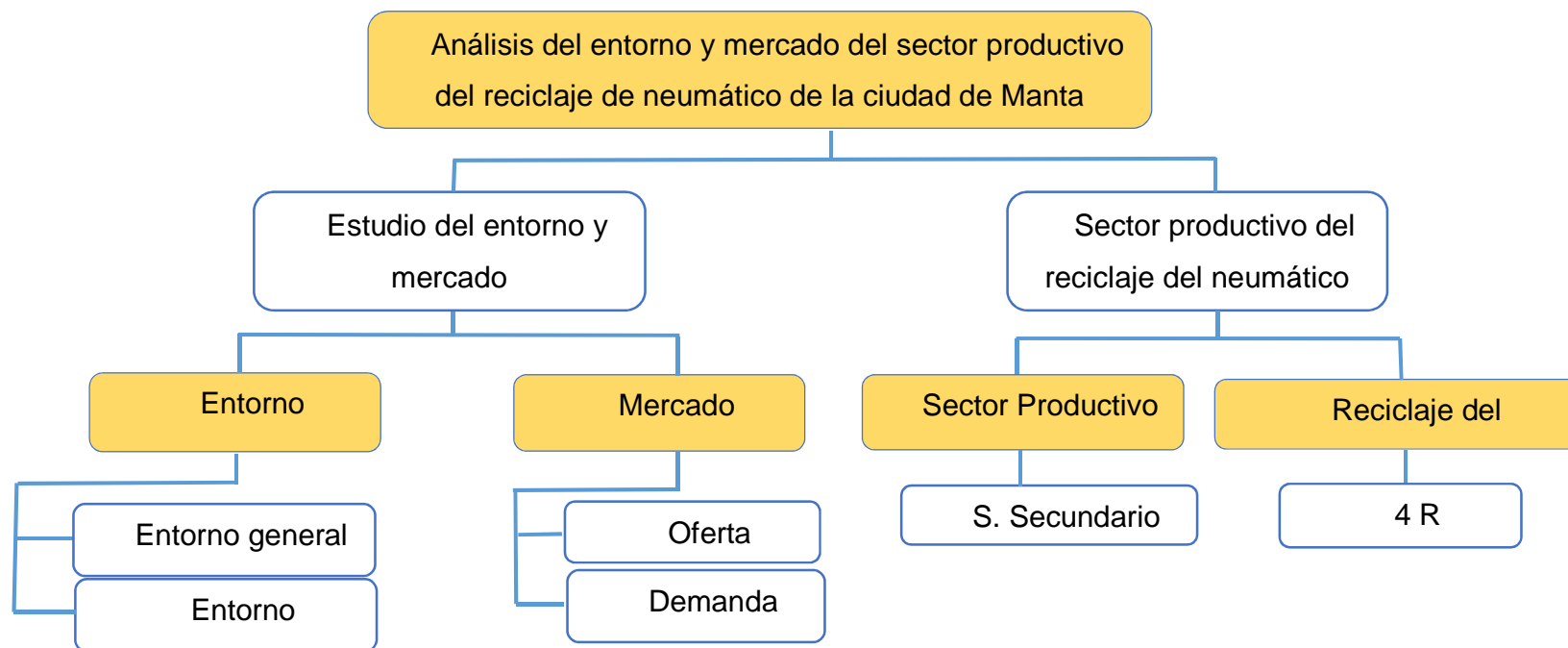
MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TEMA: Análisis del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de la ciudad de Manta.					
PROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES	METODOLOGIA
Problema General	Objetivo General	Hipotesis General	Variable Independiente	<ul style="list-style-type: none"> • Factor Social. • Factor Político. • Factor Tecnológico. • Factor Económico • Factor Medio Ambiental. • Proveedores. • Clientes. • Competidores. • Producto Sustituto. • Acopio. • Calidad. • Canalización. • Actividad. 	Naturaleza de la Investigación: Cuantitativa Nivel de la investigación: Descriptiva Medios de recolección de datos: Bibliográficos y encuestas Diseño: Transversal - No Experimental La Población: 40 Vulcanizadora - enllantadoras La Muestra: La muestra estuvo representada por la población de estudio
¿De qué manera se comporta el entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta?	Analizar el comportamiento del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.	El entorno y mercado incide en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta.	Análisis del entorno y mercado.		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos				
1. ¿De qué manera incide el entorno general en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?	Examinar el entorno general del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.				
2. ¿De qué manera incide el entorno específico en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?	Determinar el entorno específico del sector productivo de reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.				
3. ¿De qué manera incide el factor oferta en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?	Analizar la demanda del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta.				
4. ¿De qué manera incide el factor demanda en el sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta?	Determinar la oferta del sector productivo del reciclaje de neumáticos en la ciudad de Manta.				

Fuente: Elaboración estudiante/tutor

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

Cuadro 2: Mapa demostrativo del tema de investigación

Tema: Análisis del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático de la ciudad de Manta.



Fuente: Elaboración estudiante/tutor

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Johnson (2013) en su escrito **“El reciclaje en el siglo XX y su perspectiva en el siglo XXI”**. Programa de doctorado en ciencias naturales para el desarrollo **San José, Costa Rica**. Explica que en los países desarrollados, emergentes y en desarrollo se proyectan políticas de gestión integral de Residuos Sólidos Municipales (RSM), teniendo como objetivo explicar el aprovechamiento de este recurso renovable que busca reducir el volumen generado de desechos por los ciudadanos y empresas, lo que significa pasar del concepto de Residuo Sólidos Municipales a la transformación de Material Reciclable Valorizado (MRV), siempre y cuando se cumpla el debido ciclo de proceso industrial en la elaboración de un producto reciclable dirigido a un mercado específico de consumidores con ética ambiental, es decir, la producción de productos generados a partir de la Materia prima secundaria (MPS). El mercado del reciclaje es un campo abierto y un nicho para explotar como un sector productivo con perspectiva a nuevas iniciativas con mayor o menor grado de incidencia, conforme a la condición de país. Sin embargo, el verdadero reto estará en lograr el involucramiento o bien el apropiamiento de la sociedad en su conjunto en ser parte activa del sistema como tal. Como conclusión de este artículo tenemos que, en perspectiva a la mejora de la economía local y el desarrollo de economías, el reciclaje obtiene beneficios socioambientales asociado a los tratamientos para los RSM, de esta forma se contribuye a la justicia y equidad socioambiental a la vez que fundamentan las bases de una nueva cultura ambiental en la que se valore la calidad de nivel de vida.

Según el artículo de IRR (2015) **“Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo, diagnosticado en las ciudades de Quito, Cuenca, Guayaquil y Manta”**, tiene como objetivo crear alianzas estratégicas para el reciclaje de desechos sólidos, el cual busca facilitar el acceso de las y los recicladores a los mercados formales y contribuir de acuerdo con su clasificación de desechos a la

regulación y desarrollo en base a un mercado de reciclaje inclusivo, que mejorara la situación socioeconómica de las y los recicladores al conocer con mayor profundidad la situaciones de las personas, familias que trabajan en grupos y asociaciones para la recolección y venta de residuos sólidos al mercado del reciclaje. Este diagnóstico presenta un desarrollo importante ligado a la realidad como sector social y productivo, del cual aporta al fortalecimiento de decisiones y diseño orientado a las políticas públicas, programas de gestión que tiene como finalidad coordinar operaciones entre gobierno central, gobiernos autónomos, empresas privadas y demás entidades. Este estudio se basó en 3 dimensiones: Normativa, Mercado, Socioeconómica-organizativa, en el cual como instrumento de recolección de datos utilizo la entrevista a industrias y encuesta a los recicladores con el fin de recopilar información para obtener un análisis de la situación y relación en una inclusión socioeconómica de los recicladores base. En conclusión de este estudio determinó que la mayoría de los recicladores no se encuentran organizados de manera formal, es decir no están legalizados como asociaciones sin fines de lucro y con objetivos sociales y ambientales por lo que son independientes, las condiciones de los recicladores son desfavorables y con alto grado de vulnerabilidad, con ingresos inferiores al salario mínimo vital, en que los recursos obtenidos por esta actividad de reciclaje y posterior venta, son destinados principalmente para alimentación, vivienda y transporte en familias, cuyo número promedio es de cinco integrantes por familia, demostrando un problema más que social al tener ingresos no permiten cubrir satisfactoriamente sus necesidades de salud, educación, vestimenta, recreación, etc. En las ciudades menos pobladas, Cuenca y Manta, los recicladores perciben mayor apoyo por parte de la ciudadanía y mayor reconocimiento a su trabajo, pero no son asociativos si no que independientes en su labor. Como conclusiones a sus dimensiones las principales fueron: parte normativa, existencias normativas para el fortalecimiento de recuperación y reciclaje de cierto tipo de residuos, las mismas que ya se encuentran en aplicación y que han arrojado resultados positivos en el transcurso de los años. Parte del mercado, existe un incremento significativo de acuerdo a la clasificación de residuos sólidos potencialmente reciclables dentro de

las ciudades que han ingresado a procesos productivos, así como también, se ha fortalecido la inversión, capacidad productiva de la industria de reciclaje en el Ecuador, en la parte social existe una voluntad política por parte del gobierno central y gobiernos locales para trabajar de manera coordinada con organizaciones de recicladores de base siempre y cuando estén constituidos.

Según Vásquez Pozo, L, & Lorente (2018) en su artículo titulado “**Estudio de factibilidad para la reutilización, reciclaje y procesamiento de neumáticos fuera de uso**”, tuvo como objetivo conocer la factibilidad económica en la creación de una planta de procesamiento de neumáticos fuera de uso dentro de la ciudad de Ibarra, justificándose y rigiéndose al plan nacional del buen vivir el cual hace referencia a “*Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global*”, que mediante la inversión para la reutilización, reciclaje y procesamiento de neumáticos fuera de uso se contribuirá a la reducción en los niveles de contaminación para el entorno de la ciudad que son perjudiciales para la salud de sus habitantes, misma que determinó como resultado en la realización de un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio financiero de la viabilidad para este tipo de empresas, que surgió de la necesidad de brindar a los habitantes vivir en un ambiente sano que garantice la disponibilidad de espacios libres y buscar la forma y técnicas adecuadas de reutilizar y reprocesar los neumáticos fuera de uso.

Pardo Parra (2016) en su artículo denominado “**Gestión de subproductos e impacto ambiental de la chatarrización vehicular del sector transporte público en Bogotá**”, tiene como objetivo generar alternativas de manejo de los materiales residuales del procedimiento de chatarrización a base de la reutilización, tratamiento y aprovechamiento de los residuos con potencial reciclable para la obtención de subproductos con posibilidad de aprovechamiento de retorno al ciclo económico, obteniendo como conclusión en referencia a un entorno sociocultural y económico, un impactado positivamente por las actividades de chatarrización, que al ser fuente generadora de empleo establece que las empresas dedicadas a esta actividad brinden seguridad, afiliación a la salud para los trabajadores y sus familias y oportunidades para el mejoramiento de vida de

los colaboradores, por ello se trata de cambiar los botaderos de autos que impacta negativamente y fuertemente el componente geosférico, principalmente en aspectos ambientales como: la calidad del suelo, erosión e imagen de las cuales como alternativa es la entrega a empresas recuperadoras, que ofrece la posibilidad de entregarlo o vender el residuo a un tercero, para que este lo aproveche, sobre el subproducto del caucho (NFU), se identificaron alternativas como la molienda o tecnología de reducción de tamaño, escogida principalmente por su alta aplicabilidad en el mercado secundario; la segunda es el co-procesamiento, el cual se aprovecha el gran poder calorífico que tiene el caucho para ser combustible de entrada, por ejemplo, en la producción de cemento.

Rodríguez E. R.(2017) en su tesis **“Utilización de residuos de neumáticos fuera de uso en conglomerantes con base cemento portland y de activación alcalina para uso en prefabricados de bajo coste económico y medioambiental.”** Tiene como objetivo la valorización de neumáticos fuera de uso a partir de su aplicación en mezclas cementantes ultraligeras en la construcción, debido al progresivo aumento de la cantidad de residuos de caucho producido a partir de neumáticos usados se ha traducido en un problema ambiental, este estudio tiene una metodología experimental basada en la realización de experiencias que impliquen la preparación de morteros de matriz cementicia y geo-polimérica, la cual se obtiene como conclusión la viabilidad en la utilización de las fibras de neumático fuera de uso, obtenidas en el proceso de recauchutado, en la preparación de morteros de CP y CAA con beneficio tanto económico como medioambiental, para países en desarrollo y vías de desarrollo, dónde este proceso también podría ser utilizados en la preparación de materiales prefabricados para uso en viviendas sociales destinadas a la población de menores recursos.

Parra Moyano (2012) en su tesis **“Estudio para la creación de una empresa de reciclaje en la institución educativa rural vanguardia” Bogotá – Colombia,** tiene como objetivo en su plan de negocio crear una empresa recicladora que logre posicionarse en el mercado del reciclaje como un proyecto de negocio que

está encaminado a ser innovador en procesos de calidad, promoción del producto, estrategia, equipo de trabajo, surgiendo de la necesidad de incentivar en los estudiantes el cuidado del medio ambiente del cual servirá de guía a otras instituciones educativas, a las que se espera transmitir el interés por proyectos empresariales con relación al medio ambiente, por tal razón concluyó que existe una clara oportunidad de mercado en las instituciones educativa, no solo en desarrollar una empresa recicladora en la recolección y comercialización de residuos sólidos, sino también en impulsar como modalidad de obtención de recursos financieros para patrocinar proyectos institucionales, innovación en temas del reciclaje, siendo esencial para la participación de jóvenes emprendedores que ayudarán a mejorar la cultura y calidad de vida en la ciudad.

Para Montesdeoca (2018) en su tesis **“Modelo de logística inversa para la gestión eficiente del sector llanero”**, tiene como objetivo analizar los procesos de la cadena de valor del sector llanero para una apropiada utilización del retorno de los inventarios, es decir poder planificar, gestionar y controlar los procesos de recolección, almacenamiento, y procesamiento de materiales fuera de uso, debido a que no se realiza adecuadamente los procesos de logística inversa en el sector llanero del Ecuador, desaprovechando estos productos que pueden ser utilizados para diferentes industrias como materia prima, se utilizó una investigación descriptiva y de campo en la gestión de inventarios fuera de uso (llantas usadas) del sector llanero, analizados mediante el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) que sirve para análisis estadísticos aplicado a las ciencias sociales, determinando la problemática al término de la logística directa es decir cuando el producto llega al cliente y este lo utiliza pero luego no se da una gestión adecuada después de su vida útil como producto, concluyendo que el modelo de logística inversa para la gestión de inventario en el sector llanero es viable al ser algo nuevo que no se ha utilizado, del cual fomentará una cultura del reciclaje y la reutilización que contribuyen con el medio ambiente y fomentan la economía del país.

Para Castro Vera (2015) en su tesis **“Estudio de factibilidad de creación de una empresa recicladora de neumáticos desechados, para la producción de**

caucho modificador de asfalto, en la provincia de Guayas”, tiene como objetivo analizar la factibilidad de instalación de una fábrica dedicada al reciclaje de neumático y simultáneamente la producción de polvo de neumático que se prevé utilizar conjuntamente al asfalto, esto es debido a los problemas que afronta el municipio en la falta de infraestructura de los botaderos de basura y el querer sustituir materias primas por materias reutilizables que contribuyan al mejoramiento ambiental, social, y económico, esta tesis se basó en los estudios pertinentes tales como el estudio de mercado, técnico y financieros que dieron como resultado la factibilidad de una empresa recicladora, comprobándose que los estudios y los objetivos específicos que se diseñaron en su etapa son viables y que permitirán que este sector productivo sea de gran interés para nuevos emprendedores.

Según Viera Arroyo (2011) en su tesis “**Gestión ambiental del proyecto reúso artesanal de neumáticos, sector Pilligsilli, Poaló, provincia de Cotopaxi, Ecuador**”, tiene como objetivo elaborar un proyecto ambiental que posibilite el reúso de los neumáticos desechados para obtener un impacto positivo en el ambiente al mejorar la gestión de estos residuos sólidos, se realizó una evaluación financiera de la inversión que se necesitará para el arranque del proyecto de fabricación de productos artesanales con neumáticos fuera de uso, al igual, la identificación de los impactos de esta actividad en el ambiente y las potenciales alternativas para el aprovechamiento de estos residuos, en la producción de otros artículos, misma que tuvo como conclusión ser una alternativa sustentable al permitir cuidar y preservar el medio ambiente con la inclusión de la población del sector en la actividad económica por la generación de empleo autónomo, del cual los neumáticos fuera de uso proporcionan una tasa de producción artesanal en el Ecuador en unas 200.000 familias aproximadamente, categorizando a la artesanía en un sector manufacturero que crece anualmente en un 8%, siendo el presente proyecto una alternativa viable.

Lopez Ramirez (2018) en su tesis “**Reutilización de residuos sólidos, construcción con eco-ladrillos en un entorno rural educativo**”, tiene como objetivo desarrollar una propuesta de recuperación y reutilización de residuos

sólidos con la elaboración de eco-ladrillos para la fabricación de productos para la Institución Educativa Rural Benilda Valencia sede Miguel Ángel Builes, del municipio de Donmatías-Antioquia, del cual se planteó y realizó talleres de educación ambiental, direccionados al manejo integral de residuos sólidos (MIRS), debido a la preocupación y al interés por la búsqueda de alternativas de reducción a partir de la utilización de los desechos que son aprovechables para el segmento de la construcción, como conclusión de esta tesis el desarrollo de talleres formativos, aportando diversas estrategias de recuperación y reutilización de residuos sólidos partiendo del contexto social, económico y cultural, por lo tanto, *es de gran importancia la inclusión construcción de actividades pedagógicas y lúdicas como talleres que involucren directa o indirectamente a empresas, instituciones educativas y familias.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Estudio del entorno y mercado

El análisis del entorno y mercado es una herramienta fundamental que es aplicada dentro de un sistema comercial, del cual la relación de estos conceptos se debe a una serie de factores no controlables por la empresa que influyen en el comportamiento del mercado, siendo puntos importantes a la toma de decisiones de la empresa que en definitiva, condicionan el desarrollo de la relación de intercambio empresa - mercado.

Según Mercado (2004), la investigación de mercados: “Es una técnica que nos ayuda a buscar hechos cuantitativos, cualitativos y descriptivos de fuentes directas e indirectas, internas y externas: acumularlos, analizarlos e interpretarlos para que en el futuro nos sirva de apoyo en la toma de decisiones”, es decir, este estudio permitirá definir la situación vigente del emprendimiento con y sin el proyecto ejecutándose, en la que tendrá como conclusión principal donde será el mercado particular que pueda tener la empresa al estudiar al consumidor, sus hábitos, y motivaciones de compra en que permitirá y facilitará la obtención de datos al ser analizados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados de aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Según Rivera Camino & de Garcillán López-Rúa (2012) “El estudio del entorno es crítico porque cualquier cambio en la variables del medio ambiente repercute tanto en la empresa como en el mercado”, es decir, el efecto de este cambio incide en los componentes del concepto de oferta y demanda que son afectados dado a que el entorno es de gran importancia y de gran influencia en las economías de los países, teniendo un efecto interrelacionado entre sí, que de manera consecuente al ser afectado o producirse un conflicto, se reflejaría en mayor o menor medida en la economía de estos.

2.2.1.2 Entorno

Según Mintzberg (1984), “Es todo aquello ajeno a la empresa, es decir, viene dado por el conjunto de fuerzas y factores que escapan al control de la firma y que pueden tener un impacto sobre ella”.

Según Grant (2006) “El entorno de la empresa está formado por todos los factores externos que influyen sobre sus decisiones y resultados”.

Según Stoner , Edward, & Gilbert (1966), nos explica que un factor del entorno es estratégico “cuando tiene o puede tener en el futuro, una incidencia sobre los resultados importantes”.

El entorno es un conjunto de factores externos que rodean a una actividad, empresa, institución, colectividad, donde intervienen de manera directa o indirectamente en su estado o desarrollo con relación a las oportunidades y riesgos que escapan de la dirección y control propia de la empresa, identificando así al entorno como una estrategia que sirve como herramienta clave en el desarrollo de funciones del comportamiento retrospectivo y actual de un determinado sistema u organización. Tener un análisis del entorno es tener una herramienta clave de la gerencia social, que permite realizar y evaluar la impredecibilidad del comportamiento de las variables que rodean o forman parte de la planificación estratégica y de la construcción de escenarios que obliga a la conceptualización de nuevas estrategias de gestión, es decir, al conocimiento sobre las fuerzas del entorno general dado por el factor socio-económico, político, social, cultural y científico-técnico y al entorno específico como los competidores, clientes, proveedores, en comprensión a la relación en que se desarrollará una determinada acción. El entorno al ser objeto de instrumento analítico a la comprensión de la realidad social, para desarrollar y definir el tipo de estrategia en atención al comportamiento sobre un sistema en el que se genera la oferta y demanda en un determinado mercado, permitirá monitorear e identificar cambios y posicionar a la organización frente a estas fuerzas externa que, a manera de prevención al riesgo, será el entorno el principal actor para la viabilidad de un proyecto.

2.2.1.3 Entorno General

También llamado “Macroentorno”, este consiste en fuerzas externas en las que no se pueden controlar por un sector productivo, una empresa o mercado, debido a que son factores fuera del alcance y de difícil control al no ser vinculados directamente con la organización. Sin embargo, en muchas ocasiones tienen

influencia a la hora de realizar cualquier actividad o proyecto, de modo que es de mucha importancia a la vez en la toma de decisiones, oportunidades o para protección de futuras amenazas.

El Macroentorno según Hitt M. (2006), estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto. Los Factores Socio Culturales, Factores Tecnológicos, Factores Económicos, Factores Político-Legales, y Factores Globales o llamados “Secuencia STEP Global”.

2.2.1.3.1 Factor Socio Cultural

Da Silva (2002), “Cada nación tiene un sistema cultural y social que comprende determinadas creencias y valores”.

Según David (2008), “Los cambios sociales, culturales, demográficos y ambientales ejercen fuertes repercusiones en prácticamente todos los productos, servicios, mercados y clientes”.

Este factor hace referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales en las que interactúan las personas sea entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades, estos aspectos socioculturales juegan un papel fundamental, no sólo por ser un pilar importante en la explicación del dinamismo de la pequeña, mediana y grande empresa, sino también por relación al crecimiento de la misma al ser este factor necesario al estar consciente en que algunas de las creencias arraigadas culturales son un obstáculo para la gestión empresarial ya que son elementos internos en los que una empresa se constituye como características a un carácter estructural en dinámica adquirida por la empresa.

2.2.1.3.2 Factor Tecnológico

Rodríguez J. (2002), “Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos”.

Según David (2008), “Los avances tecnológicos pueden afectar significativamente los productos, los servicios, los mercados, los proveedores, los distribuidores, los competidores, los clientes, los procesos de fabricación, las

prácticas de marketing y la posición competitiva de las organizaciones”. Este factor es muy influyente en los productos que se ofrece en el mercado, por ser el factor desarrollo de todo aquello en lo que se refiere a conocimientos procedentes de las ciencias que ha permitido la fabricación y construcción de productos que permiten facilitar la vida cotidiana del ser humano al incorporar las innovaciones necesarias actuales que surgen para no quedarse en la antigüedad en los avances científicos como instrumento para competir con las demás empresas.

2.2.1.3.3 Factor Económico

Finch (1996), “Condiciones y tendencias generales de la economía que pueden ser factores en las actividades de la organización”.

David (2008), “Los factores económicos tienen un impacto directo en el atractivo potencial de las diferentes estrategias”.

Este factor hace referencia al comportamiento de los cambios económicos en los que una empresa puede atravesar, sea por afectaciones de los agentes económicos, política monetaria, inflación, entre otros factores que de una u otra manera condicionan los resultados esperados en la planificación estratégica de forma que genere oportunidades o amenazas para la empresa, es decir pasar por un buen momento en que las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos y así poder crecer o expandirse, contrario cuando la economía pasa por una crisis, recesiones, poca demanda, aumentando del desempleo, disminución de las utilidades, entre otros.

2.2.1.3.4 Factor Político Legal

Según Kotler (2000), en el libro Fundamentos de Marketing describe al factor político legal como “las leyes, agencias gubernamentales y grupos de presión que limitan en las diversas organizaciones e individuo de una determinada sociedad”.

Según David (2008), “Los gobiernos federales, estatales, locales y extranjeros son importantes empleadores y clientes de las organizaciones, además de que se encargan de regular, liberalizar y subvencionar sus actividades”, por lo tanto, los factores políticos, gubernamentales y legales representan oportunidades y amenazas clave para las pequeñas y grandes organizaciones que en teoría son aquellas medidas políticas tomadas por el gobierno de un país que forman el

marco jurídico de todas las empresas, es decir su estructura legal influyen en el desarrollo de la actividad económica realizada por cualquier entidad. Estos elementos o normas dadas a nivel municipal, estatal y constitucional constituyen un impacto positivo/negativo al imponer una serie de leyes y normas delimitando lo que las empresas pueden y no pueden hacer, claro ejemplo son las leyes encaminadas a la protección del medio ambiente, que representan una desventaja para aquellas empresas que contaminan en grandes cantidades, pero para otras representan una oportunidad de negocio ya que suelen enfocarse al desarrollo de productos tecnológicos e innovadores que disminuyan el impacto ambiental.

2.2.1.3.5 Factores Medio Ambientales

Según Kotler P. (2008) “La preocupación mundial sobre el calentamiento global sigue en aumento, y muchos ecologistas temen que pronto quedemos enterrados en nuestros propios desperdicios.” Es decir que este factor se trata del conjunto de elementos físicos y naturales en el cual conviven e interactúan los seres vivos, los cuáles subsisten de los elementos presentes en el entorno, permitiendo así el desarrollo de sus funciones vitales para el equilibrio en el planeta.

2.2.1.4 Entono Específico

También llamado “Microentorno”, es un entorno con factores más cercano de influencia directa a la organización, que afectan y condicionan la actividad en desarrollarse sobre un mismo sector de acción con las demás empresas, El microentorno también es conocido como entorno de acción directa o entorno inmediato. Se refiere a todos los aspectos o elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen tanto en las operaciones diarias como en los resultados, entre ellas tenemos:

Proveedores

Se refiere a las empresas o personas que proporcionan una serie de entradas o inputs que sirven para realizar el proceso productivo al cual se los denominan proveedores y suministradores necesarios sin excepción para el continuismo de la producción.

Clientes

Los clientes o llamados también consumidores, son los que adquieren los productos de los procesos productivos, es decir, el producto final que la empresa o persona elabora para su necesidad de vida cotidiana.

Competidores

Los competidores son las empresas que están en el segmento enmarcado a la misma producción de bien o de servicio al que nunca se puede perder de vista, bien porque ofrezcan el mismo tipo de producto o porque ofrezcan un producto alternativo del cual la empresa o persona deberá competir de manera eficaz y eficiente a las tendencias actuales del mercado.

Entidades financieras

Referentemente a los bancos que prestan dinero a las empresas a cambio de un interés, es un elemento indispensable para la financiación de la empresa en caso de riesgo o de mejoras continuas que realiza la empresa en base a el entorno de la empresa.

Administraciones públicas

En referencia al estado, las comunidades autónomas, diputaciones provinciales y, sobre todo, a los ayuntamientos. La relación entre una empresa y el ayuntamiento de la localidad donde se encuentra establecida es de mucha importancia para la gestión de permisos y demás documento para la perfecta elaboración de la empresa.

Mercado laboral

Es un factor muy importante en la decisión de localización de una empresa, de los cuales hace hincapié a los costes salariales siendo una de las principales fuentes de costes de la empresa, por lo que es una estrategia querer reducir este factor en beneficio de la empresa. En ciertos sectores productivos la necesidad de trabajadores con un alto nivel de formación es de mucha importancia por lo que las empresas deben instalarse en países, regiones, ciudades donde sea posible localizarlos.

Comunidad

Es un elemento de estructura social, el cual su punto de importancia es el medio ambiente y el estilo de vida de la sociedad (comunidad) que está vinculado de manera determinada al entorno que rodea y es de interés a la empresa.

2.2.1.4.1 Modelo de Competencia de las Cinco Fuerzas de Porter

“Una parte importante de un análisis del entorno es identificar a las empresas rivales y determinar sus fortalezas, debilidades, capacidades, oportunidades y amenazas, objetivos y estrategias”, David (2008).

David F, (2013) “El modelo de las cinco fuerzas de Porter del análisis competitivo es un enfoque ampliamente utilizado para desarrollar estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre empresas varía mucho de una industria a otra”. De acuerdo con Michael Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria dada estaría conformada por cinco fuerzas

1. Rivalidad entre empresas competidoras.
2. Entrada potencial de nuevos competidores.
3. Desarrollo potencial de productos sustitutos.
4. Poder de negociación de los proveedores.
5. Poder de negociación de los consumidores.

2.2.2 Mercado

Según Kotler, Armstrong, & Cámara y Cruz, Marketing (2001), en su libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio".

Según Stanton, Eztel, & Walker (2007), define al mercado como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

Para Mankiw (2012), un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta"

El concepto “mercado”, hace referencia al conjunto de consumidores reales y potenciales en base a un determinado bien o servicio, es decir, mercado real en

referencia a todos los consumidores que "consumen" el producto, y mercado potencial al segmento de los consumidores que consumen el producto y que podrían satisfacerse con la producción de la empresa, pero todavía no lo hacen, aquí participan los compradores y vendedores al tener una necesidad en particular, de la que se complace mediante un vínculo de intercambio, dado como los principales actores en un mercado; en relación a otras ciencias como la economía, él "mercado" es el conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre cliente y ofertante, en materia de psicología, el mercado es vista como la capacidad de comprensión de comportamientos, edades gusto, etc., de lo cual para conocer los factores que motivan a las personas a consumir o comprar algún bien o servicio se debe analizar la oferta y demanda que son dos de los factores importantes en el mercado que disponen la cantidad intercambiada de cada bien y el precio de aquello, definiendo así a los compradores los que determinan la demanda y a los vendedores los que determinan la oferta.

2.2.2.1 Demanda

Para Kotler Philip (2000), autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"

Según Jorge (2011), autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"

Partiendo del principio de la microeconomía la demanda se categoriza como uno de los factores que interactúa en el mercado de mucha importancia, al determinar la cantidad negociada de cada bien o servicio representada como objetivo de adquisición para la satisfacción de necesidades o deseos del consumidor, es decir, el valor global que manifiesta el deseo de compra de una sociedad, siendo un estudio de mercado al entorno específico en que para ser analizada se emplean una serie de variables como la cantidad de bienes o servicios, compradores o consumidores, necesidades y deseos, disposición a adquirir el producto o servicio, capacidad de pago, precio dado, lugar establecido, que determinarán la cantidad de producto solicitado, inclusive, si éste tiene

demanda o no, el cual nos demostrará las preferencias del consumidor, sus hábitos, limitaciones, y otra información que definirá el producto o servicio en referencia a los consumidores, empresas y sociedades.

2.2.2.2 Oferta

Para Fisher & Espejo (2011), autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado".

Andrade (2006), autor del libro "Diccionario de Economía", define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios".

La oferta al igual que la demanda parte del principio de la microeconomía, del cual su función específicamente es determinar la cantidad que los productores (proveedores) están dispuestos en generar un bien, al igual que los servidores estén presto a generar un servicio en calidad de capacidad y disponibilidad para el mercado con referencia al precio, es decir, los recursos que se tiene para vender al consumidor que se sujetan a las condiciones y cantidades para satisfacer una necesidad o deseo. Para analizar la oferta se debe comprender los factores que la alteran tales como la tecnología, el precio de materias, disponibilidad de recursos, competencia, regulación, precio del producto o servicio, siendo estos factores de gran influencia a la hora que el bien sea ofrecido en preferencias del consumidor.

2.3 Sector productivo del reciclaje de neumático

2.3.1 Sector Secundario

El sector secundario es denominado como el conjunto de actividades económicas destinadas a la transformación de la materia prima en la que interviene la manufacturación, industrialización y la construcción en el proceso de las materias primas obtenidas en el sector primario de las cuales son convertidas en una serie de productos de consumo nuevos para el mercado.

2.3.1.1 Sector Artesanal

Según la publicación de la dirección general de política de la pequeña y mediana empresa de España, DGPYME (2009), "La artesanía es una actividad económica y cultural de gran importancia por su interrelación con otros sectores

de la economía, influyendo positivamente en el desarrollo de las regiones y, por tanto, la unificación de su definición sería de gran importancia”.

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado, según la UNESCO (1997).

El sector artesanal es uno de los sectores más importantes que aporta al desarrollo económico, humano y sostenible para la economía de un país, esta actividad es una de las más antiguas realizadas por el hombre debido a la realización de productos con intervención de métodos manuales imprescindible para la ejecución de procesos en el que se aplican técnicas, prácticas artesanales tradicionales – contemporáneas, que son necesarias para la realización de productos y derivados obtenidos a partir de la materia prima o de materiales reciclables, que en la actualidad se presenta como una alternativa en el mercado, gracias a su volumen y posible transformación de materia para este sector artesanal dando solución a las problemáticas a la aglomeración de los desechos sólidos y contaminación al medio ambiente.

2.3.1.2 Sector Industrial

Rae (2018), diccionario de la Real Academia de España “Conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales”.

Según Kotler & Keller (2006), “Es un conjunto de empresas que ofrecen productos o clases de productos que son sustituibles unos por otros”.

Es el conjunto de operaciones que implican la transformación de materias primas en productos de consumo masivos, a través de ciclos de procesos productivos normalmente dados en las industrias como la mecánica, la química, la textil, la producción de bienes de consumo, bienes alimenticios, etc. El sector industrial también llamado sector secundario, comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación dada a la capacidad de manipular materiales a gran escala y convertirlos en productos elaborados para satisfacer un mercado creciente y constante.

2.3.1.3 Sector Construcción

El sector de la construcción es un importante pilar económico para la economía de un país, su actividad trata de proporcionar elementos de bienestar básicos en una sociedad al construir obras públicas como puentes, carreteras, puertos, vías férreas, presas, plantas generadoras de energía eléctrica, industrias, entre otros, y por otra parte, obras privadas, que van desde la hechura de casas a edificios y rascacielos corporativos de las empresas que avanza al ritmo de la expansión urbana y del crecimiento poblacional.

2.3.4 Reciclaje de neumático

La masiva fabricación de neumáticos y las dificultades para hacerlos desaparecer una vez usados, constituye uno de los problemas medioambientales más graves en los últimos años en todo el mundo. Un neumático necesita grandes cantidades de energía para ser fabricado (medio barril de petróleo crudo para fabricar el neumático de un camión) y también provoca, si no es convenientemente reciclado, gran contaminación ambiental al formar parte generalmente de vertederos incontrolados.

2.3.4.1 Métodos de recuperación de neumáticos

- **Métodos mediante aplicación de calor**

Termólisis

La termólisis es la reacción en que un compuesto separable al menos de otros dos cuando se somete a temperaturas elevadas. Los neumáticos se someten a un calentamiento anaerobio (sin presencia de oxígeno). Las altas temperaturas y la ausencia del oxígeno destruyen los enlaces químicos que forman en sí el neumático, de forma que aparecen cadenas de hidrocarburos que son los compuestos originales del neumático. Mediante este proceso se obtienen metales, hidrocarburos sólidos y gaseosos que pueden volver a la producción de neumáticos u a otras actividades.

Pirolisis

La pirolisis es la descomposición química de la materia orgánica y de todo tipo de materiales excepto metales y vidrios causada por el calentamiento en ausencia de oxígeno, pero sin producir dioxinas ni furanos muy contaminantes al

medioambiente. En el caso de los neumáticos mediante pirolisis se produce la degradación del caucho mediante la aplicación de calor obteniendo: GAZ, un gas similar al propano que se puede emplear para su uso industrial, y aceite industrial líquido que puede ser refinado en Diesel, coke y acero.

Incineración

La incineración es la combustión completa de la materia orgánica hasta su conversión en cenizas llevada a cabo en hornos mediante oxidación química en presencia de un exceso de oxígeno. Este es un proceso costoso que además presenta la dificultad de las diferentes velocidades de combustión de los materiales que forman el neumático y la necesidad si o si de una depuración de los residuos gaseosos que se emiten en el proceso por lo que es un proceso que no es fácil de controlar. Este proceso genera calor que puede ser usado como energía. En el caso de que la incineración no estuviera controlada el impacto ambiental sería elevadísimo: liberación de gases como monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno, óxidos de zinc, óxidos de plomo. Además, el hollín contiene cantidades importantes de hidrocarburos aromáticos policíclicos altamente cancerígenos y también muchos de los residuos generados son solubles al agua por lo que entrarían en la cadena trófica y de ahí a los seres humanos.

- **Métodos físicos**

Trituración criogénica

Este método necesita unas instalaciones muy complejas lo que hace que tampoco sean rentables económicamente y el mantenimiento de la maquinaria y del proceso es difícil. La baja calidad de los productos obtenidos y la dificultad material y económica para purificar y separar el caucho y el metal entre sí y de los materiales textiles que forman el neumático provoca que este sistema sea poco recomendable.

Trituración mecánica

Este proceso es puramente mecánico, no existen agentes químicos ni adición de calor. Consta de pasar el neumático inicial por una serie de triturados sucesivos hasta conseguir reducir su volumen a un tamaño de salida muy pequeño, el cual dependerá del uso posterior que se le vaya a dar al producto.

Conversión de neumáticos en energía eléctrica

Los residuos de neumáticos una vez preparados pueden convertirse en energía eléctrica utilizable en la propia planta de reciclaje o conducida a otras instalaciones distribuidoras. Los residuos se introducen en una caldera donde se realiza la combustión. El calor que se libera en la misma se convierte en vapor de elevada temperatura y presión que se conduce hasta una turbina. Al expandirse mueve la turbina y el generador acoplado a ella produce electricidad, que tiene que ser transformada posteriormente para su uso directo.

2.3.4.1 Estrategia de las 4R

Las sociedades hoy en día producen una gran cantidad de residuos por el consumo de la comida rápida y productos a gran escala de uso, lo que ha significado un aumento en los volúmenes de producción de material como plástico, cartón, latas, neumáticos, telas, entre otros productos de uso cotidiano, que significativamente, se convierte al final de su vida útil en basura (desecho sólido).

Albina Acuña (2004) “La estrategia de las 4 R, cuya característica es: Reducción; Recuperación; Reutilización; Reciclaje; busca orientar a la población sobre el manejo adecuado de la basura que a diario lanzamos los seres humanos.”

Reducir

La estrategia es evitar comprar productos que realmente no son necesarios como los que llevan consigo elementos extras que en muy poco tiempo van a ser basura es decir productos con un exceso de embalaje o muy bien utilizar formas más amigables que sustituya este embalaje, también hacer referencia a la parte de servicio cotidiano como la energía, de la que optimizar, de una manera más eficiente con el ahorro en consumo energético del hogar y así entre otras prácticas que al poner en uso disminuyera el impacto en el medio ambiente.

Reutilizar

Esta estrategia es la más utilizada por las personas ecologistas en la que comprende dar un segundo uso aquellos productos que llega a su vida útil o vida comercial, es decir ya no sirven para la función que se adquirió, pero bien pueden

ser repararlos o tomados para otra nueva función y así poder darle una segunda oportunidad.

Reciclar

Esta estrategia a comparación de las demás, se da cuando el producto está a punto de ser desechado en el cual significa hacer una selección selectiva de los residuos generados y clasificarlos de acuerdo con su fuente de origen, para que luego sean tratados en plantas especializadas que puedan crear productos para otros usos o sustitutos de estos. De este modo se evita el uso descontrolado de recursos naturales, energía y lo principal el volumen de residuos en vertederos que son perjudiciales para las sociedades.

Recuperar

Esta estrategia va de la mano con el punto de reciclaje al tomar estos residuos seleccionados y relacionarlos con los procesos industriales, el cual consiste en la transformación de materiales o elementos por medio de ciclos de procesos que terminan como productos sustitutos de la materia prima natural dando como resultado a una sostenibilidad ambiental y una ejecución en nuevos modelos de negocios y emprendimientos.

CAPITULO 3

DISEÑO Y METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Tipo y Diseño de la investigación

La presente investigación de acuerdo con el paradigma investigativo y la estrategia metodológica utilizada es de tipo cuantitativo puesto que las características miden fenómeno, utiliza las estadísticas y realiza los respectivos análisis de las causas.

Desde el punto de vista del alcance de estudio y el diseño de investigación utilizado, esta investigación es no experimental, ya que su objetivo es analizar el nivel o modalidad de una o de diversa variable en un momento dado y de diseño transversal ya que se recolectan datos en un solo momento con vistas al análisis de la variable del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumáticos de la ciudad de Manta.

El diseño de investigación ante expresada consiste en la búsqueda empírica y sistemática en la que el investigador no posee control directo de las variables debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o son inherente ni manipulables.

3.2 Población de estudio

En la ciudad de Manta se evidencia dos grupos de empresas vulcanizadoras, las formales e informales, de acuerdo al informe solicitado al Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Manta, existen 20 vulcanizadoras formales que cuentan con el permiso de esta distinguida institución, de las cuales 16 accedieron a ser encuestadas, posterior, se realizó un recorrido en la ciudad para constatar las vulcanizadoras informales, debido a que no están registradas como empresas u organización, de las cuales se encuestaron 24 de ellas, por lo tanto la población o universo para esta investigación consiste en 40 empresas dedicadas al objeto de investigación del presente proyecto.

3.3 Selección de la Muestra

Partiendo del punto de vista de que una muestra es una parte representativa de la población de la cual debe tener la misma característica, para la presente

investigación la muestra sera la misma que la población por ser una población pequeña.

3.4 Técnica de recolección de datos

Para la recolección de datos de la investigación, la técnica empleada fue la encuesta, mediante la aplicación de un cuestionario de base estructurada en correspondencia a las bases teóricas reconocida por la literatura científica, el mismo que está compuesto por: 35 Ítems o medidores agrupados en 4 dimensiones que corresponde al análisis del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático.

El cuestionario fue aplicado a los dueños/gerentes de las vulcanizadoras formales e informales de la ciudad de Manta como primera fuente del producto u objeto de investigación, se utilizó una escala valorativa de tipo Likert ordinal de 5 tramos. Donde 1 corresponde a Totalmente desacuerdo, 2 Desacuerdo, 3 Indiferente, 4 De acuerdo, 5 Totalmente de acuerdo.

Para el análisis de los datos se utilizó la herramienta Microsoft Excel, mediante la utilización de tablas y gráficos estadísticos, mismas que permitieron el análisis de los resultados y para la recolección de la información secundaria se aplicó la técnica bibliográfica y documental.

3.5 Resultados

3.5.1 Análisis e interpretación de los resultados

Análisis del entorno general

1.- ¿Algunas empresas comercializadoras de neumáticos tienden a incrementar la seguridad del conductor a partir del buen uso de los neumáticos?

Tabla 1: Entorno General: Factor Social - Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	35	87,50%	87,50%
	Indiferente	5	12,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

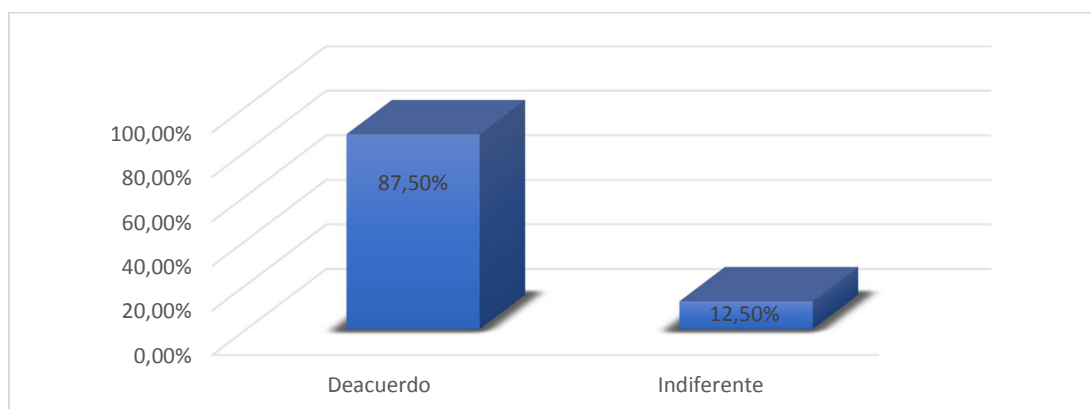


Gráfico 1: Entorno General: Factor Social - Seguridad

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 01 y gráfica N°01, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las empresas tienden a incrementar la seguridad del conductor a partir del buen uso de los neumáticos, manifiesta que el 87,50 % que corresponde a 35 encuestados está De acuerdo, mientras que el 12,50% que corresponde a 5 encuestados manifiesta que está Indiferente, lo que implica que una parte muy representativa manejan el aspecto de la seguridad como estrategia de venta en lo que a los neumáticos se refiere como el estado del neumático, presión, y marca de dibujo, recomendaciones de seguridad que son fundamentales en un vehículo.

2.- ¿Las administraciones municipales o privadas proponen proyectos sobre el mantenimiento preventivo y correctivo del uso de los neumáticos reciclados?

Tabla 2: Entorno General: Factor Social - Proyectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Indiferente	8	20,00%	20,00%
	Desacuerdo	32	80,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

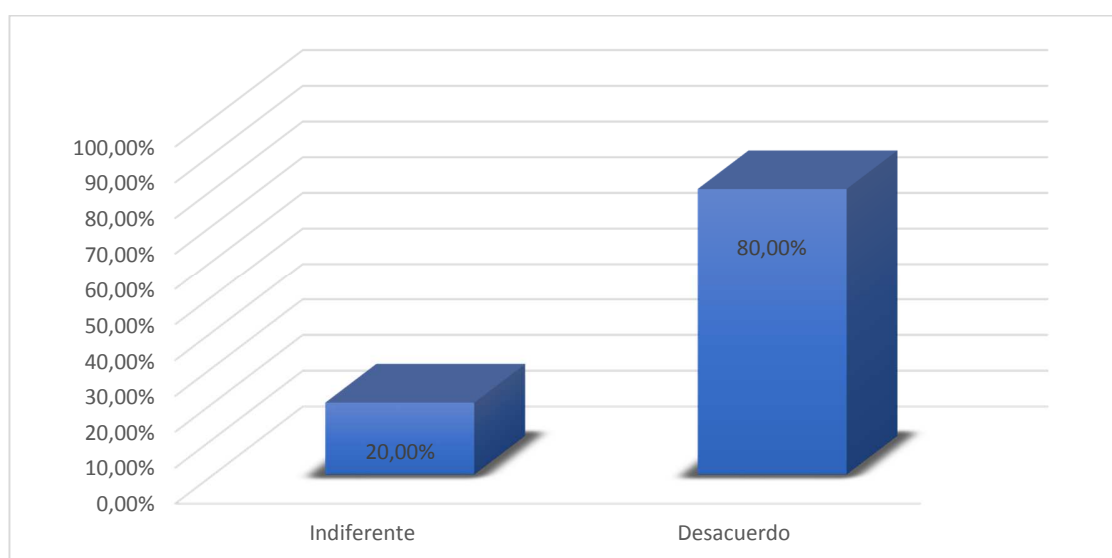


Gráfico 2: Entorno General: Factor Social - Proyectos

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 02 y gráfica N°02, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las administraciones municipales o privadas proponen proyectos sobre el mantenimiento preventivo y correctivo del uso de los neumáticos reciclados, manifiesta que el 20 % que corresponde a 8 encuestados esta Indiferente, mientras que el 70% que corresponde a 32 encuestados manifiesta que esta en Desacuerdo, lo que implica la falta de proyectos dirigidos al uso correcto en lo que a prevención y corrección específicamente el usuario debe conocer al adquirir neumáticos reciclados.

3.- ¿El reciclaje y la reutilización del neumático fuera de uso contribuye al cuidado ambiental?

Tabla 3: Entorno General: Factor Social - Cuidado ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente De acuerdo	30	75,00%	75,00%
	De acuerdo	10	25,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

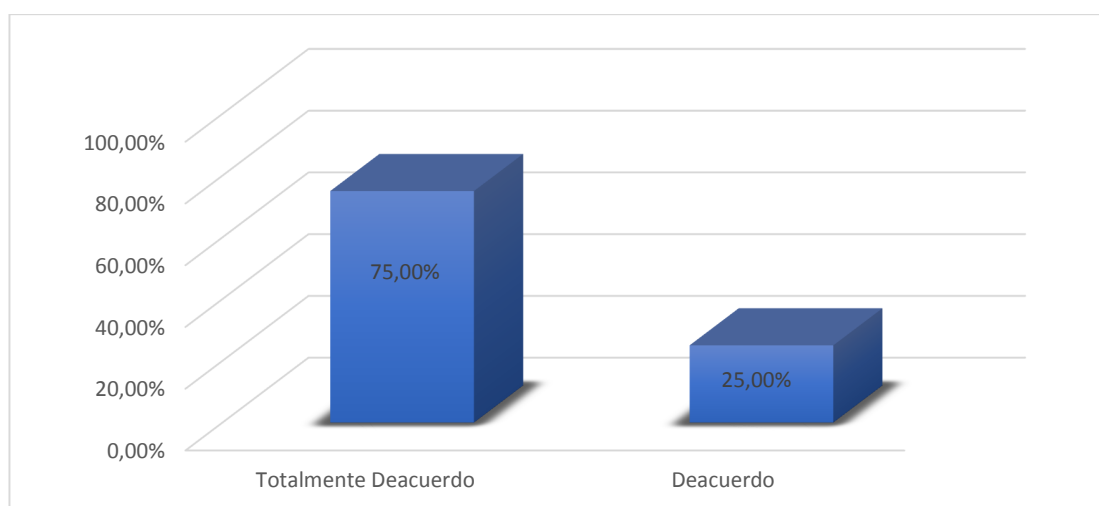


Gráfico 3: Entorno General: Factor Social - Cuidado ambiental

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 03 y gráfica N°03, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto si el reciclaje y la reutilización del neumático fuera de uso contribuye al cuidado ambiental, manifiesta que el 75 % que corresponde a 30 encuestados está Totalmente de acuerdo, mientras que el 25% que corresponde a 10 encuestados manifiesta que está De acuerdo, lo que demuestra que el reciclaje y reutilización del neumático es un tema viable para la planificación, creación de posibles negocios medioambientales con respecto a este material fuera de uso.

4.- ¿El gobierno central o descentralizado proponen estrategias relacionadas al buen uso del reciclaje de neumático?

Tabla 4: Entorno General: Factor Político - estrategias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	9	22,50%	22,50%
	Indiferente	21	52,50%	75,00%
	Desacuerdo	10	25,00%	47,50%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

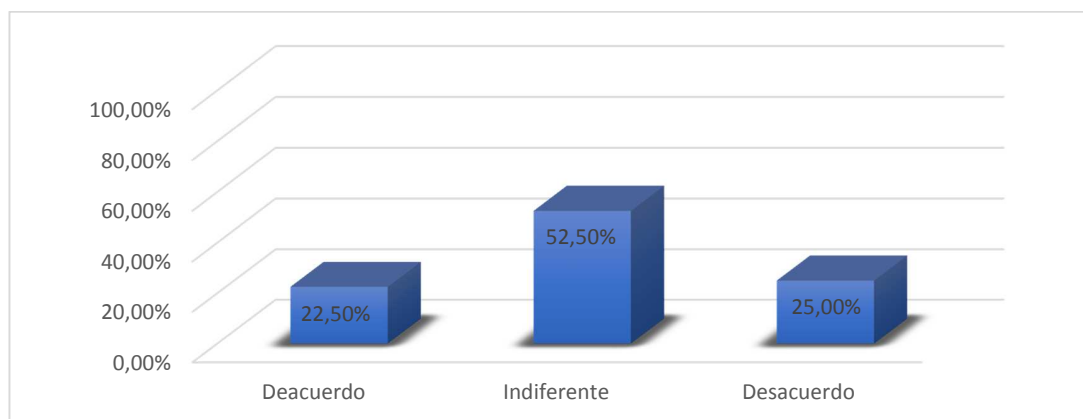


Gráfico 4: Entorno General: Factor Político - estrategias

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 04 y gráfica N°04, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si el gobierno central o descentralizado proponen estrategias relacionadas al buen uso del reciclaje de neumático, manifiesta que el 22,50 % que corresponde a 9 encuestados está De acuerdo, el 52,50% que corresponde a 21 encuestados manifiesta que está Indiferente, mientras que el 25% que corresponde a 10 encuestados manifiesta que está Desacuerdo lo que implica que una gran parte de los encuestados tienen desconocimiento de las estrategias, campañas o planteamientos que demanda a

los productores de neumáticos garantizar su correcta gestión ambiental en los neumáticos usados.

5.- ¿Las ordenanzas municipales proponen ordenamiento o estatutos sobre el buen estado de los neumáticos fuera de uso?

Tabla 5: Entorno General: Factor Político - ordenamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Indiferente	17	42,50%	42,50%
	Desacuerdo	23	57,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

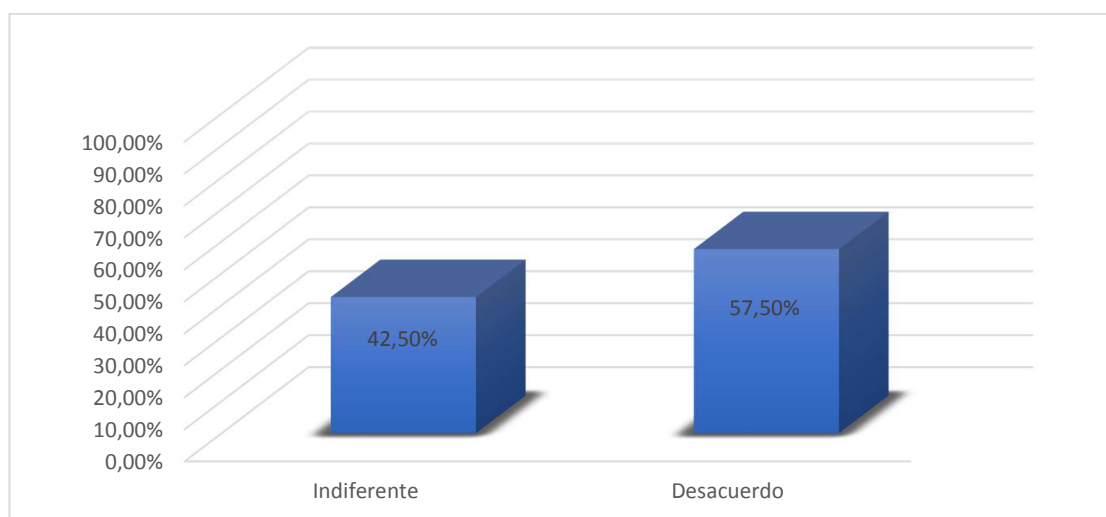


Gráfico 5: Entorno General: Factor Político - ordenamiento

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 05 y gráfica N°05, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las ordenanzas municipales proponen ordenamiento o estatutos sobre el buen estado de los neumáticos fuera de uso, manifiesta que el 42,50 % que corresponde a 17 encuestados está Indiferente, mientras que el 57,50% que corresponde a 23 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una parte muy representativa desconoce y alude

la falta de implementación de estatutos u ordenanzas que prevean y gestionen normas en referencia al buen estado de los neumáticos fuera de uso.

6.- ¿Las políticas nacionales y locales fomentan una cultura del reciclaje de neumáticos?

Tabla 6: Entorno General: Factor Político - políticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente De acuerdo	20	50,00%	50,00%
	De acuerdo	20	50,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

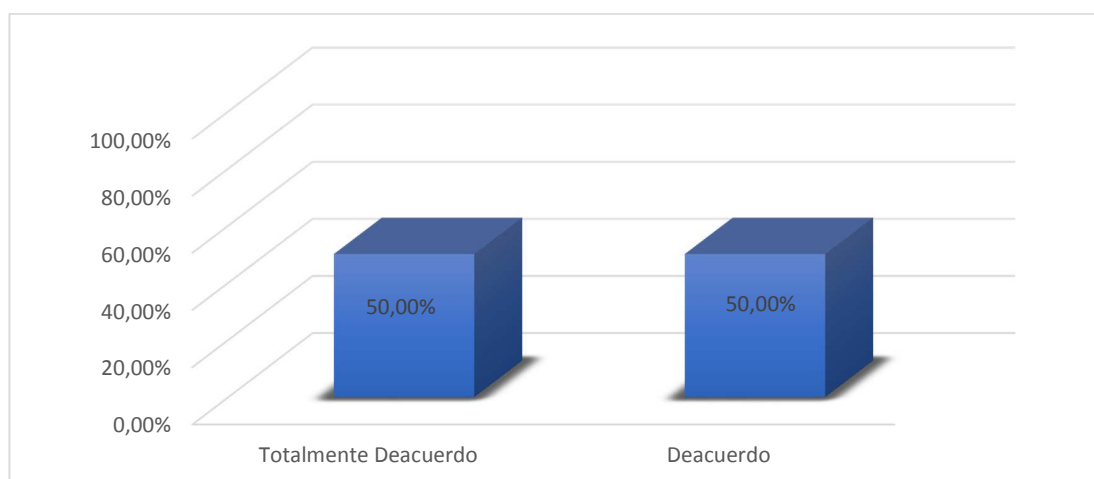


Gráfico 6: Entorno General: Factor Político - políticas

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 06 y gráfica N°06, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto en que las políticas nacionales y locales fomentan una cultura del reciclaje de neumáticos, manifiesta que el 50% que corresponde a 20 encuestados está Totalmente De acuerdo, mientras que el 50% que corresponde a 20 encuestados manifiesta que está De acuerdo, lo que implica que en las vulcanizadoras y enllantadoras al tener una norma aplicativa sobre la

distribución, acopio y reciclaje de los neumáticos luego del cambio de los mismos, tomen conciencia y por reglamento se rijan a las leyes para mantener un ecosistema libre de contaminación.

7.- ¿Las tecnologías actuales permiten un manejo adecuado de los neumáticos fuera de uso?

Tabla 7: Entorno General: Factor Tecnológicos - tecnología

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	15	37,50%	37,50%
	Indiferente	25	62,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

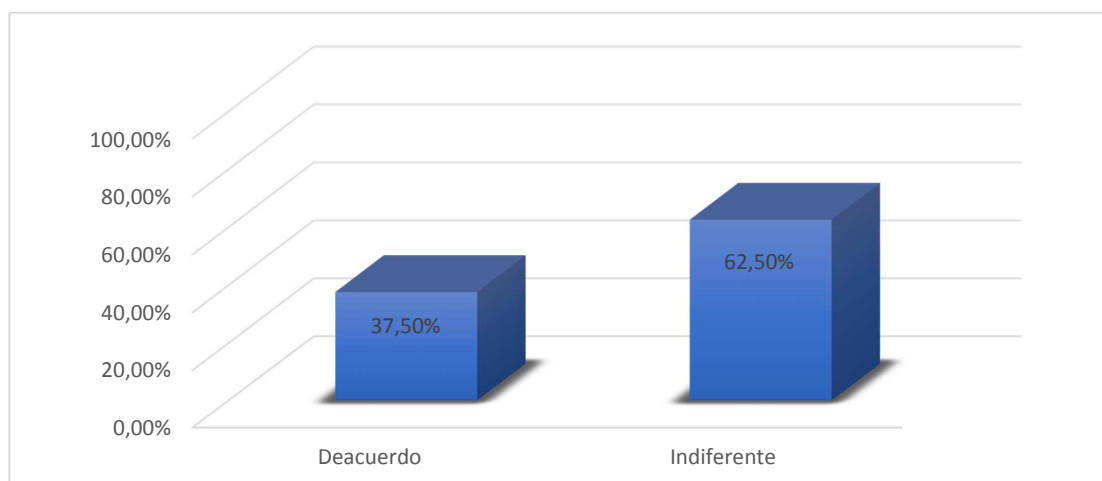


Gráfico 7: Entorno General: Factor Tecnológicos - tecnología

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 09 y gráfica N°09, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las tecnologías actuales permiten un manejo adecuado de los neumáticos fuera de uso, manifiesta que el 37,50 % que corresponde a 15 encuestados está De acuerdo, mientras que el 62,50% que corresponde a 25 encuestados manifiesta que está Indiferente, lo que implica que una parte muy representativa desconoce de las tecnologías que en la actualidad

son aplicadas para el manejo de los neumáticos fuera de uso, sea el caso por falta de información o investigación de parte de los dueños/gerente de vulcanizadoras/enllantadoras.

8.- ¿Existe procesos técnicos o tecnológicos para la transformación del neumático reciclado en productos sustitutos?

Tabla 8: Entorno General: Factor Tecnológico - transformación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	17	42,50%	42,50%
	Indiferente	23	57,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

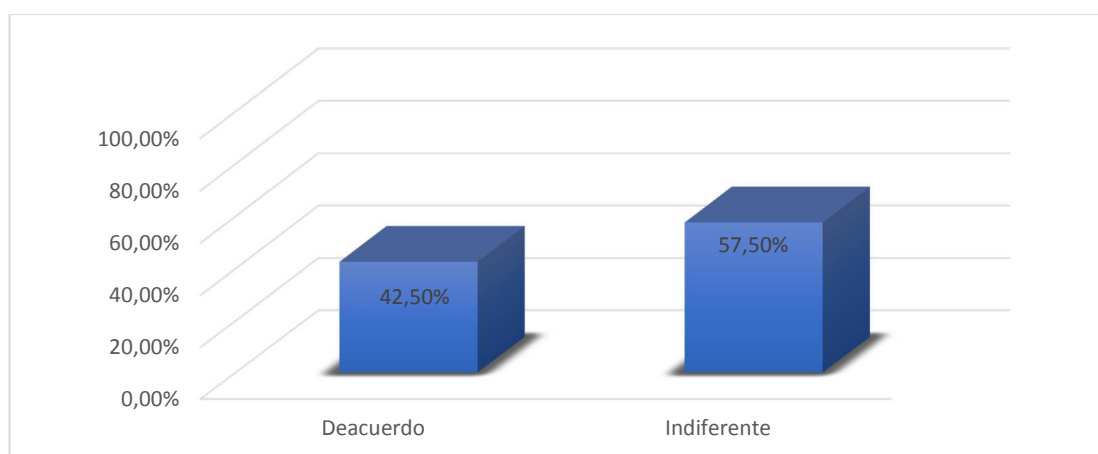


Gráfico 8: Entorno General: Factor Tecnológico - transformación

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 08 y gráfica N°08, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si conocen de procesos técnicos o tecnológicos para la transformación del neumático reciclado en productos sustitutos, manifiesta que el 42.50 % que corresponde a 17 encuestados está De acuerdo, mientras que el 57.50% que corresponde a 23 encuestados manifiesta que está Indiferente, lo que implica que una parte desconoce sobre procesos técnicos para la transformación de neumáticos fuera de uso debido que su

actividad es la venta y reparaciones de aspecto automotriz y no al no de creación de productos sustitutos a partir de los neumáticos fuera de uso.

9.- ¿Existen tecnologías que permitan el manejo adecuado de los neumáticos reciclado?

Tabla 9: Entorno General: Factor Tecnológico - manejo adecuado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	13	32,50%	32,50%
	Indiferente	27	67,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

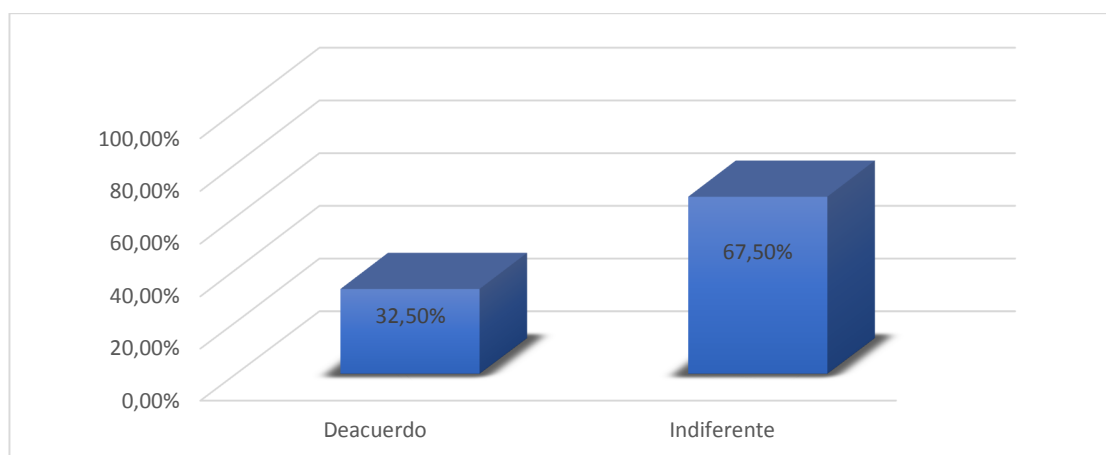


Gráfico 9: Entorno General: Factor Tecnológico - manejo adecuado

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 07 y gráfica N°07, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si conocen de tecnologías que permitan el manejo adecuado de los neumáticos reciclado, manifiesta que el 42,50 % que corresponde a 13 encuestados está De acuerdo, mientras que el 57,50% que corresponde a 27 encuestados manifiesta que está Indiferente, lo que implica que una parte muy representativa desconoce de la existencia de tecnologías en empresas para el reciclaje de neumático o falta de información para emplearlas.

10.- ¿En la ciudad existen empresas dedicada al reciclaje de neumáticos usados?

Tabla 10: Entorno General: Factor Económico - existencias de empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	8	20,00%	20,00%
	Indiferente	13	32,50%	52,50%
	Desacuerdo	19	47,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

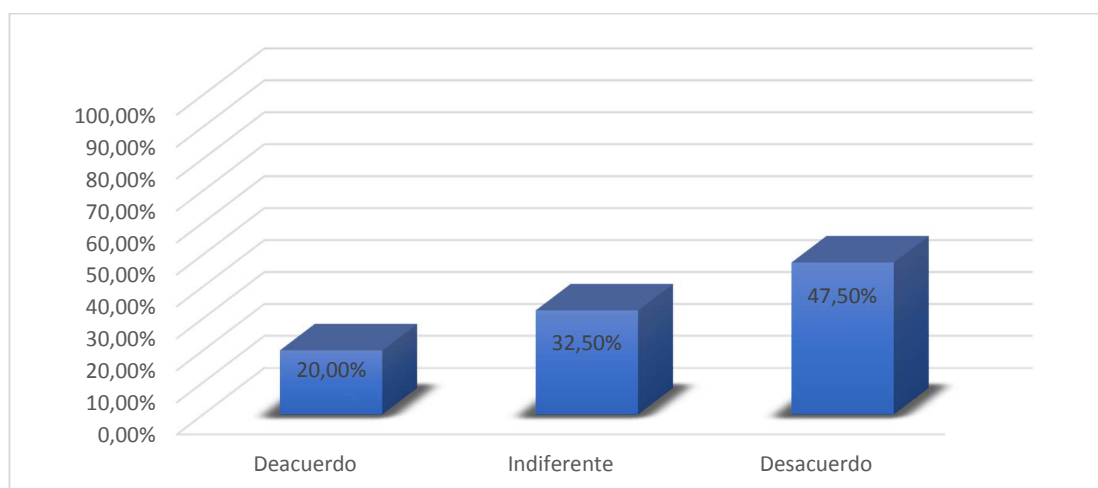


Gráfico 10: Entorno General: Factor Económico - existencias de empresas

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 10 y gráfica N°10, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si conocen empresas dedicadas al reciclaje de neumáticos usados en la ciudad de Manta, manifiesta que el 20 % que corresponde a 8 encuestados está De acuerdo de si conocer, el 32,50% que corresponde a 13 encuestados manifiesta que está Indiferente, mientras que el 47.50% que corresponde a 19 encuestados manifiesta que está Desacuerdo,

siendo una parte muy representativa que desconoce de la existencia de empresas formadas y dedicadas al reciclaje de neumáticos en la ciudad por no ser una actividad muy lucrada.

11.- ¿En la ciudad existen empresa dedicada a la transformación del neumático?

Tabla 11: Entorno General: Factor Económico - existencia de empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	6	15,00%	15,00%
	Indiferente	24	60,00%	75,00%
	Desacuerdo	10	25,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

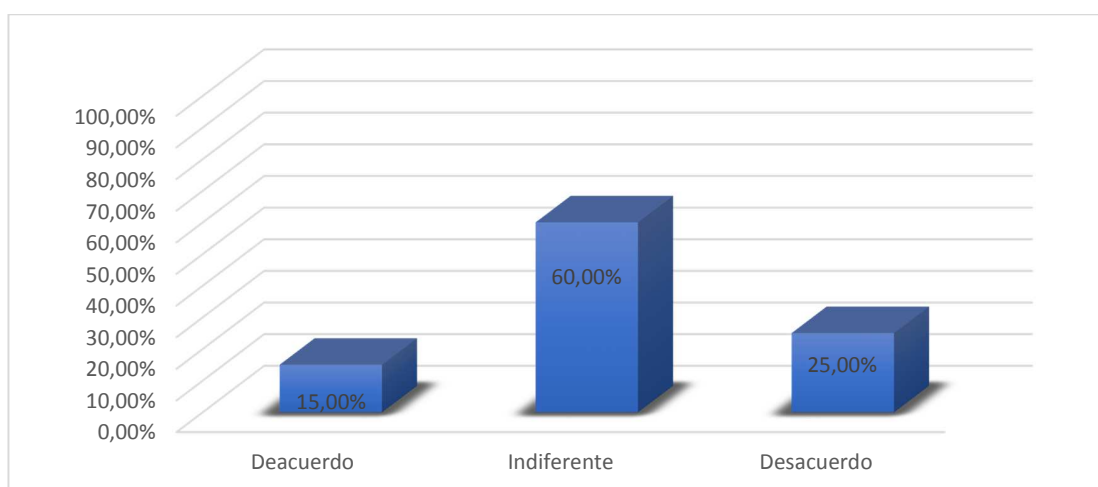


Gráfico 11: Entorno General: Factor Económico - existencia de empresas

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 11 y gráfica N°11, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si en la ciudad existen empresas dedicadas a la transformación del neumático, manifiesta que el 15% que corresponde a 6 encuestados está De acuerdo, el 60% que corresponde a 24 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 25% que corresponde a 10 encuestados

manifiesta que está Desacuerdo, siendo una parte muy representativa el desconocimiento de la existencia de empresas dedicadas a la transformación del neumático fuera de uso para algún tipo de producto que actualmente se encuentren en el mercado.

12.- ¿Las empresas recicladoras de neumáticos son una fuente de trabajo?

Tabla 12: Entorno General: Factor Económico – fuente de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente De acuerdo	30	75%	75%
De acuerdo	10	25%	100,00%
Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

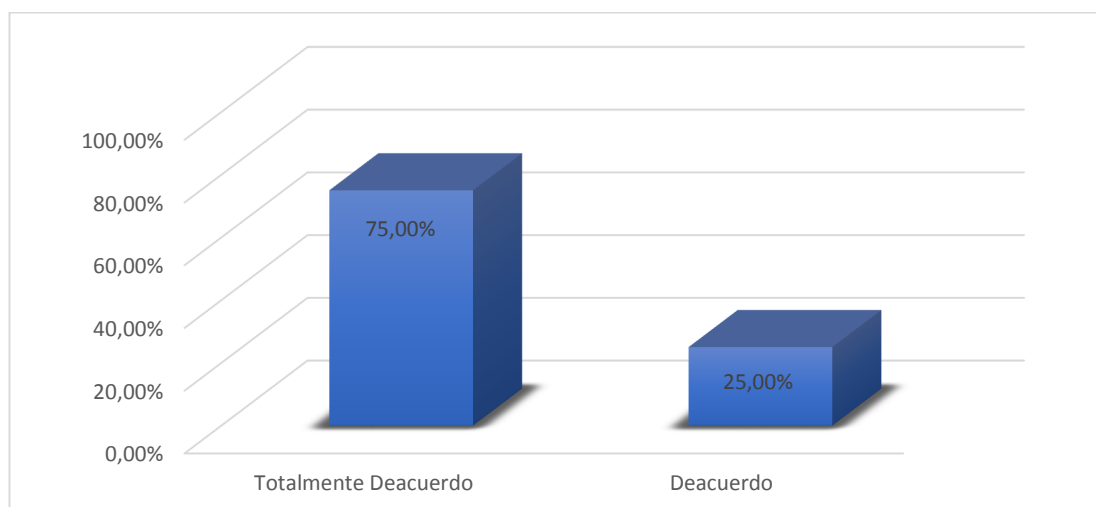


Gráfico 12: Entorno General: Factor Económico – fuente de trabajo

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 12 y gráfica N°12, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las empresas recicladoras de neumáticos son una fuente de trabajo, manifiesta que el 75 % que corresponde a 30 encuestados está Totalmente de acuerdo, el 25% que corresponde a 10

encuestados manifiesta que está De acuerdo, teniendo como respuesta positiva, el crear una empresa recicladora genere plazas de trabajos directa e indirectamente a personas que se dediquen a este tipo de actividad y a personas que ven como oportunidad realizar sus negocios aledaños al mismo

13.- ¿Existen créditos financieros para las actividades del reciclaje de neumáticos fuera de uso?

Tabla 13: Entorno General: Factor Económico - créditos financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Desacuerdo	15	37,50%	37,50%
	Totalmente Desacuerdo	25	62,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

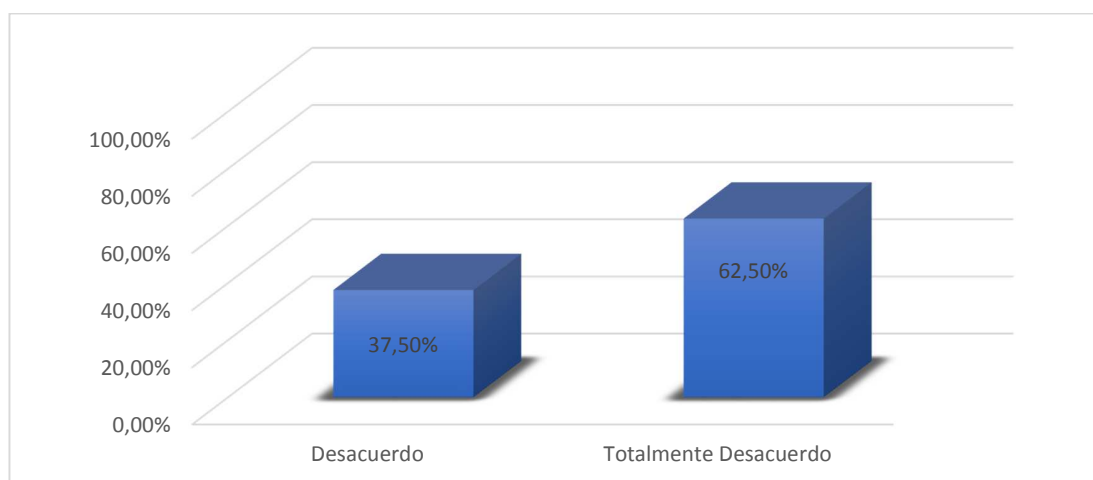


Gráfico 13: Entorno General: Factor Económico - créditos financieros

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 13 y gráfica N°13, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si existen créditos financieros para las actividades del reciclaje de neumáticos fuera de uso, manifiesta que el 35,50% que corresponde a 15 encuestados está Desacuerdo, el 62,50% que corresponde

a 25 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, lo que implica que no existe suficiente información por parte de instituciones financieras públicas y privadas que informen sobre créditos o ayudas destinadas a este tipo de actividad, lo que repercute en un desconocimiento por parte de los dueños/gerentes.

Análisis del entorno específico

14.- ¿El negocio cuenta con normas para la distribución, recolección y acopio de neumáticos usados a los sitios autorizados?

Tabla 14: Entorno Especifico: Proveedores – normas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	10	25,00%	25,00%
	Desacuerdo	30	75,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

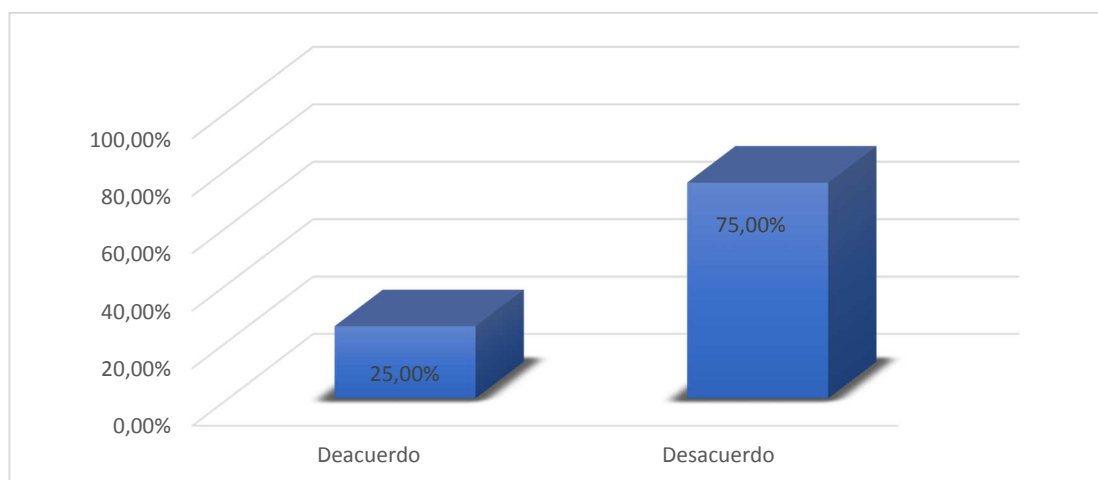


Gráfico 14: Entorno Especifico: Proveedores - normas

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 14 y gráfica N°14, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si negocio cuenta con normas para la distribución, recolección y acopio de neumáticos usados a los sitios autorizados, manifiesta que el 25% que corresponde a 10 encuestados está De acuerdo, el 75% que corresponde a 30 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que

implica que las empresas debido al bajo desarrollo de esta actividad del reciclaje local, las empresas no implementan políticas, guías o procedimiento específicamente en la distribución, recolección y acopio de los neumáticos fuera de uso.

15.- ¿El Negocio involucra en el proceso de distribución y acopio a usuarios y generadores de neumáticos usados?

Tabla 15: Entorno Especifico: Proveedores - proceso de distribución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente De acuerdo	9	22,50%	22,50%
De acuerdo	31	77,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

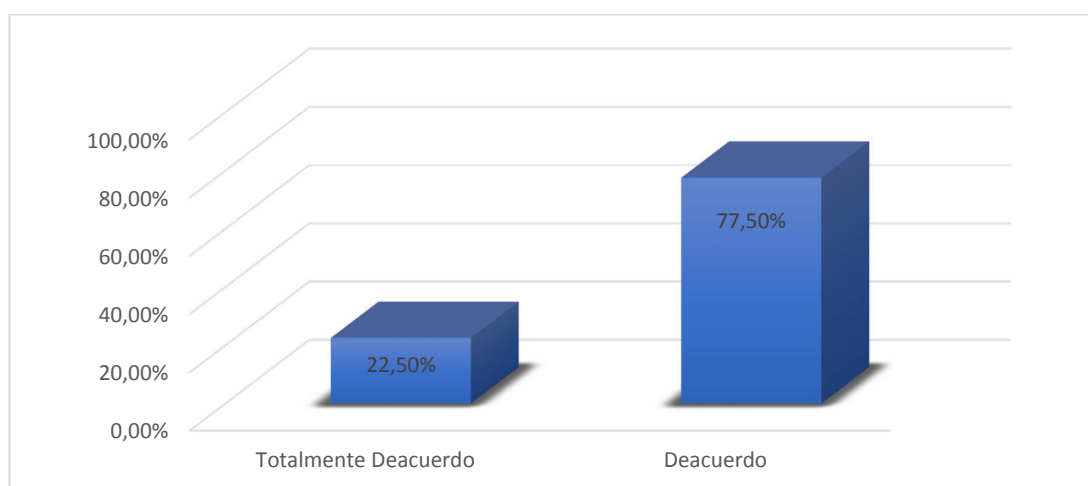


Gráfico 15: Entorno Especifico: Proveedores - proceso de distribución

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 15 y gráfica N°15, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si el negocio involucra en el proceso de distribución y acopio a usuarios y generadores de neumáticos usados, manifiesta que el 22,50% que corresponde a 9 encuestados está Totalmente de acuerdo, el

77,50% que corresponde a 31 encuestados manifiesta que está De acuerdo, debido que los usuarios son quienes usan este material después del cambio y los generadores son los clientes que cambian los neumáticos que de una u otra manera participan en los procesos de distribución y acopio de neumático usados.

16.- ¿El negocio tiene un sistema de distribución, recolección y acopio de neumáticos usados?

Tabla 16: Entorno Especifico: Proveedores -sistema de distribución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	10	25,00%	25,00%
	Desacuerdo	14	35,00%	60,00%
	Totalmente desacuerdo	16	40,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

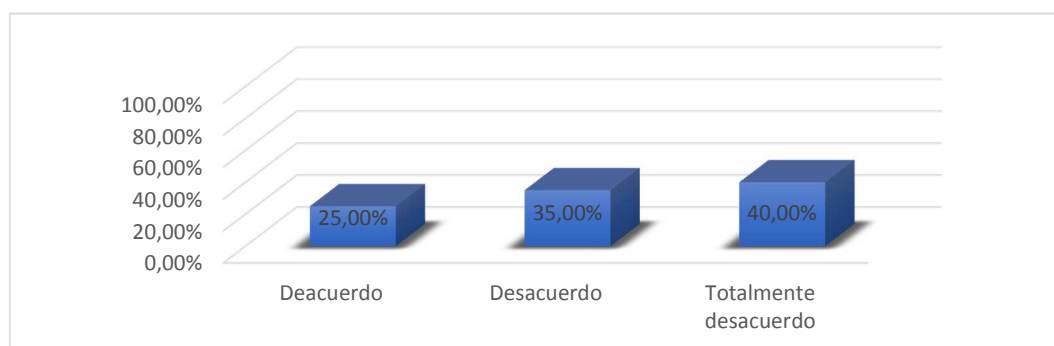


Gráfico 16: Entorno Especifico: Proveedores - sistema de distribución

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 16 y gráfica N°16, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si el negocio tiene un sistema de distribución, recolección y acopio de neumáticos usados, manifiesta que el 25 % que corresponde a 10 encuestados está De acuerdo, el 35% que corresponde a

14 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, y el 40% que corresponde a 16 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa al expresar la falta de un sistema adecuado al ser negocios informales o pequeños en espacio, siendo un punto referente para la capacidad en el acopio, que consecuentemente repercute en la distribución a puntos o empresas que recolectan este material fuera de uso.

17.- ¿Los clientes suelen dejar sus neumáticos usados a la hora del cambio?

Tabla 17: Entorno Especifico: Clientes – cambio de neumático

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	29	72,50%	72,50%
	Desacuerdo	11	27,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

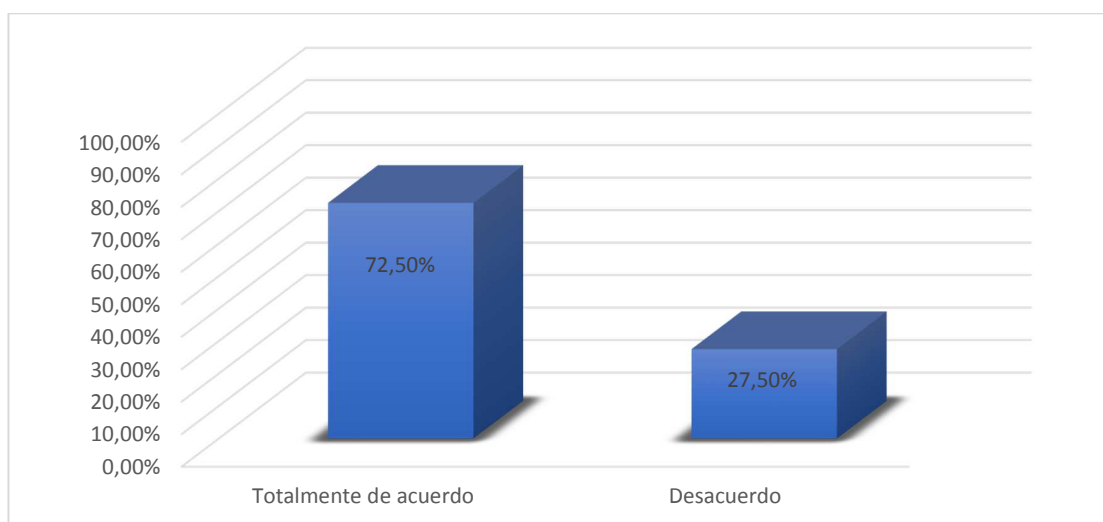


Gráfico 17: Entorno Especifico: Clientes – cambio de neumático

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 17 y gráfica N°17, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si los cliente suelen dejar sus neumáticos

usados a la hora del cambio, manifiesta que el 72,50% que corresponde a 29 encuestados está Totalmente de acuerdo, el 27,50% que corresponde a 11 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de estos neumáticos fuera de uso quedan en los locales de enllantadoras/vulcanizadoras sean estos formales e informales a la hora del cambio de neumático de un automotor.

18.- ¿Los clientes suelen llevarse sus neumáticos usados a la hora del cambio?

Tabla 18: Entorno Especifico: Clientes - llevan sus neumáticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente De acuerdo	13	32,50%	32,50%
	Desacuerdo	27	67,50%	100,00%
	Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras
Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

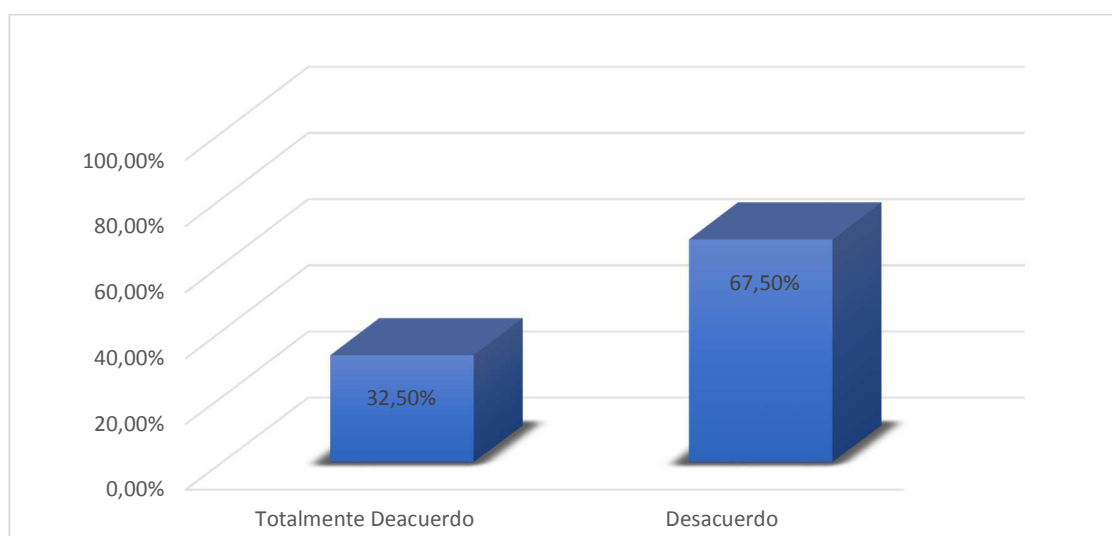


Gráfico 18: Entorno Especifico: Clientes - llevan sus neumáticos

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 18 y gráfica N°18, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si los cliente suelen dejar sus neumáticos

usados a la hora del cambio, manifiesta que el 32,50% que corresponde a 13 encuestados está Totalmente De acuerdo, el 67,50% que corresponde a 27 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de estos neumáticos fuera de uso no son llevados por los mismos generadores de este producto.

19.- ¿Existen clientes que suelen transformar los neumáticos usados en productos sustitutos?

Tabla 19: Entorno Especifico: Clientes - productos sustitutos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	6	15,00%	15,00%
	Indiferente	12	30,00%	45,00%
	Totalmente desacuerdo	22	55,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

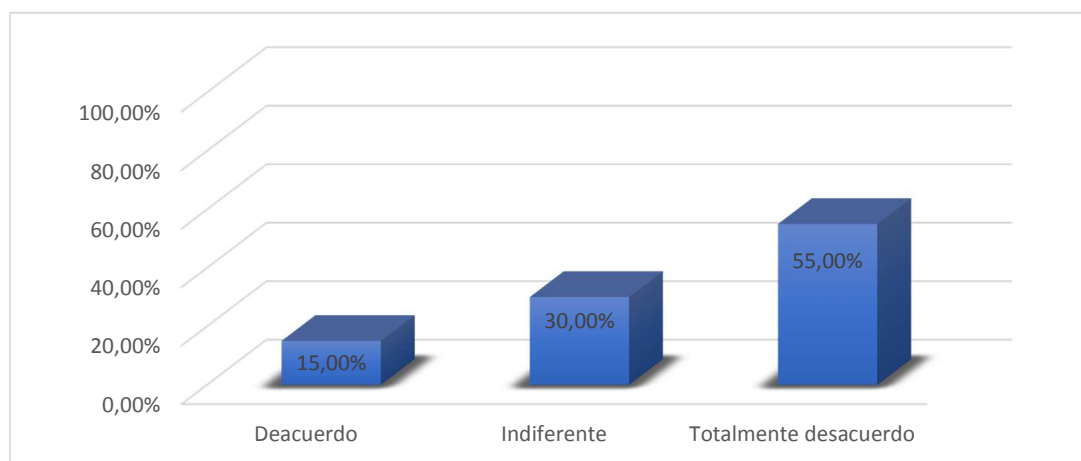


Gráfico 19: Entorno Especifico: Clientes - productos sustitutos

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 19 y gráfica N°19, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si existen clientes que suelen transformar los neumáticos usados en productos sustitutos, manifiesta que el 15% que

corresponde a 6 encuestados está De acuerdo, el 30% que corresponde a 12 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 55% que corresponde a 22 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa en la que da como perspectiva la falta de emprendimiento, innovación y conocimiento técnico para este material fuera de uso.

20.- ¿Conozco de competidores que tienen algún sistema de recolección y acopio de neumático usado?

Tabla 20: Entorno Especifico: Competidores – conocimiento competencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	7	17,50%	17,50%
	Indiferente	16	40,00%	57,50%
	Totalmente Desacuerdo	17	42,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

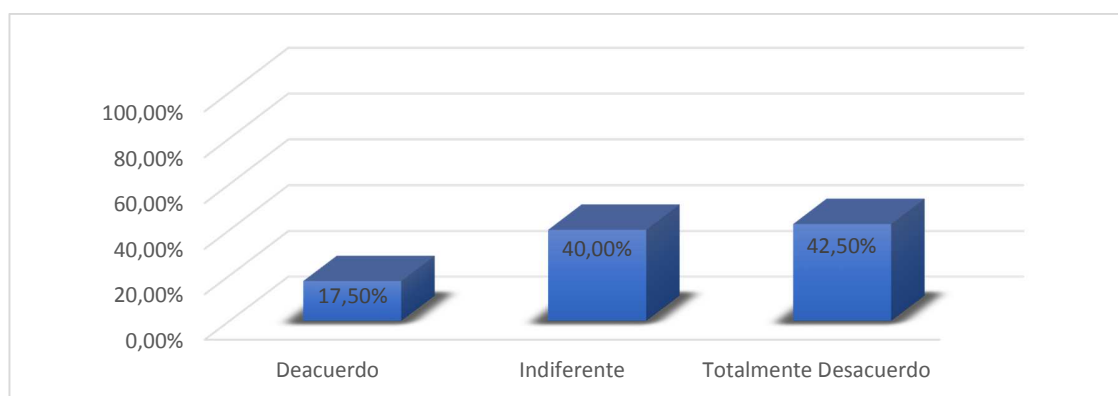


Gráfico 20: Entorno Especifico: Competidores – conocimiento competencia

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 20 y gráfica N°20, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto al conocimiento de competidores que tienen algún sistema de recolección y acopio de neumático usado, manifiesta que el 17,50 % que corresponde a 7 encuestados está De acuerdo, el 40% que

corresponde a 16 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 42,50% que corresponde a 17 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa la falta de conocimientos de estrategias competitivas en lo que a sistema de recolección, acopio de los neumáticos fuera de uso se refiere.

21.- ¿Sabe usted si sus competidores tienen algún sistema de procesamiento de neumáticos usados en productos sustitutos?

Tabla 21: Entorno Especifico: Competidores - sistema de procesamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Indiferente	34	85,00%	85,00%
	Desacuerdo	6	15,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

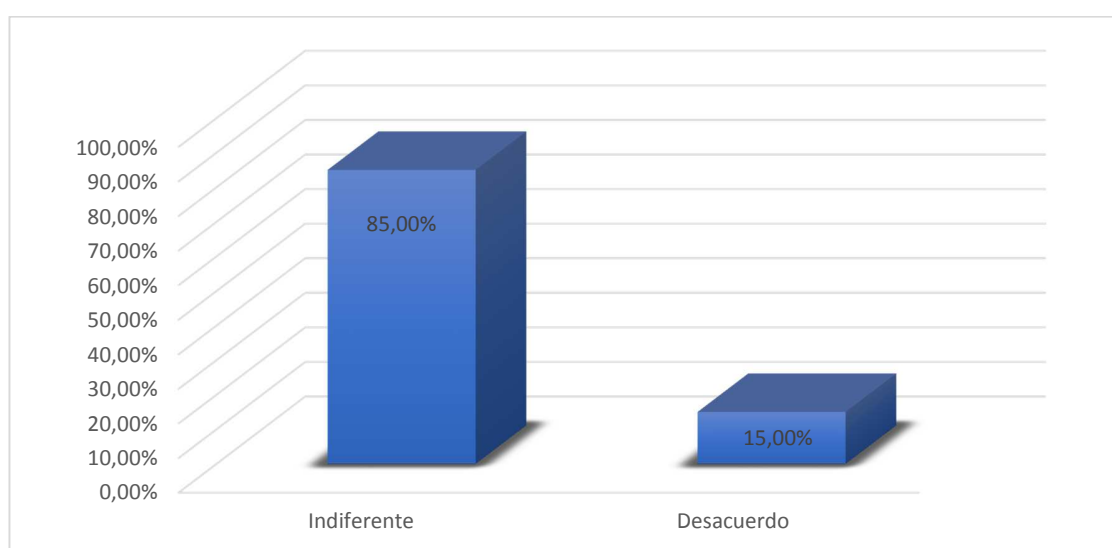


Gráfico 21: Entorno Especifico: Competidores - sistema de procesamiento

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°21 y gráfica N°21, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto si sus competidores tienen algún sistema de procesamiento de neumáticos usados en productos sustitutos, manifiesta que el

85% que corresponde a 34 encuestados está Indiferente, el 15% que corresponde a 6 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de los encuestados desconocen si sus competidores poseen de alguna tecnología o sistema que les de alguna ventaja competitiva como un plus a su negocio y a la vez atraiga a consumidores en el mercado.

22.- ¿Se encuentra informado sobre algún sistema que transforme los neumáticos usados en producto sustituto?

Tabla 22: Entorno Especifico: Producto Sustituto - información de sistema

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	7	17,50%	17,50%
Indiferente	26	65,00%	82,50%
Totalmente Desacuerdo	7	17,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

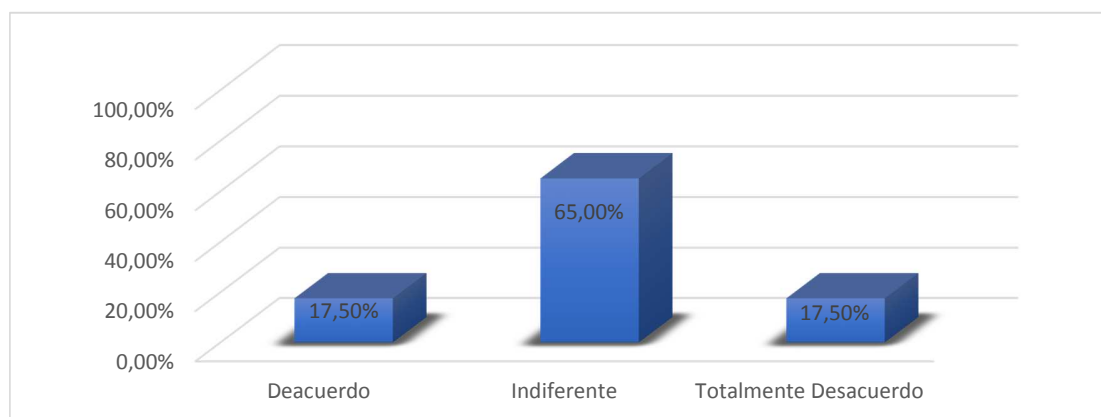


Gráfico 22: Entorno Especifico: Producto Sustituto - información de sistema

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 22 y gráfica N°22, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si se encuentra informado sobre algún sistema que transforme los neumáticos usados en producto sustituto, manifiesta que el 17,50 % que corresponde a 7 encuestados está De acuerdo, posee conocimiento, el 65% que corresponde a 26 encuestados manifiesta que esta

Indiferente, y el 17,50% que corresponde a 7 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa en la que nos da como perspectiva la falta de indagación de información por parte de los dueños/gerentes en aprender y desarrollar emprendimientos anexos a los de su negocios.

23.- ¿Conoce usted de algún producto sustituto derivado del neumático fuera de uso?

Tabla 23: Entorno Especifico: Producto Sustituto - producto derivado del neumático.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	19	47,50%	47,50%
	Indiferente	16	40,00%	87,50%
	Desacuerdo	5	12,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

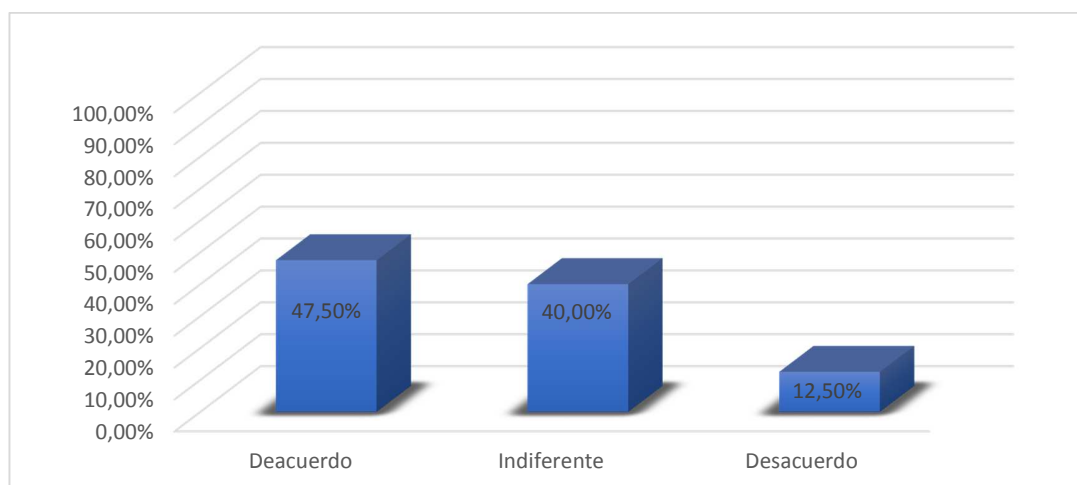


Gráfico 23: Entorno Especifico: Producto Sustituto - producto derivado del neumático.

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 23 y gráfica N°23, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si conoce usted de algún producto sustituto

derivado del neumático fuera de uso, manifiesta que el 47,50 % que corresponde a 19 encuestados está De acuerdo, el 40% que corresponde a 16 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 12,50% que corresponde a 5 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa que si conoce las derivaciones como nuevos producto sustitutos a partir de los neumáticos fuera de uso.

Análisis de oferta

24.- ¿Considera que sus clientes están dispuestos con depositar los neumáticos usados en un centro de acopio?

Tabla 24: Mercado: Oferta - acopio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente De acuerdo	34	85,00%	85,00%
	Totalmente Desacuerdo	6	15,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

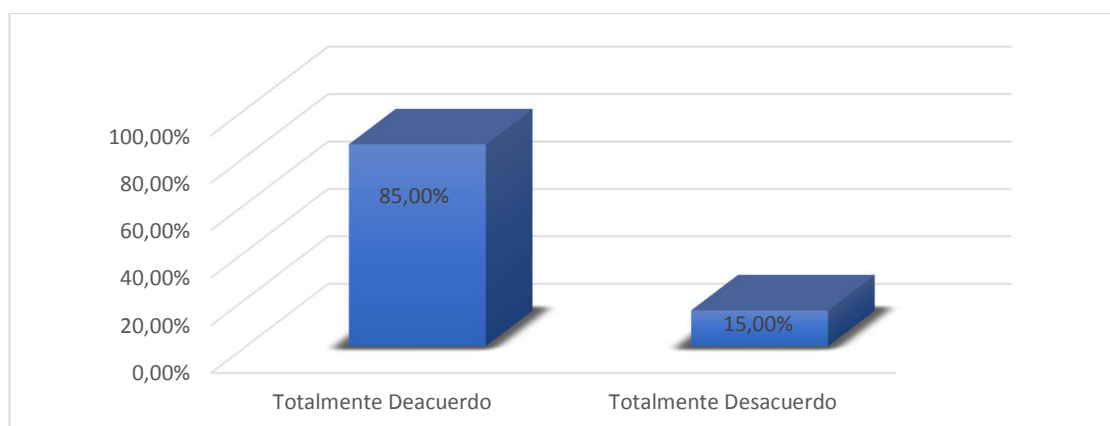


Gráfico 24: Mercado: Oferta - acopio

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°24 y gráfica N°24, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si considera que sus clientes están

dispuestos con depositar los neumáticos usados en un centro de acopio, manifiesta que el 85% que corresponde a 34 encuestados está Totalmente desacuerdo, el 15% que corresponde a 6 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de los clientes están consciente y presto a poder llevar sus neumáticos fuera de uso a un lugar el cual los reciba o se compre cuando realice el cambio de los mismos.

25.- ¿Considera que los neumáticos usados son de calidad para la transformación de un producto sustituto?

Tabla 25: Mercado: Oferta - calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente De acuerdo	20	50,00%	50,00%
Indiferente	15	37,50%	87,50%
Desacuerdo	5	12,50%	100,00%
Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

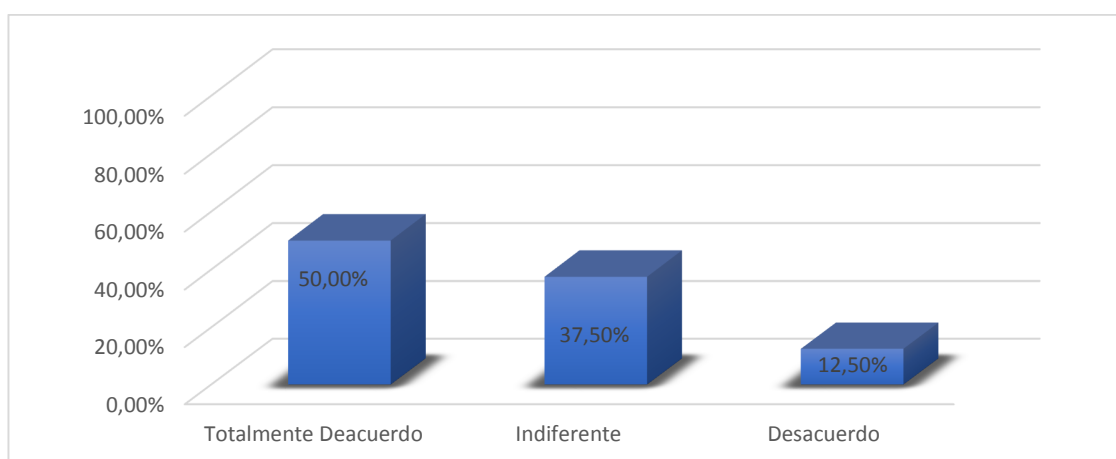


Gráfico 25: Mercado: Oferta - calidad

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°25 y gráfica N°25, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si considera que los neumáticos usados son de calidad para la transformación de un producto sustituto, manifiesta que el 50%

que corresponde a 20 encuestados está Totalmente de acuerdo, el 37,50% que corresponde a 15 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 12,50% que corresponde a 5 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, siendo una parte muy representativa de los encuestados que acepta en lo que se refiere a calidad de volver a transformar este producto reciclado en un producto sustituto.

26.- ¿Su empresa canaliza los neumáticos usados o reciclados antes del acopio?

Tabla 26: Mercado: Oferta - canalización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	7	17,50%	17,50%
	Desacuerdo	33	82,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

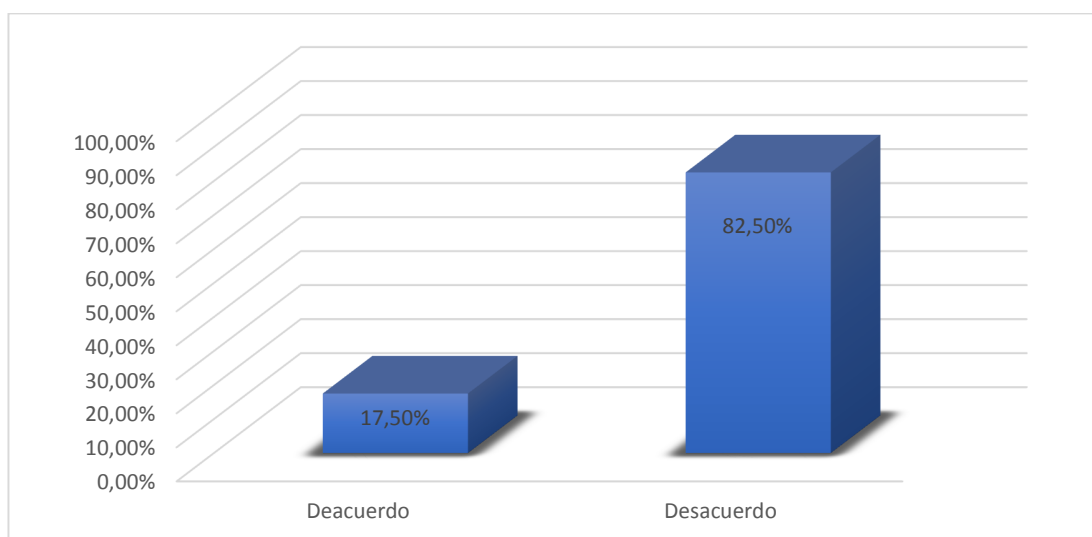


Gráfico 26: Mercado: Oferta - canalización

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°26 y gráfica N°26, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si la empresa canaliza los neumáticos

usados o reciclados antes del acopio, manifiesta que el 17,50% que corresponde a 7 encuestados está De acuerdo, el 82,50% que corresponde a 33 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de estos neumáticos fuera de uso no son revisados estructuralmente a la hora del acopio y solo son guardados y distribuidos sin ninguna inspección.

27.- ¿La actividad del reciclaje de neumático hace atractivo el negocio de la recolección y acopio de neumáticos usados?

Tabla 27: Mercado: Oferta - atracción del negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	20	50,00%	50,00%
	Indiferente	17	42,50%	92,50%
	Desacuerdo	3	7,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

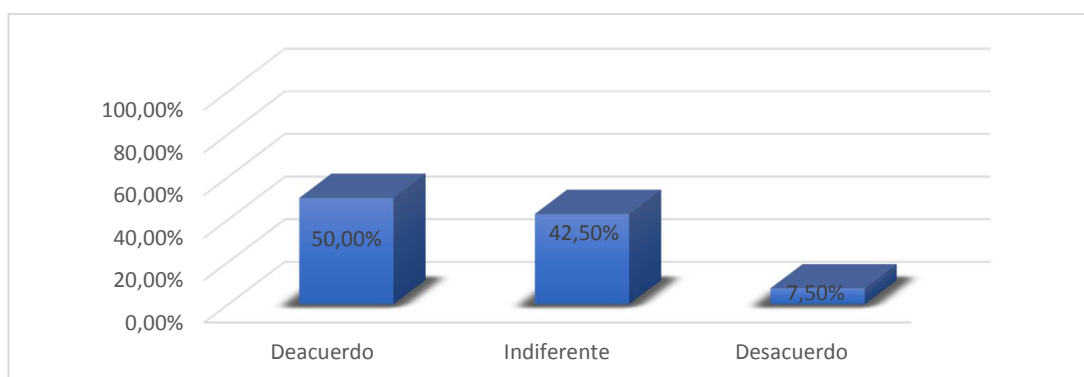


Gráfico 27: Mercado: Oferta - atracción del negocio

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°27 y gráfica N°27, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si la actividad del reciclaje de neumático hace atractivo el negocio de la recolección y acopio de neumáticos usados, manifiesta que el 50% que corresponde a 20 encuestados está De acuerdo, el

42.50% que corresponde a 17 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 7.50% que corresponde a 3 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, siendo una parte muy representativa en la que nos da como perspectiva la preposición de realizar la recolección y acopio adecuado de los neumáticos fuera de uso si y solo si sea una actividad económica estable y con salida.

28.- ¿Las empresas desarrollan estímulos en incentivos económicos para la recolección y acopio de neumáticos usados?

Tabla 28: Mercado: Oferta - incentivo económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	12	30,00%	30,00%
	Indiferente	7	17,50%	47,50%
	Desacuerdo	13	32,50%	80,00%
	Totalmente desacuerdo	8	20,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

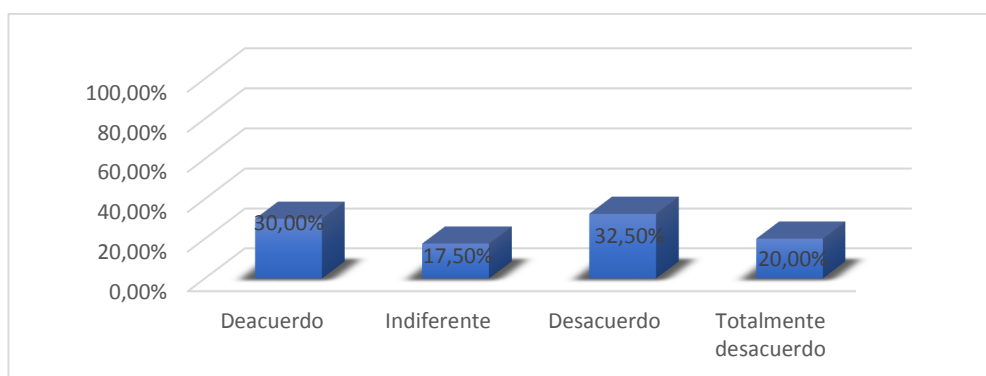


Gráfico 28: Mercado: Oferta - incentivo económico

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 28 y gráfica N°28, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si las empresas desarrollan estímulos en incentivos económicos para la recolección y acopio de neumáticos usados, manifiesta que el 30% que corresponde a 12 encuestados está De acuerdo, el

17,50% que corresponde a 7 encuestados manifiesta que está Indiferente, el 32,50% que corresponde a 13 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, y el 20% que corresponde a 8 encuestados manifiesta que está Totalmente Desacuerdo, teniendo como punto de referencia una no clara situación en respecto a esta actividad económica debido a que no existen un estándar de valores de este material reciclado para una economía estable.

Análisis de la demanda

29.- ¿Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad artesanal?

Tabla 29: Mercado: Demanda - actividad artesanal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	Totalmente de acuerdo	7	17,50%	17,50%
	De acuerdo	13	32,50%	50,00%
	Indiferente	3	7,50%	57,50%
	Totalmente desacuerdo	17	42,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

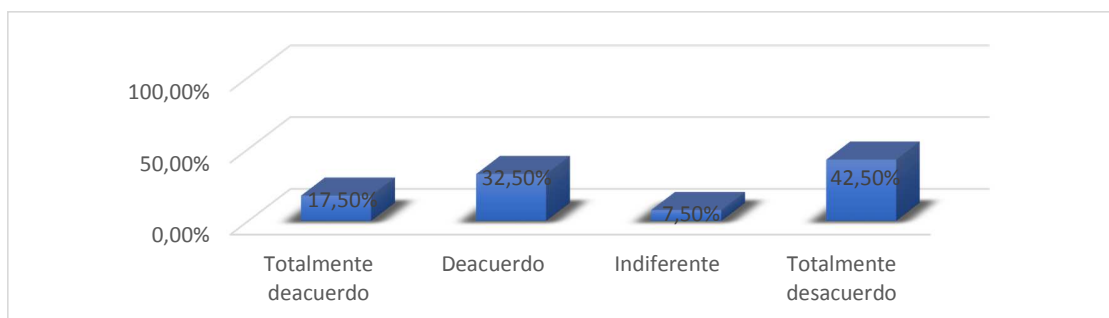


Gráfico 29: Mercado: Demanda - actividad artesanal

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°29 y gráfica N°29, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad artesanal, manifiesta que el 17,50 % que corresponde a 7 encuestados está Totalmente de acuerdo, el 32,50% que

corresponde a 13 encuestados manifiesta que está De acuerdo, el 7,50% que corresponde a 3 encuestados manifiesta que está Indiferente, el 42,50% que corresponde a 17 encuestados manifiesta que está Totalmente desacuerdo, siendo una parte muy representativa que cree que este material no se utiliza para las actividades artesanales en su mayoría, debido al tipo de dureza y difícil extracción que solo en maquinarias especializadas pueda realizar.

30.- ¿Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad industrial?

Tabla 30: Mercado: Demanda - actividad industrial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
De acuerdo	18	45,00%	45,00%
Indiferente	12	30,00%	75,00%
Totalmente Desacuerdo	10	25,00%	100,00%
Total	40	70,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

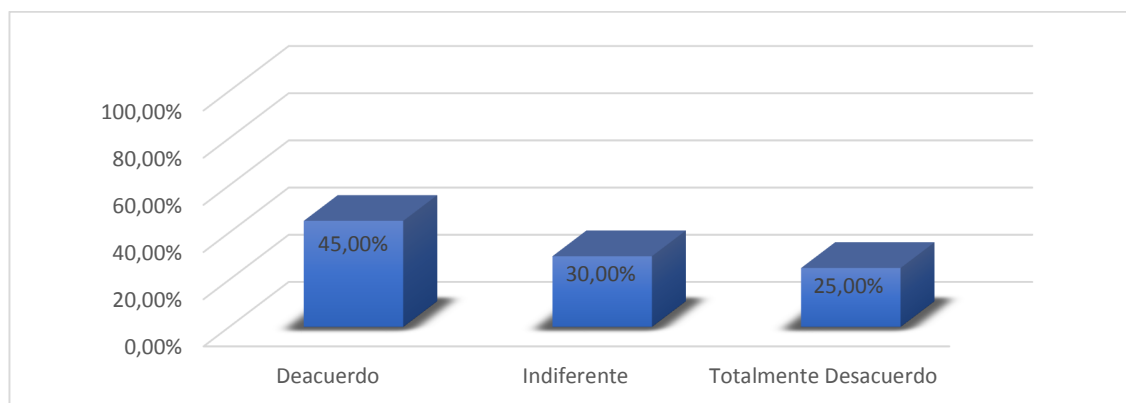


Gráfico 30: Mercado: Demanda - actividad industrial

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 30 y gráfica N°30, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad industrial, manifiesta que el 45 % que corresponde a 18 encuestados está De acuerdo, el 30% que corresponde a 12

encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 25% que corresponde a 10 encuestados manifiesta que está Totalmente desacuerdo, siendo una parte muy representativa que cree que si es utilizado en la actividad industrial para la transformación de algún producto sustituto como es el caso del reencauche de neumáticos, o elaboración derivados de estos que utilicen maquinarias para su extracción y posterior transformación en productos.

31.- ¿El reciclaje de neumáticos fuera de uso tiene frecuencia de un reciclaje diario?

Tabla 31: Mercado: Demanda - frecuencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	34	85,00%	85,00%
	Indiferente	6	15,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

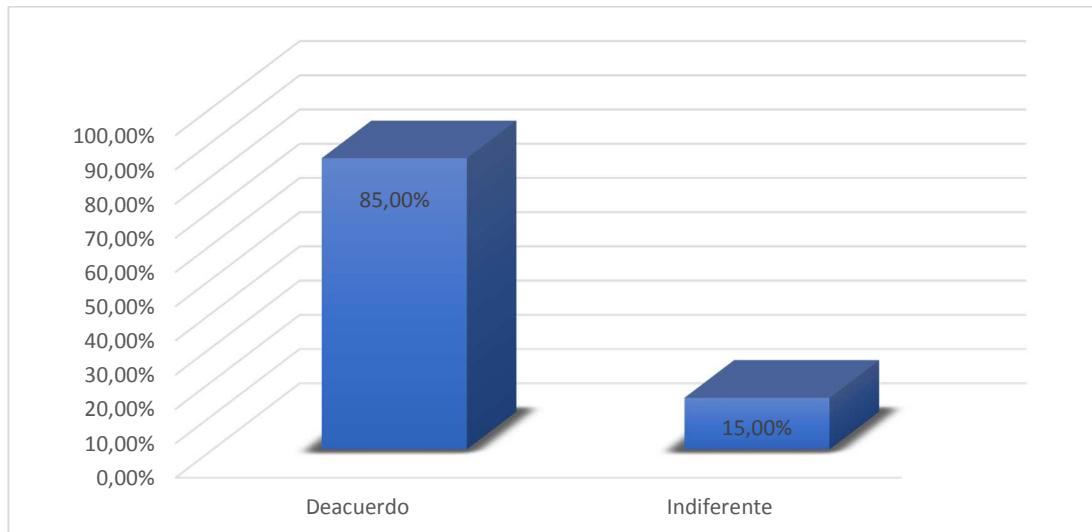


Gráfico 31: Mercado: Demanda - frecuencia

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 33 y gráfica N°33, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si el reciclaje de neumáticos fuera de uso

tiene frecuencia de un reciclaje diario, manifiesta que el 85% que corresponde a 34 encuestados está De acuerdo, el 15% que corresponde a 6 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de los encuestado considera que la generación de estos neumáticos fuera de uso es constante y en volumen, siendo una materia prima en términos de cantidades para su utilización posterior.

32.- ¿La generación de neumático fuera de uso permite el surgimiento de nuevos negocios?

Tabla 32: Mercado: Demanda - nuevos negocios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido Totalmente De acuerdo	24	60,00%	60,00%
De acuerdo	16	40,00%	100,00%
Total	40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

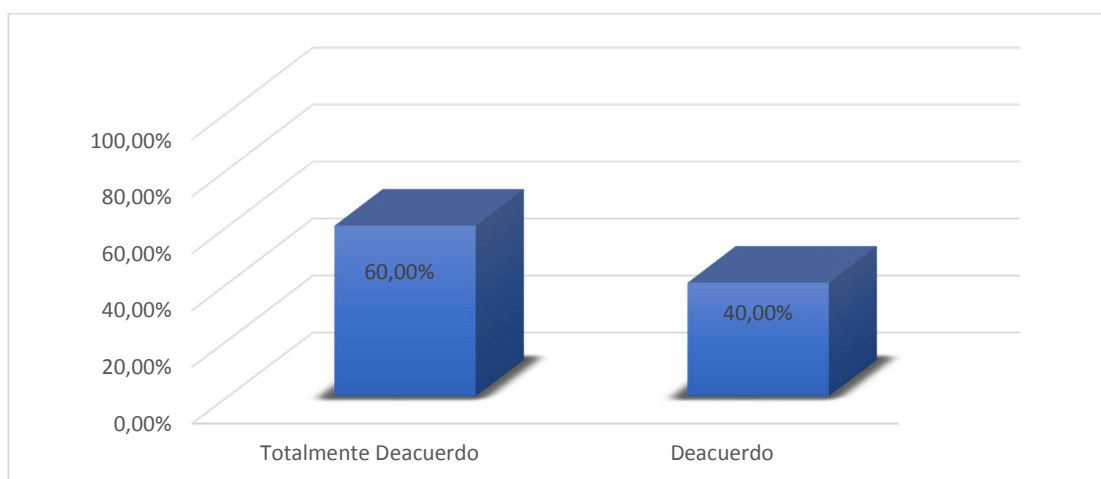


Gráfico 32: Mercado: Demanda - nuevos negocios

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N° 18 y gráfica N°18, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si la generación de neumático fuera de uso permite el surgimiento de nuevos negocios, manifiesta que el 60% que

corresponde a 24 encuestados está Totalmente desacuerdo, el 40% que corresponde a 16 encuestados manifiesta que está De acuerdo, ya que al tener disponibilidad como materia prima y ser un producto que está a la mano y constante será fundamental y necesario para poder tener en stock producto en los cuales quiera uno sustituir.

33.- ¿El consumo de productos provenientes del material reciclado fomenta un cambio en el gusto y preferencia del consumidor?

Tabla 33: Mercado: Demanda gusto y preferencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	34	85,00%	85,00%
	Desacuerdo	6	15,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

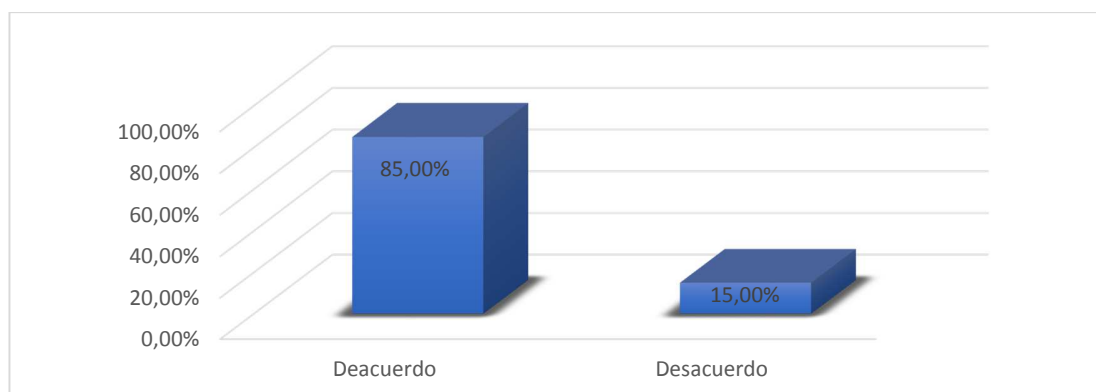


Gráfico 33: Mercado: Demanda - gusto y preferencia

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°32 y gráfica N°32, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a el consumo de productos provenientes del material reciclado fomenta un cambio en el gusto y preferencia del consumidor, manifiesta que el 85% que corresponde a 34 encuestados está De acuerdo, el 15% que corresponde a 6 encuestados manifiesta que está Desacuerdo, lo que implica que una gran parte de los encuestados expresa que los usuarios si

cambian en sus decisiones a la hora de elegir productos provenientes del reciclaje, de la cual es recibida positivamente ya que con esto se aporta al medio ambiente de una manera u otra siempre y cuando estos productos tengan una buena calidad.

34.- ¿Debido al tiempo de descomposición del neumático fuera de uso permite el aprovechamiento de sus derivados?

Tabla 34: Mercado: Demanda - aprovechamiento de sus derivados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	25	62,50%	62,50%
	Indiferente	15	37,50%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

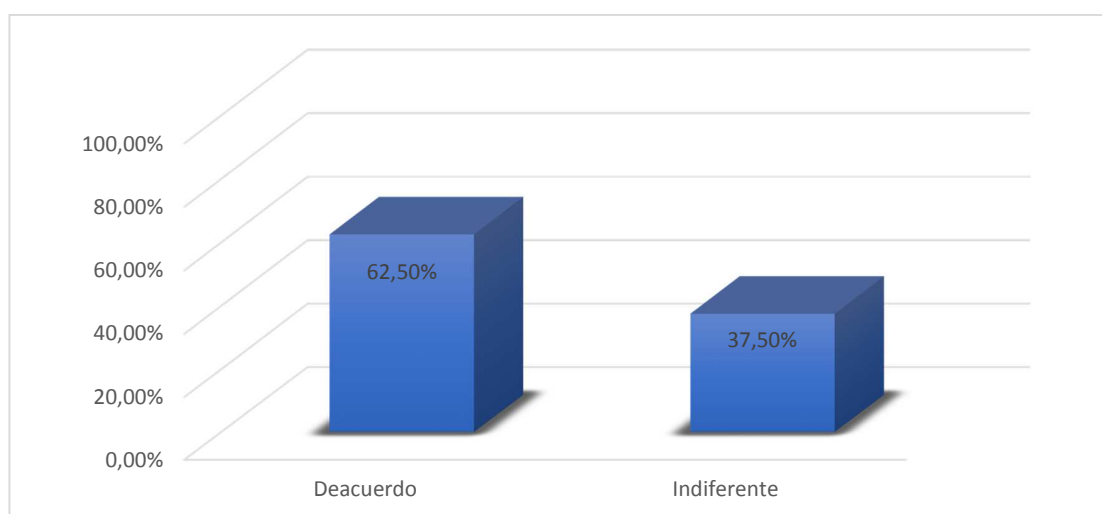


Gráfico 34: Mercado: Demanda - aprovechamiento de sus derivados

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°34 y gráfica N°34, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si debido al tiempo de descomposición del neumático fuera de uso permite el aprovechamiento de sus derivados, manifiesta que el 62,50% que corresponde a 25 encuestados está De acuerdo, el 37,50%

que corresponde a 15 encuestados manifiesta que está Indiferente, lo que implica que una gran parte de los encuestados tienen conocimiento del tiempo de descomposición en referencia a su capacidad de durabilidad y elaboración cuyos elementos que los componen son utilizables para otro tipo de transformaciones o aprovechamientos de su consistencia como una materia prima.

35.- ¿Los derivados del neumático fuera de uso son de gran calidad al igual que una materia prima?

Tabla 35: Mercado: Demanda - materia prima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valido	De acuerdo	20	50,00%	50,00%
	Indiferente	12	30,00%	80,00%
	Desacuerdo	8	20,00%	100,00%
Total		40	100,00%	

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguín

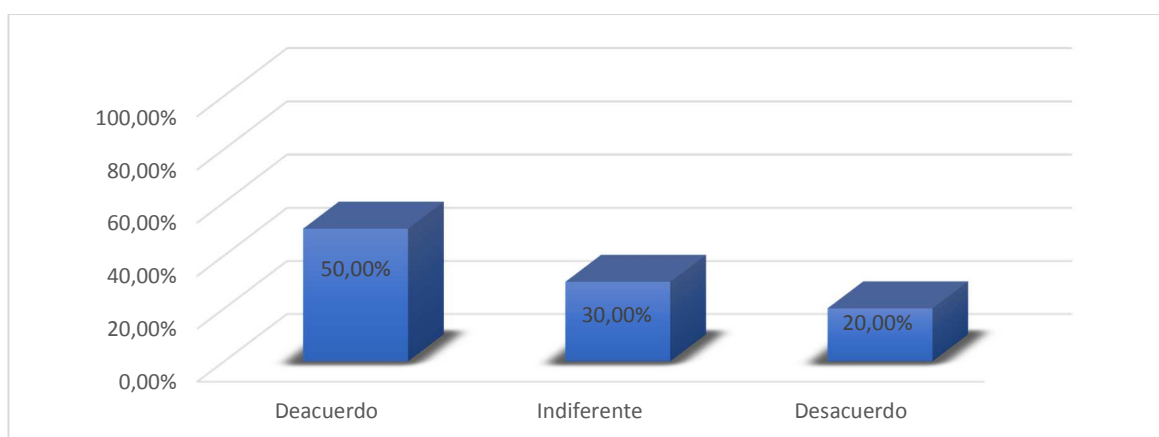


Gráfico 35: Mercado: Demanda - materia prima

Fuente: Encuesta aplicada a Dueños/Gerente de vulcanizadoras y enllantadoras

De acuerdo con la tabla N°35 y gráfica N°35, se puede evidenciar que la población encuestada con respecto a si los derivados del neumático fuera de uso son de gran calidad al igual que una materia prima, manifiesta que el 50% que corresponde a 20 encuestados está De acuerdo, el 30% que corresponde a 12 encuestados manifiesta que está Indiferente, y el 20% que corresponde a 8

encuestados manifiesta que está Desacuerdo, siendo una parte muy representativa de los encuestados tener conocimiento de los derivados de los neumáticos fuera de uso como una materia prima de gran calidad para la elaboración de productos sustitutos.

3.6 Discusión de los Resultados

Tabla 36: Análisis de datos por Indicadores

Dimensiones	Indicador	Proporción	Porcentaje %	Orden	Promedio
Entorno General	E1	3,88	77,50	11	3,28
	E2	2,20	44,00	2	
	E3	4,75	95,00	12	
	E4	2,98	59,50	6	
	E5	2,43	48,50	3	
	E6	4,50	90,00	10	
	E7	3,38	67,50	7	
	E8	3,43	68,50	8	
	E9	3,33	66,50	9	
	E10	2,73	54,50	4	
	E11	2,90	58,00	5	
	E12	4,75	95,00	13	
	E13	1,38	27,50	1	
Entorno Específico	E14	2,50	50,00	6	3,00
	E15	4,23	84,50	9	
	E16	2,10	42,00	2	
	E17	2,73	54,50	8	
	E18	4,33	86,50	10	
	E19	2,05	41,00	1	
	E20	2,33	46,50	3	
	E21	3,53	70,50	4	
	E22	2,83	56,50	5	
	E23	3,35	67,00	7	
Oferta	E24	4,40	88,00	5	3,18
	E25	3,58	71,50	4	
	E26	2,35	47,00	2	
	E27	3,43	68,50	3	
	E28	2,13	42,50	1	
Demanda	E29	2,83	56,50	1	3,51
	E30	2,95	59,00	2	
	E31	4,85	97,00	7	
	E32	3,20	64,00	3	
	E33	3,85	77,00	6	
	E34	3,63	72,50	5	

	E35	3,30	66,00	4
--	-----	------	-------	---

Fuente: Elaboración propia, resultado de las encuestas aplicadas

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

3.7 Presentación de los resultados

Una vez analizados, interpretados y discutidos los resultados en las tablas de frecuencia para cada una de las preguntas de las dimensiones, tanto para el entorno general, entorno específico, la oferta y la demanda respectivamente establecidos en el cuestionario y aplicado a los dueños/gerentes de las empresas vulcanizadoras formales e informales de la ciudad de Manta, se presentan los siguientes resultados:

1. **En lo que se refiere a la dimensión del Entorno General**, los encuestados manifestaron con una mayor valoración los indicadores que muestra una panorámica de factores externos que influyen y condicionan a una empresa en su actividad, en consecuencia, se prevé resultados con una postura positiva en cuanto a las interrogantes planteadas de los cuales se destaca al:
 - Factor Económico, las empresas recicladoras de neumáticos son una fuente de trabajo E12 (4.75)
 - Factor Social, el reciclaje y la reutilización del neumático fuera de uso contribuye al cuidado ambiental E3 (4.75),
 - Factor Social, las empresas comercializadoras de neumáticos tienden a incrementar la seguridad del conductor a partir del buen uso de los neumáticos E1 (3.88)

Mientras que los indicadores menos evaluados son:

- Factor Económico, conocimientos de créditos financieros para las actividades del reciclaje de neumáticos fuera de uso. E13 (1.38)
- Factor Social, las administraciones municipales o privadas proponen proyectos sobre el mantenimiento preventivo y correctivo del uso de los neumáticos reciclados. E2 (2.20)
- Factor Político, las ordenanzas municipales proponen ordenamiento o estatutos sobre el buen estado de los neumáticos fuera de uso. E5 (2.43)

Lo que implican que las empresas deben reconocer, estudiar y establecer factores externos que vayan de la mano con las estrategias de la organización, y que, generalmente, éstas tienen poca capacidad de predecir tendencias y eventos en el ambiente tales como las menos valoradas por los encuestadores, ya que las organizaciones no tienen el control directo sobre los elementos y los segmentos del entorno externo, por lo que su éxito dependerá de que recaben la información necesaria y que anticipen sus efectos, con el fin de escoger la estrategia más indicada para la organización.

2. En lo que se refiere a la dimensión del Entorno Específico, los encuestados manifestaron con una mayor valoración los indicadores que ayudan a tener una apreciación de una posible creación de una empresa por factores internos debido a que esta dimensión es de vital importancia para la concesión como empresa al ser específicamente dirigido a un sector productivo específico, los encuestados manifestaron con una mayor valoración los indicadores de los cuales se destaca al:

- Factor Clientes, los clientes suelen llevarse sus neumáticos usados a la hora del cambio. E18 (4.33)
- Factor Proveedores, el negocio involucra en el proceso de distribución y acopio a usuarios y generadores de neumáticos usados. E15 (4.23),

Mientras que los indicadores menos evaluados son:

- Factor Clientes, existen clientes que suelen transformar los neumáticos usados en productos sustitutos. E19 (2.05)
- Factor Proveedores, el negocio tiene un sistema de distribución, recolección y acopio de neumáticos usados. E16 (2.10)
- Factor Competidores, conocimiento de competidores que tienen algún sistema de recolección y acopio de neumático usado E5 (2.43)

Lo que implica que las empresas deben conocer los factores internos de manera analítica, de tal manera que su relación con las estrategias en las empresas, involucre los factores importantes como clientes, proveedores, competidores que influyan en el mercado de las pymes que pertenezcan al mismo

sector, con el fin de tener un conocimiento con las demás competencias que tendrá como finalidad sobre las demás organizaciones una ventaja competitiva.

3. En lo que se refiere a la dimensión de la Oferta, los encuestados manifestaron con una mayor valorización los indicadores que ayudará a conocer una posible disposición de la materia prima para poder emprender en un mercado en cuanto a producir un producto sustituto se refiere. Los encuestados manifestaron con una mayor valorización los indicadores de los cuales se destaca al:

- Factor Disponibilidad, considera que sus clientes están dispuestos con depositar los neumáticos usados en un centro de acopio E12 (4.75)
- Factor Materia prima, considera que los neumáticos usados son de calidad para la transformación de un producto sustituto E25 (3.58), y el factor Social, la actividad del reciclaje de neumático hace atractivo el negocio de la recolección y acopio de neumáticos usados E27 (3.43)

Mientras que los indicadores menos evaluados son:

- Factor Materia prima, su empresa canaliza los neumáticos usados o reciclados antes del acopio. E26 (2.35)
- Factor Precio, las empresas desarrollan estímulos en incentivos económicos para la recolección y acopio de neumáticos usados. E28 (2.13)

Lo que implica que las empresas necesitan un sistema de canalización y estudios de mercadeo en lo que respecta a la recolección y acopio de neumáticos fuera de uso.

4. En lo que se refiere a la dimensión de la Demanda, los encuestados manifestaron con una mayor valorización los indicadores que demuestran la relación del producto reciclable con la posible elaboración o creación de un producto sustituible en las interrogantes planteadas. Los encuestados manifestaron con una mayor valorización los indicadores de los cuales se destaca al:

- Factor Producto, El reciclaje de neumáticos fuera de uso tiene frecuencia de un reciclaje diario E31 (4.75)
- Factor Producto, el consumo de productos provenientes del material reciclado fomenta un cambio en el gusto y preferencia del consumidor E33 (3.85),
- Factor Tiempo, debido al tiempo de descomposición del neumático fuera de uso permite el aprovechamiento de sus derivados E34 (3.63)

Mientras que los indicadores menos evaluados son:

- Factor Mercado, Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad artesanal. E29 (2.83)
- Factor Mercado, Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad industrial E30 (2.85)

Lo que implica que las empresas necesitan de información y estudios de los cuales les denote una visión de una posible transformación de este producto fuera de uso, de lo cual, como ventaja competitiva, obtienen la materia al realizar los cambios de neumáticos en de su empresa.

CAPITULO 4

PROPUESTA

4.1 Propuesta para la solución del problema

Las vulcanizadoras/enllantadoras como empresas para lograr ventajas competitivas que le permitan un mejor posicionamiento en el mercado de la actual sociedad globalizada, deben prestar atención a la gestión del reciclaje de neumáticos para desarrollar este sector productivo, que le permita la transformación del material fuera de uso (oferta) en un producto sustituto (demanda), que cumplan con los estándares de calidad de acuerdo a las preferencias y gusto de los demandantes, con ello se lograría mitigar en aspectos tales como: ambiental, social, cultural, tecnológicos,.....

Lo antes expresado permitió al autor de la presente investigación, sobre la base de los resultados alcanzados que evidencia la viabilidad a nuevas sociedades, jóvenes emprendedores que busquen el diseño, la planificación, el conocimiento del entorno y la construcción de generación de un valor agregado para un mercado del reciclaje, especialmente del neumático, y así aportar al desarrollo socioeconómico de la ciudad mediante la concepción de nuevas plazas de trabajo y por ende la dinamización económica del entorno, permitió proponer como solución al problema de investigación una estrategia de gestión para la recolección, acopio, procesamiento y comercialización de los neumáticos fuera de uso, cuya definición como resultado científico, fundamentación y estructura se presenta a continuación.

4.1.1 Conceptualización del término gestión estratégica como resultado científico

Según Kraus & Harms R. y Schwarz, E, (2006), mencionan que: “la gestión estratégica es una herramienta importante de la planeación para cualquier tipo de

empresa, que ayuda a aumentar la calidad del servicio, el logro de metas y el aumento del rendimiento empresarial”.

Según González, Rodríguez B, Cruz del C, & Sonia L, (2008), “La planificación estratégica permite a las organizaciones acotar una imagen precisa de la situación actual en relación la situación a la que se espera llegar en el futuro. Se consideran cuatro aristas en la planificación estratégica”.

Según Almuiñas Rivero, José Luis}, Galarza López, & Judith, (2012). La Planificación Estratégica es un proceso participativo, sistemático, crítico y autocrítico, integral, reflexivo, estructurado en varios momentos, que permite formular, entre otros, objetivos y estrategias en diferentes horizontes de tiempo, que necesita información externa e interna, responde a las demandas del entorno y de la propia institución, y cuyos resultados requieren de seguimiento y evaluación.

Según Kotler; (2004). La planificación estratégica es el proceso de desarrollo y mantenimiento de un proyecto que vincule las metas y habilidades institucionales con las oportunidades cambiantes del mercado. Esto depende del desarrollo de una clara misión institucional, que sustente objetivos, y una apropiada implementación.

Según Thompson Jr, Strickland III, & Gamble (2012), la administración estratégica es: “Un proceso donde se crean estrategias y luego se ponen en práctica”, o también, “un proceso donde se establecen de una vez por todas objetivos, se implanta y se ejecutan”.

Según Hitt, Duane Ireland, & Hoski (2007), opina que la administración estratégica es: “Un proceso administrativo que se encarga de crear nuevas estrategias tomando en cuenta la globalización y la competencia, donde están envueltos las decisiones, el compromiso y los actos que se necesitan para la superación de la empresa”.

Partiendo de los postulados anteriores se puede concluir que la gestión estratégica es el proceso que está encaminado constantemente a la construcción, implementación y control de las estrategias desarrolladas por cualquier tipo de

empresas que ayudará a garantizar la continuidad y el desarrollo de una organización a corto y largo plazo con miras a la búsqueda de la calidad.

4.1.2 Fundamentación de la estrategia de la gestión para la recolección, acopio, procesamiento y comercialización de los neumáticos fuera de uso.

Los fundamentos sobre lo que se sustenta la estrategia de gestión propuesta como resultado para dar solución al problema de la presente investigación son los siguientes:

4.1.2.1

- Constitución de la Republica del Ecuador octubre 2008
- Código civil tomado de la reforma de mayo del 2016
- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP)
- Ley de la Compañía, tomada de la reforma de mayo del 2014
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones septiembre 2015
- Código del Comercio tomado de la reforma de septiembre del 2014
- Código Tributario tomado de la reforma de diciembre del 2014
- Código de Trabajo tomado de la reforma de septiembre 2014
- Ley de Gestión Ambiental de la reforma de septiembre 2015
- Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental septiembre 2015

4.1.2.2 Fundamentación de gestión

La presente propuesta se fundamenta teóricamente en los fundamentos de gestión empresarial dentro de la línea de Organización y Gestión empresarial, la cual su finalidad radica en que se adquieran conocimientos y habilidades que permitan la comprensión de los aspectos, enfoques y ámbitos de actuación económica que explican la función, estructura y comportamiento de la empresa, como agente principal de la actual economía de mercado, que como puntos referentes está:

Entorno: Toda empresa desarrolla su actividad en un entorno concreto que se compone de una serie de fuerzas que tienen incidencia sobre la actividad empresarial. Por lo tanto, el entorno hace referencia a los factores externos a la empresa que influyen en la empresa y que condicionan su actividad. Del entorno la empresa recibe trabajo, capital, materiales, recursos, denominados «entradas», que una vez transformadas proporcionarán «salidas»: productos y servicios que la empresa ofrece al mercado. Es decir, el entorno es inestable, complejo y competitivo, la empresa debe ser capaz de conocer ese entorno, adaptarse a las necesidades, prever los cambios con anticipación, evaluar el impacto de esos cambios en su actividad y prepararse para cuando se produzcan.

Mercado: Según KOTLER (2006) considerado padre del marketing, el Mercadeo es «el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios»

4.1.2.3 Principios de la gestión que sustenta la estrategia propuesta.

- **Enfoque al cliente** (satisfacer las necesidades de los clientes)

Este enfoque se fundamenta en los Sistemas de Gestión de calidad que referentemente es conocida como (La Norma ISO 9001) ya que la política de objetivos y calidad de la organización se basan en dicho principio. El enfoque consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, incluyendo también las expectativas. Debido a que el éxito se consigue cuando una organización logra atraer y retener la confianza de los clientes y de otras partes de las que depende.

- **Visión prospectiva** (futuros posibles o “futuribles”)

Para Decouflé (2001), la prospectiva “es una manera de mirar al mismo tiempo a lo lejos y de lejos una determinada situación. A lo lejos, intentando conjeturar futuros y de lejos, teniendo en cuenta todos los retrocesos del tiempo”

Desde el punto de vista sobre los principios de la gestión a la visión prospectiva, actualmente ya no es posible realizar el planeamiento estratégico de manera clásica basados en una “visión” única y siempre deseable para la organización, sino que es preciso contar con estrategias robustas y planes contingentes basados en diferentes escenarios posibles y probables, de esta manera la prospectiva no tiene por objeto predecir el futuro sino de tratar o debe

tratar de ayudar a construir el futuro, sentando así las bases para enlazar la prospectiva con la estrategia y la planeación estratégica.

- **Liderazgo**

Para Sanchez Vasquez (2010), lo define como: “aquella influencia que es positiva para todo el grupo, es decir, que ayuda al grupo a llevar a término su propósito, a conseguir objetivos, a mantener un buen funcionamiento, y a adaptarse a su entorno”.

El Liderazgo es un elemento fundamental en todo grupo, dado que se trata de ser el elemento conductor del cual difícilmente una empresa, organización, colectivo podría guiar de forma adecuada todos los esfuerzos hacia el objetivo común.

- **Compromiso y competencia de las personas**

Este principio de gestión habla de la participación de las personas como elemento clave a la hora de la concreción objetiva y sostenible de los intereses de una organización. Se fundamenta en la norma ISO 9001 al justifica la importancia de involucrar “verdaderamente” a todas las personas en todos los niveles y respetarlos como individuos. Claramente el término “persona” parece redundar cuando se habla de este principio tan importante, pero la relevancia del mismo lo justifica.

4.1.2.4 Gestión del conocimiento

Según Davenport & Prusak (1998). “Es el proceso sistémico de buscar, organizar, filtrar y presentar la información con el objetivo de mejorar la comprensión de las personas en un área específica de interés”.

Según Nieves & León (2001). “Es el proceso constante de identificar, encontrar, clasificar, proyectar, presentar y usar de un modo más eficiente el conocimiento y la experiencia del negocio, acumulada en la organización, de forma que mejore el alcance del empleado para conseguir ventajas competitivas”.

Según Batten (2008). “Es una estrategia administrativa que captura, maneja y usa la información para implementar proyectos de una manera efectiva y eficiente.”

- **La flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado**

Adaptarse al cambio, en términos de negocios, organizaciones, significa tomar decisiones que sean encaminados a aprovechar las oportunidades, o hacer frente a las amenazas que se estén dando como producto de los cambios, o movimientos del mercado. Para ello, un empresario debe estar permanentemente capacitándose, asistiendo a cursos o seminarios, leyendo publicaciones, informándose sobre los nuevos avances, las nuevas tecnologías, investigando sobre las nuevas tendencias, las nuevas modas, observando las nuevas costumbres o hábitos de los consumidores, indagando sobre sus nuevas preferencias o gustos, etc.

- **Disponibilidad de recursos humanos y económicos.**

El objetivo básico es alinear el área o profesionales de Talento Humano a la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia organizacional a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos y eficaces capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la competencia mundial. Es imprescindible resaltar que no se administran personas ni recursos humanos, sino que se administra con las personas, viéndolas como agentes activos y proactivos dotados de inteligencia, innovación, creatividad y otras habilidades.

4.1.2.5 Planeación estratégica de la propuesta

Cuadro 3: Diagnóstico de la propuesta

ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABILIDAD	TIEMPO	PRESUPUESTO
DIAGNOSTICO	Identificar el estado actual del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumáticos.	<ul style="list-style-type: none"> Determinar las fortaleza y debilidades del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumáticos. Determinar las oportunidades y amenazas del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumáticos Realizar un estudio de mercado para determinar las ventajas competitivas del sector productivo del reciclaje de neumáticos Socializar los resultados 	<p>Matriz FODA</p> <p>Cuestionario estructurado</p> <p>Guía estructurado para las fuerzas de Porter</p> <p>Sala de audiovisuales</p>	Investigadores y emprendedores	2 meses	\$750

Fuente: H. Koontz y H. Wehrich (2004) *Administración una perspectiva global*

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

Cuadro 4: Planificación estratégica de la propuesta

ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABILIDAD	TIEMPO	PRESUPUESTO
PLANIFICACIÓN	Realizar la planificación estratégica para la implementación de una empresa de acopio, procesamiento y comercialización de los neumáticos fuera de uso	<ul style="list-style-type: none"> Constituir la empresa Diseño de un centro de acopio y un taller de transformación de productos sustitutos Diseño del estudio Mercado, Técnico y Financiero Crear convenios con las vulcanizadoras/enllantadoras para el reciclaje de neumático. Crear mecanismos de comercialización 	<p>Análisis de Localización</p> <p>Infraestructura de la empresa</p> <p>Información actualizada, equipos informáticos</p> <p>Plan Comunicacional, estatutos legales</p> <p>Contratos, estrategia de marketing y ventas</p>	<p>Investigador</p> <p>Altos Directivos</p> <p>Asesores</p> <p>Gerente</p> <p>Clientes</p> <p>TIC</p>	2 meses	\$1000

Fuente: H. Koontz y H. Wehrich (2004) *Administración una perspectiva global*

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

Cuadro 5: Organización estratégica de la propuesta

ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABILIDAD	TIEMPO	PRESUPUESTO
ORGANIZACIÓN	Diseñar una estructura organizacional para que la empresa pueda tener una perspectiva más clara en sus operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> Definir el tipo de organización y estructura jerárquica para la empresa Diseño de los recursos organizacionales Designaciones de cargos por áreas y departamentos Asignación de recursos y condiciones de trabajo Emplear políticas de Talento Humano 	<p>Organigramas horizontales o verticales para la asignación de las áreas funcionales</p> <p>Plan de desarrollo de competencia y evaluación de desempeño, reclutamiento y selección</p> <p>Elaboración de planes de trabajo con el personal</p> <p>Protocolos de actuación y comportamiento de los empleados</p>	<p>Investigador y TIC</p> <p>Alta gerencia</p> <p>Directores de áreas</p> <p>Personal administrativo y de servicio</p>	1 mes	\$800

Fuente: H. Koontz y H. Wehrich (2004) *Administración una perspectiva global*

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

Cuadro 6: Dirección estratégica de la propuesta

ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABILIDAD	TIEMPO	PRESUPUESTO
DIRECCIÓN	Adecuar los planes de estudios a las demandas e intereses del personal y de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> Políticas y prácticas de talento humano Integración del personal Capacitación del personal 	<p>Manual de políticas de Recursos Humano</p> <p>Adecuación del puesto y funciones. Provisión de elementos administrativos Importancia de la introducción adecuada</p> <p>Programas de capacitación</p>	<p>Junta Directiva</p> <p>Gerente</p> <p>Directores de Área</p> <p>Personal Administrativo y de servicio</p> <p>Comunicadores</p> <p>Empresas Capacitadoras</p> <p>TIC</p>	2 meses	\$500

Fuente: H. Koontz y H. Wehrich (2004) *Administración una perspectiva global*

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

Cuadro 7: Control estratégico de la propuesta

ETAPA	OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS Y MATERIALES	RESPONSABILIDAD	TIEMPO	PRESUPUESTO
CONTROL	Medición y corrección del desempeño de los objetivos de la empresa y los planes ideados conforme a la planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer normas de desempeño • Medir el desempeño individual y de la organización • Comparar el desempeño real con las normas de desempeño establecidas • Comprobación, ejecución y acción correctiva 	<p>Criterios de desempeños</p> <p>Merito individual, entrevista de evaluación, medición por áreas</p> <p>Evaluaciones del rendimiento, evaluación de objetivos</p> <p>Informe final de cumplimientos y retroalimentación</p>	<p>Auditoria</p> <p>Evaluadores</p> <p>Gerente</p> <p>Junta</p> <p>Administrativa</p>	1 mes	\$750

Fuente: H. Koontz y H. Wehrich (2004) *Administración una perspectiva global*

Elaborado por: Francisco Javier Alarcón Holguin

4.2 Costo de implementación de la propuesta

\$ 3800

4.3 Beneficiarios

Los beneficiarios para la siguiente propuesta este dado en dos grandes grupos: directos e indirectos

Beneficiarios directos

Se consideran como beneficiarios directos de este proyecto a los potenciales emprendedores y a los dueños de vulcanizadoras que deseen ampliar como generar un nuevo modelo de negocio, del cual a esta actividad aún no ha sido explotada en la ciudad de Manta.

Beneficiarios indirectos

- Al medio ambiente, principal beneficiario de este proyecto, dado a que se ayudaría a minimizar la contaminación en base a este material fuera de uso.
- La ciudad de Manta y a la vez su provincia, ya que, con la puesta en marcha de este proyecto, se ayudará a la reactivación económica mediante la inversión de capital y generación de fuentes de trabajo.

5. CONCLUSIONES

Una vez analizados los objetivos en función del marco teórico, como del diagnóstico realizado en la presente investigación, el investigador se permite establecer las siguientes conclusiones:

Partiendo del punto de vista de los factores generales del entorno, que delimitan el marco de actuación de las empresas y establecen las circunstancias en que aquellas organizaciones se van a tener que desenvolver en relación a los factores económicos, factores políticos, factor ambiental, factor social y factor tecnológico, en la presente investigación los factores predominantes que redundan de acuerdo a los análisis y resultados obtenidos son: los factores económicos, políticos y sociales, dado que sus valorizaciones son bajas debido a que las organizaciones no tienen el control directo sobre los elementos y los segmentos de estos factores específicamente, por lo que su éxito dependerá de que recaben la información necesaria y que anticipen sus efectos, con el fin de escoger la estrategia más indicada a la organización.

En cuanto al punto de vista de los factores específicos del entorno, se concluyó que al determinar los factores internos en lo que respecta a la importancia de investigar y monitorear el sector de actuación de la compañía, los factores predominantes que redundan de acuerdo a los análisis y resultados obtenidos son: factor clientes, factor proveedores y factor competidores, de los cuales su valorización se denota por la falta de información en el mercado de las pymes que pertenezcan al mismo sector o su utilización en cuanto a la creación de una planta recicladora de neumáticos, concluyendo así que un análisis del microentorno debe llevarnos a identificar las oportunidades (aprovechar las fuerzas competitivas) y las amenazas (defendernos de las fuerzas competitivas) de tal manera que su relación con las estrategias en las empresas, involucre estos factores con el fin de tener un conocimiento con las demás competencias que tendrá como finalidad sobre las demás organizaciones una ventaja competitiva.

Del análisis efectuado en la oferta sobre el sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta, se resolvió que los factores más influyentes por su baja valorización es el la disposición de la materia y el precio, debido a que se

pueda generar una posible estimación de valorización por este material fuera de uso, como lo es con otros desecho comunes que pueda afectar a la adquisición y generar manipulación de mercados monopolistas que afecten a la creación de una empresa transformadora de neumáticos fuera de uso en productos sustitutos.

En lo que respecta a la demanda en base a su análisis en el sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta, se determinó que los neumáticos fuera de uso, carecen de una utilización específica a nivel local, ya sea en el ámbito artesanal o en el ámbito industrial por el desconocimiento o la falta de emprendimiento que trabajen con este material, no obstante la ciudadanía apuesta por los tipos de cambios en la sustitución de una materia prima destinada al procesamiento y elaboración de productos sustitutos siendo una oportunidad y una perspectiva de negocio en una nueva matriz productiva.

6. RECOMENDACIONES

Partiendo de las conclusiones manifestadas del epígrafe anterior se determinan las siguientes recomendaciones

- Que para el análisis del entorno general se deben reconocer, estudiar y establecer factores del medio externo que rodea a la empresa, derivado del sistema socioeconómico en el que desarrolla su actividad, para poder predecir tendencias y eventos futuros que afecten a la organización.
- Que para el análisis del entorno específico se debe conocer los factores internos de manera analítica en que la empresa pueda determinar sus fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno en referencia a las 5 fuerzas de Porter del cual determinan el entorno competitivo de la empresa.
- Que para el análisis de la oferta se debe de establecer un plan comunicacional, establecer condiciones y cantidades del material fuera de uso a fin de tener la disposición efectiva en función de volumen, precios, tiempos y lugares, conjuntamente con la demanda de producción.
- Que en el análisis del factor demanda se debe tener en cuenta la demanda de los posibles productos sustitutos que sean adquiridos, todo esto basándose a un estudio de mercado, técnico y financiero lo cual es indispensable para conocer la necesidad y la capacidad de planta evaluando cada año la proyección de esta.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Albina Acuña, G. (2004). *Gestión Integral de residuos sólidos. Ciudad Saludable*. Lima: Pearson.
- Almuiñas Rivero, José Luis}, Galarza López, & Judith. (2012). *EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS UNIVERSIDADES: DESENCUENTROS Y RETOS PARA EL MEJORAMIENTO DE SU CALIDAD*. Brasil: Revista Gestão Universitária na América Latina.
- Andrade, S. (2006). *Diccionario de Economía*. Lima: Andrade.
- Baselga, L. (2010). Ruedas Imparables. *El sol*.
- Batten, L. (2008). *Knowledge Management 100 Success Secrets*. Lulu.com.
- Castell, M. (2012). En *Clasificación y gestión de residuos*. España: Diaz Santo.
- Castells, X. E. (2000). *Reciclaje de Residuos Industriales*. Madrid, España: Diaz de Santos ISBN: 9788479784379.
- Castro Uriol, J. M., Sanchez Caballero, J., Gonzalez Carretero, V. L., & Herrera Lopez, J. (2017). *ESTUDIO DE LOS DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO DE RECICLAJE EN LOS EJECUTIVOS DE LIMA METROPOLITANA*. Surco - Peru.
- Castro Vera, V. (2015). *Estudio de factibilidad de creacion de una emoresa recicladora de neumaticos desechados, para la produccion de cuacho modificador de asfalto, en la provincia de Guayas*. Guayaquil.
- Da Silva, R. (2002). *Teoría de la Administración*. México: Thompson.
- Davenport, T., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: how organisations manage what they know*. Cambridge, Massachusetts, EE.UU: Harvard Business School Press.
- David F. (2013). *Concepto de Administración Estratégica*. México: McGraw-Hill.
- David, F. (2008). *Administración Estratégica*. Mexico: McGraw-Hill.
- Decouflé, A.-C. (2001). *La Prospectiva*. España: Oikos-Tau.
- DGPYME. (2009). *El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales*. Madrid: Safekat, S.L. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.
- Ecoportal*. (15 de Septiembre de 2014). Obtenido de Ecoportal.net

EKOS. (27 de Junio de 2014). Obtenido de EKOS NEGOCIOS:

<https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=4008>

Finch, J. (1996). *Administración*. México: Pearson Educación.

Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: McGraw - Hill.

González, Rodríguez B, Cruz del C, & Sonia L. (2008). *El proceso de razonamiento lógico y la enseñanza de la planificación estratégica*. Venezuela: Actualidad Contable Faces.

Grant, R. (2006). *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: 5ta edicion Thomson-Civitas.

Helmut, J. (2013). El reciclaje en el siglo XX y su prespectiva en el siglo XXI. pp,45-60.

Hitt, M. (2006). *Administración*. México: Pearson Educación.

Hitt, M., Duane Ireland, R., & Hoski, R. (2007). *Administración Estratégica: Competitividad Y Globalización Conceptos Y Cas*. Cengage Learning Latin America.

Ideal, W. (2007). Obtenido de Plan español para el reciclado y reutilizacion de neumaticos fuera de uso: <https://waste.ideal.es/>

IRR. (2015). *Iniciativa Regional para el Reciclaje Inclusivo*. Obtenido de <https://reciclajeinclusivo.org/>

Johnson, H. (2013). *El reciclaje en el ciglo XX y su prespectiva en el siglo XXI* . Costa Rica - San Jose.

Jorge, F. L. (2011). *Mercadotecnia*. Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 240.

Kotler. (2000).

Kotler Philip, C. D. (2000). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall, Pág. 10.

Kotler, Armstrong, & Cámara y Cruz. (2001). *Marketing*. Mexico: Prentice Hall, Décima Edición Pág. 10.

KOTLER, P. (2006). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. MÉXICO : 12^a EDICIÓN. PEARSON 2006.

Kotler, P. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: Pearson.



Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson.

- Kotler, P. (2004). *Marketing internacional de lugares y destinos: estrategias para la atracción*. Mexico: Pearson.
- Kraus, S., & Harms R. y Schwarz, E. (2006). *Strategic planning in smaller*. La Norma ISO 9001. (s.f.). *La Norma ISO 9001*.
- Lopez Ramirez, S. M. (2018). *reutilización de residuos sólidos, construcción con eco-ladrillos en un entorno rural educativo*. Medellin.
- MAE. (s.f.). *Ministerio del Ambiente Ecuatoriano*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/plan-nacional-de-movilizacion-de-neumaticos-usados-beneficia-a-familias-de-artesanos-en-azuay/>
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. Mexico: Sexta Edición, Mc Graw Hill, Pág. 41.
- Marea, D. L. (18 de Agosto de 2013). Obtenido de <http://www.eldiario.ec/lamarea/noticias-manta-ecuador/279686-botadero-municipal-de-manta-ardio-por-quema-de-llantas/>
- Marea, D. L. (2 de Septiembre de 2015). Obtenido de <http://www.eldiario.ec/lamarea/noticias-manta-ecuador/366504-advierten-riesgo-de-usar-llantas-para-decorar-barrios/>
- Mercado, S. H. (2004). *Investigacion de Mercado*. PAC.
- Mintzberg, H. (1984). *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona: Ariel.
- Montesdeoca, E. A. (2018). *Modelo de logistica inversa para la gestion eficiente del sector llantero*. Ambato - Ecuador.
- Nieves, Y., & León, M. (2001). *La gestión del conocimiento: una nueva perspectiva en la gerencia de las organizaciones*. Habana: Acimed.
- Pardo Parra, M. &. (2016). Gestion de subproductos e impacto ambiental de la chatarrizacion vehicular del sector punlico en Bogota. *Revista Ontare*, 117 - 160.
- Parra Moyano, J. G. (2012). *estudio para la creación de una empresa de reciclaje en la institución educativa rural vanguardia*. Bogota.
- PNUMA. (8 de Enero de 2013). Obtenido de <https://www.un.org/ruleoflaw/es/un-and-the-rule-of-law/united-nations-environment-programme/>

- Porte, M. (1979). *Cómo las fuerzas competitivas estrategia de la forma*. Harvard Business Review.
- Rae. (2018). *Real Academia Española*. Madrid: Diccionario Usual.
- Rivera Camino, J., & de Garcillán López-Rua, M. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rodríguez, E. R. (2017). *Utilización de residuos de neumáticos fuera de uso en conglomerantes con base cemento portland y de activación alcalina para uso en prefabricados de bajo coste económico y medioambiental*. Valencia.
- Rodríguez, J. (2002). *Administración de Pequeñas y Mediana Empresas*. México: Ed Thomson.
- Sanchez Vasquez, J. (2010). *LIDERAZGO: TEORÍAS Y APLICACIONES*. Universidad Pontificia De Salamanca.
- SEGINUS. (3 de Junio de 2018). *Sistema Ecuatoriano de Gestión Integral de Neumáticos Usados*. Obtenido de <https://www.signus.es/>
- Stanton, W., Eztel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Fu13a. Edición Mc Graw Hill, Pág. 49.
- Stoner, J., Edward, F., & Gilbert, D. (1966). *Administración*. Estados Unidos: Prentice Hall.
- Thompson Jr, A., Strickland III, A., & Gamble, J. (2012). *Administración Estratégica*. México: McGraw-Hill.
- UICN. (22 de Febrero de 2017). *Union Internacional para la Conservación de la Naturaleza*. Obtenido de <https://www.iucn.org/es>
- UNESCO. (1997). *La Artesanía y el mercado internacional*. Manila.
- Unidas, O. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.un.org/es/>
- Vásquez Pozo, S., L, L., & Lorente, L. (2018). Estudio de factibilidad para la reutilización, reciclaje y procesamiento de neumático fuera de uso. *Observatorio de la Economía en Latinoamérica*.
- Viera Arroyo, A. (2011). *Gestión ambiental del proyecto reusó artesanal de neumáticos, sector pilligsilli, Poaló, provincia de Cotopaxi, Ecuador*. Cotopaxi.

ANEXOS

Anexo #1. Cuestionario a dueños/gerentes de las enllantadoras y vulcanizadoras de la ciudad de Manta, Ecuador

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI							
	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA						
	CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESA						
CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL ANALISIS DEL ENTORNO Y MERCADO DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL RECICLAJE DE NEUMATICOS DE LA CIUDAD DE MANTA							
<p>Buenos días/ buenas tardes, Sr. (a) Srita, mi nombre es: Francisco Javier Alarcon Holguín, soy estudiante de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, estoy realizando una investigación con el propósito de conocer su opinión acerca del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de neumático en la ciudad de Manta, la información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global.</p>							
<p>Señor(a), ita, con el objetivo de poder precisar el nivel del entorno y mercado del sector productivo del reciclaje de la ciudad de Manta, agradecemos la mayor sinceridad al llenar el siguiente cuestionario, favor lea detenidamente cada una de las siguientes afirmaciones antes de responderlas.</p>							
ENTORNO GENERA	ITENS	VERIFICAR LA EXISTENCIA DEL ENTORNO GENERAL	TOTALMENTE DEACUERDO	DEACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO
	E1	Algunas empresas comercializadoras de neumáticos tienden a incrementar la seguridad del conductor a partir del buen uso de los neumáticos	5	4	3	2	1
	E2	Las administraciones municipales o privadas proponen proyectos sobre el mantenimiento preventivo y correctivo del uso de los neumáticos reciclados	5	4	3	2	1
	E3	El reciclaje y la reutilización del neumático fuera de uso contribuye al cuidado ambiental	5	4	3	2	1
	E4	El gobierno central o descentralizado proponen estrategias relacionadas al buen uso del reciclaje de neumático	5	4	3	2	1

	E5	Las ordenanzas municipales proponen ordenamiento o estatutos sobre el buen estado de los neumáticos fuera de uso	5	4	3	2	1
	E6	Las políticas nacionales y locales fomentan una cultura del reciclaje de neumáticos	5	4	3	2	1
	E7	Existen tecnologías existentes que permitan el manejo adecuado de los neumáticos reciclados	5	4	3	2	1
	E8	Existe algún proceso técnico o tecnológico para la transformación del neumático reciclado en productos sustitutos	5	4	3	2	1
	E9	Las tecnologías actuales permiten un manejo adecuado de los neumáticos fuera de uso	5	4	3	2	1
	E10	En la ciudad existen empresas dedicada al reciclaje de neumáticos usados	5	4	3	2	1
	E11	En la ciudad existen empresa dedicada a la transformación del neumático	5	4	3	2	1
	E12	Las empresas recicladoras de neumáticos son una fuente de trabajo	5	4	3	2	1
	E13	Existen créditos financieros para las actividades del reciclaje de neumáticos fuera de uso	5	4	3	2	1
ENTORNO ESPECIFICO	ITENS	VERIFICAR LA EXISTENCIA DEL ENTORNO ESPECIFICO	TOTALMENTE DEACUERDO	DEACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO
	E14	El negocio cuenta con normas para la distribución, recolección y acopio de neumáticos usados a los sitios autorizados	5	4	3	2	1
	E15	El Negocio involucra en el proceso de distribución y acopio a usuarios y generadores de neumáticos usados	5	4	3	2	1
	E16	El negocio tiene un sistema de distribución, recolección y acopio de neumáticos usados	5	4	3	2	1

	E17	Los clientes suelen dejar sus neumáticos usados a la hora del cambio	5	4	3	2	1
	E18	Los clientes suelen llevarse sus neumáticos usados a la hora del cambio	5	4	3	2	1
	E19	Existen clientes que suelen transformar los neumáticos usados en productos sustitutos	5	4	3	2	1
	E20	Conozco de competidores que tienen algún sistema de recolección y acopio de neumático usado	5	4	3	2	1
	E21	Sabe usted si sus competidores tienen algún sistema de procesamiento de neumáticos usados en productos sustitutos	5	4	3	2	1
	E22	Se encuentra informado sobre algún sistema que transforme los neumáticos usados en producto sustituto	5	4	3	2	1
	E23	Conoce usted de algún producto sustituto derivado del neumático fuera de uso	5	4	3	2	1
OFERTA	ITENS	VERIFICAR LA EXISTENCIA DE LA OFERTA	TOTALMENTE DEACUERDO	DEACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO
	E24	Considera que sus clientes están dispuestos con depositar los neumáticos usados en un centro de acopio	5	4	3	2	1
	E25	Considera que los neumáticos usados son de calidad para la transformación de un producto sustituto	5	4	3	2	1
	E26	Su empresa canaliza los neumáticos usados o reciclados antes del acopio	5	4	3	2	1
	E27	La actividad del reciclaje de neumático hace atractivo el negocio de la recolección y acopio de neumáticos usados	5	4	3	2	1
	E28	Las empresas desarrollan estímulos en incentivos económicos	5	4	3	2	1

		para la recolección y acopio de neumáticos usados					
	E29	La empresa desarrolla estímulos e incentivos económicos para la recolección y acopio de neumáticos usados	5	4	3	2	1
DEMANDA	ITENS	VERIFICAR LA EXISTENCIA DE DEMANDA	TOTALMENTE DEACUERDO	DEACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO
	E30	Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad artesanal	5	4	3	2	1
	E31	Considera que los neumáticos cambiados fuera de uso son destinados a una actividad industrial	5	4	3	2	1
	E32	La generación de neumático fuera de uso permite el surgimiento de nuevos negocios	5	4	3	2	1
	E33	El consumo de productos provenientes del material reciclado fomenta un cambio en el gusto y preferencia del consumidor	5	4	3	2	1
	E34	Debido al tiempo de descomposición del neumático fuera de uso permite el aprovechamiento de sus derivados	5	4	3	2	1
	E35	El reciclaje de neumáticos fuera de uso tiene frecuencia de un reciclaje diario	5	4	3	2	1
	E36	Los derivados del neumático fuera de uso son de gran calidad al igual que una materia prima	5	4	3	2	1

Anexo #2. **Solicitud al señor decano de la facultad Dr. Pedro Quijije Anchundia**

Manta, 10 de julio de 2019

Dr. Pedro Quijije Anchundia, **DECANO**
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Presente. –

De mis consideraciones:

Saludos cordiales, yo **Francisco Javier Alarcon Holguín** con cedula **131168105-8** estudiante egresado de la carrera Administración de Empresas, me permito solicitar que por su intermedio se me ayude con una solicitud al jefe del Benemérito Cuerpo de Bombero de Manta señor **Teniente Coronel Sofonías Rezabala** un listado de locales (negocios) de enllantadoras y vulcanizadoras que cuentan con el permiso de este prestigioso cuerpo de bombero, con los parámetros siguientes:

- Nombre de la empresa
- Dirección
- Nombre del dueño o gerente

Información que será manejada con fines académicos y pertinentes como fuente de investigación para mi proyecto de tesis y debida sustentación en obtención al título de Ingeniero Comercial, el cual agradezco de ante mano vuestra ayuda.

Atentamente

Javier Alarcón H.

Javier Alarcon H.
131168105-8

Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
FAC CIENCIAS ADMINISTRATIVAS


RECIBIDO

Fecha: *Julio 10 de 2019*

[Firma]
Secretaria de Facultad

16050.

Anexo #3. Solicitud del señor Decano, Dr. Pedro Quijije Anchundia al Benemérito cuerpo de bomberos de Manta

 **Uleam**
UNIVERSIDAD LACA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

Decanato
Facultad Ciencias Administrativas

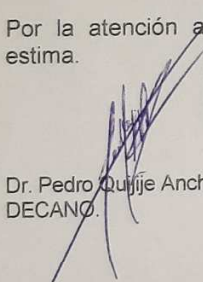
Manta, julio 10 del 2019
Oficio No. 937- DFCA-PJQA

Teniente Coronel
Sofonias Rezabala Pico
Director Benemerito Cuerpo de Bomberos de MANTA
Presente.-

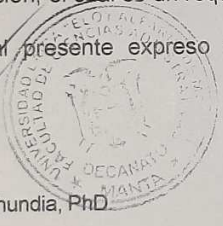
Estimado Coronel:

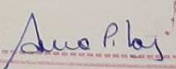
Por medio de la presente expreso saludos cordiales, a la vez me dirijo a usted de manera comedida para solicitarle que el Señor **Francisco Javier Alarcón estudiante** del noveno nivel, de la Carrera de Administración de Empresas, realice un estudio de Investigación de mercado que consiste en cuantas enllantadoras y vulcanizadoras (negocios) existen en la ciudad de Manta y cuentan con el permiso del Cuerpo de Bomberos, mismo que requiere para su proyecto investigación, el cual es un requisito fundamental para poder titularse.

Por la atención al presente expreso mis sentimientos de consideración y estima.


Dr. Pedro Quijije Anchundia, PhD
DECANO.


Rosy S



B. CUERPO DE BOMBEROS DE MANTA
SECRETARIA
12 JUL 2019 9:19
RECIBIDO POR: 

05-2623-740 ext 181 / 05-2613-453
Av. Circunvalación Vía a San Mateo
www.uleam.edu.ec

Anexo #4. Listado de empresas enllantadoras/vulcanizadoras por el Benemérito cuerpo de Bombero de Manta



BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE MANTA
FUNDADO EL 6 DE AGOSTO DE 1890

DIRECCION DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS – B2
UNIDAD DE INGENIERIA Y PROYECTOS

Manta, Julio 23 del 2019. I EI-074-AXBT-DPI-UIP -2019

Capitán.
Ángel Moreira B.
JEFE DEL DEP. PREVENCIÓN DE INCENDIOS.
En su despacho.

De mis consideraciones:

Por medio del presente informo que mediante Oficio N 937-DFCA-PJQA donde el Dr. Pedro Quijije Anchundia solicita que el Sr. Francisco Javier Alarcón quien es estudiante de noveno nivel de Administración de Empresas realice una investigación de mercado que consiste en **cuantas enllantadoras y vulcanizadoras existen en la ciudad de Manta** y cuentan con permisos de nuestra institución informo:

LISTA DE ENLLANTADORAS Y VULCANIZADORAS

FERNANDEZ NEVAREZ GENON LEODAN	1306559160001
FERNANDEZ COQUE DANIEL ORLANDO	1306309103001
ESPINALES SUAREZ NELSON LEONARDO	1308128014001
ESPINALES PILLIGUA NARCIZA DE JESUS	1709587206001
LOPEZ MUÑOZ CARLOS ENRIQUE	1306455757001
ZAMBRANO DELGADO ANGEL HOLIVER	1309072559001
BALDA SAN ANDRES EDISON ANTONIO	1304578105001
ZAMBRANO DELGADO ANGEL HOLIVER	1303381931001
BASURTO LOOR ROQUE MONSERRATE	1301624225001
PALMA FLORES MARIA ELIZABETH	1306376896001
MENDOZA CANTOS KLEBER FRANKLIN	1312243940001
MARTINEZ QUIJIJE DORYS GRACE	1301880694001
MOREIRA SUAREZ SHUWER JOFFRE	1303374886001
RIOFRIO INTRIAGO RICHARD PATRICIO	1105577660001
REYES CHAVEZ ENRIQUE RAMON	1307590768001
CHAVEZ BRAVO ROBERTO ALFREDO	1308433182001

Teléfonos: 05-2621777 / 2621111 * Fax: 05-2621747 * Emergencia: 102 / 911



BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE MANTA
FUNDADO EL 6 DE AGOSTO DE 1890

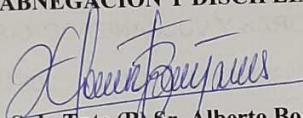
DIRECCION DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS - B2
UNIDAD DE INGENIERIA Y PROYECTOS

GUZMAN TRIVIÑO MICHAELL JESUS	1312522475001
BALDA SAN ANDRES LUIS ANIBAL	1306618842001
DELGADO ESPINAL JOSE CRISTOBAL	1307765162001
BRAVO MERA SEBASTIAN DEL JESUS	1304078759001

Es todo cuanto puedo informar para los fines consiguientes.

Atentamente,

ABNEGACION Y DISCIPLINA.


Sub. Tnte (B) Sr. Alberto Borja T.
Inspector IM 13

