



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MARKETING**

TEMA:

**“CREAR CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN DEL RECICLAJE A LOS
ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DEL CANTÓN MONTECRISTI”**

AUTORA:

SANTANA DELGADO SOPHIA MONSERRATE

TUTOR:

ING. OSWALDO RODRIGUEZ DURÁN

MANTA – MANABÍ - ECUADOR

2014 - 2015

CERTIFICACIÓN.

Quien suscribe, Ing. Ind. Oswaldo Rodríguez Durán en calidad de Director del Trabajo de Tesis, sobre el tema: **“CREAR CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN DEL RECICLAJE A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DEL CANTÓN MONTECRISTI”**, Elaborado por la egresada de la Escuela de Ingeniería en Marketing, **SANTANA DELGADO SOPHIA MONSERRATE**, Certifico, que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por la egresada, dirigido y supervisado por el suscrito. La investigación y los resultados obtenidos de ella, como los criterios allí vertidos son de exclusivos responsabilidad y derecho de la autora del trabajo.

Lo certifico,

Ing. Ind. Oswaldo Rodríguez Durán
Director de Tesis

AUTORIA

La responsabilidad de la investigación, resultados, ideas, estadística y análisis, así como las conclusiones y recomendaciones planteadas en la presente tesis pertenecen exclusivamente a la autora

SANTANA DELGADO SOPHIA MONSERRATE

DEDICATORIA

A Dios.

En primer lugar a nuestro ser Supremo, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Por las bendiciones que me ha dado, por la fuerza para luchar paso a paso y lograr cumplir una de mis metas propuestas, al estar presente en cada escrito, al iluminar mis pasos y sobre todo por permitir que cada letra que ha sido plasmada en mi proyecto sea la palabra precisa para poder decir gracias mi señor a ti te dedico esto.

A mis Padres.

A mi Madrecita hermosa Monserrate y a mi Papito Humberto, por haberme apoyado en todo momento, por haberme brindado una educación en su hogar a base de buenos valores, los cuales hoy por hoy son base fundamental que me ayudaron a salir adelante, por sus consejos. Por la educación de calidad que me brindaron por la pregunta exacta, y la respuesta correcta, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante, porque en cada palabra de aliento me demostraban que estaban ahí siempre junto a mí.

A mi Esposo e Hijos.

Ricardo esposo querido y apoyo incondicional, a ti dedico todo mi trabajo hecho, dedico los esfuerzos realizados, cada paso que juntos hemos dado y la compañía que me ha dado para culminar mi trabajo final, a mi hijo todo un angelito mi querido Mathías a mi dulce y amada Esther, a ustedes tres dedico a este trabajo.

Dedico el sacrificio del día y noche que me acompaño, y aquellas palabras de aliento que hoy se ven reflejadas.

A mis Hermanos.

Héctor, David, Rómulo, Luis, Fabricio, les dedico unas cuantas líneas en mi trabajo final para la obtención de mi título, puesto que ustedes siempre estaban ahí dándome aliento para culminar todo.

Dedicar unas líneas a todos los que me conocen y aprecian que siempre me motivaron para no desmayar. *Caminante no hay camino se hace camino al andar.*

SANTANA DELGADO SOPHIA MONSERRATE

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa en mi vida, me llena de un inmenso orgullo y satisfacción para poder decir, “lo he logrado”, pero todo esto no hubiese sido posible sin la ayuda de Dios sobre todas las cosas, y de todas aquellas personas familiares, amigos y maestros, quienes aportaron con un grano de arena para que hoy por hoy pueda salir triunfante al mundo laboral con mi título profesional.

Agradezco a mi esposo Ricardo por ser mi fuerza y mi mano derecha en todo momento, por ayudarme cuando más lo necesite, por tener la palabra precisa en el momento preciso, por ayudarme con nuestros hijos Mathías y Esther a quienes también agradezco porque el día más triste y más cansado con una pequeña sonrisa lo alegraban y hacia que rápidamente las cosas mejoren. Ricardo de todo corazón gracias por aquel abrazo que abrigaba el alma, por aquel chiste que hacia iluminar mi mente, gracias por compartir conmigo esta alegría que siento.

De otra manera doy gracias a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a todo su personal Docente, quienes ayudaron de una u otra manera en los conocimientos adquiridos, aquellos profesores y profesoras que a más de ser maestros fueron amigos fuera de las aulas de clases, aportando sus conocimientos y ayudando de una u otra manera a culminar mi trabajo de Tesis, a las secretarias de la Escuela, que siempre me ayudaron en los tramites respectivos para poder realizar algún trámite. De manera especial agradezco al Ing. Oswaldo Rodríguez por brindar su tiempo y espacio para realizar correcciones e impartir sus conocimientos.

SANTANA DELGADO SOPHIA MONSERRATE

ÍNDICE GENERAL
RESUMEN EJECUTIVO

EXECUTIVE SUMMARY
INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

1.	EL PROBLEMA.....	3
1.1.	TEMA.....	5
1.2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.2.1.	CONTEXTUALIZACIÓN.....	5
1.2.1.1	NIVEL MACRO.....	5
1.2.1.2	NIVEL MESO.....	7
1.2.1.3	NIVEL MICRO.....	8
1.2.2.	ANÁLISIS CRÍTICO.....	10
1.2.3.	PROGNOSIS.....	11
1.2.4.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2.5.	CUESTIONAMIENTO.....	12
1.2.6.	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.3.	OBJETIVOS.....	13
1.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	13
1.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.3.3.	ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	14
1.4.	JUSTIFICACIÓN.....	15

CAPITULO II

2.	MARCO TEÓRICO.....	18
2.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	18
2.1.1.	CONCEPCIONES SOBRE EL MERCADO.....	24
2.2.	FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	37
2.3.	CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	38
2.3.1	VARIABLE DEPENDIENTE.	38
	CAMPAÑA DE MOTIVACION DE RECICLAJE” SE HAN DESARROLLADO LAS SIGUIENTES CATEGORIAS.....	38
2.3.2	VARIABLE INDEPENDIENTE.	40
	CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, SE HAN DESARROLLADO LAS SIGUIENTES CATEGORIAS.....	40
2.4.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	45

2.5.	HIPÓTESIS	DE	47
	TRABAJO.....		
2.6.	SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....		47
2.6.1.	VARIABLE DEPENDIENTE.....		47
2.6.2.	VARIABLE INDEPENDIENTE.....		47

CAPITULO III

3.1.	MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.		48
3.2.	NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....		48
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....		48
3.3.1.	POBLACIÓN.....		48
3.3.2.	MUESTRA.....		49
3.4.	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....		51
3.4.1.	VARIABLE INDEPENDIENTE: PLAN DE MARKETING.....		51
3.4.2.	VARIABLE DEPENDIENTE: CONCIENTIZACIÓN DEL RECICLAJE EN LOS COLEGIOS.....		52
3.5.	TECNICAS E INSTRUMENTOS.....		53
3.5.1.	TÉCNICAS.....		53
3.5.2.	INSTRUMENTOS SELECCIONADOS.....		53
3.6.	RECOLECCIÓN	DE	53
	INFORMACIÓN.....		
3.6.1.	PLAN PARA LA RECOLECCIÓN	DE	53
	INFORMACIÓN.....		
3.7.	PROCESAMIENTO	DE	54
	INFORMACIÓN.....		
3.7.1.	PLAN PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN		54

CAPÍTULO IV

4.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....		55
-----	---	--	----

CAPÍTULO V

5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		66
5.1.	CONCLUSIONES.....		66
5.2.	RECOMENDACIONES.....		67

CAPÍTULO VI

6.	PROPUESTA.....		69
----	----------------	--	----

6.1.	DATOS INFORMATIVOS DE LA PROPUESTA.....	69
6.1.1.	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	69
6.1.2.	TRABAJO QUE CORRESPONDE A.....	69
6.1.3.	ÁREA DE DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	69
6.1.4.	INVOLUCRADOS.....	69
6.1.5.	DIRECTOR DE TESIS.....	69
6.1.6.	TIPO DE PROPUESTA.....	69
6.1.7.	FECHA DE INICIO.....	70
6.2.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	70
6.3.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	70
6.3.1	OBJETIVO GENERAL.....	71
6.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	73
6.4	JUSTIFICACION.....	74
6.4.1	PROBLEMA A RESOLVER.....	74
6.4.2	BENEFICIARIOS.....	75
6.4.3	IMPACTO.....	76
6.5	FUNDAMENTACION.....	78
6.6	METODOLOGÍA: ESTRATEGIAS DE MARKETING DE PUBLICIDAD.....	89
PARTE I		
	MARKETING ESTRATEGICO.....	80
1	CONSUMIDOR.....	80
2	MERCADO.....	83
3	ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN.....	89
4	ASPECTOS LEGALES Y FISCALES.....	93

PARTE II

	MARKETING TACTICO.....	98
	PLANIFICACIÓN Y OBJETIVO DEL PLAN DE MARKETING SOCIAL.....	98
	PLAN DE MARKETING SOCIAL.....	99
6.7	BIBLIOGRAFÍA.....	133
6.8	ANEXOS.....	137

RESUMEN EJECUTIVO

Las campañas sociales son de gran ayuda en la movilización y concienciación de para mantener a la sociedad atenta en la participación activa en todos los ámbitos. Es importante promover una serie de acciones que desde la planificación y organización requieren para planear actividades suma vitalidad.

En el mundo del reciclaje es importantes comprender que la mejor manera de evitar la contaminación, y fomentar una cultura de orden que ampare el ecosistema y la sostenibilidad de las especies, por otro lados es una actividad que muchas personas de bajos recursos ostenta por un medio de economía popular por la baja cultura de preservación de los materiales y residuos de la comunidad.

Este trabajo de investigación se realizó en el cantón Montecristi, debido a la baja cultura ambiental y conservación de áreas verdes, sobre todo desde los jóvenes, se analizara a información extraída y se propondrá una campaña publicitaria que ayude a conciencias a los jóvenes de los colegios a formar actividades estratégicas para masificar la limpieza y conciencia de los ciudadanos del cantón a fin de que participen en el proceso del reciclaje, se mostrará coordinaciones y acciones comunicacionales aplicando en mix comunicacional y medios de comunicación así como medios publicitarios.

EXECUTIVE SUMMARY

Social campaigns are helpful in mobilizing and awareness to keep the watchful society active participation in all areas. It is important to promote a series of actions from planning and organization required to plan activities adds vitality.

In the world of recycling is important to understand that the best way to prevent pollution, and promote a culture of order that protects the ecosystem and sustainability of the species, on the other side is an activity that many poor people holds by half popular economy low culture preservation of materials and waste in the community.

This research was conducted in Montecristi, due to the low environmental awareness and conservation of green areas, especially from young people, is analyzed to extracted information and advertising campaign to help consciences young people from schools will be proposed to form strategic activities to popularize cleanliness and awareness of citizens of Canton to participate in the recycling process, coordination and communication actions implemented in communications and media mix as well as advertising media will be displayed.

INTRODUCCIÓN

La forma de vida es la constante preocupación social y global. Es por esta razón que se propicia el interés de un estudio que da lugar a la aglomeración de residuos que son desechados una vez usado.

Este problema se basa en la poca atención y en la falta de comunicación e información sobre las maneras que existen para reciclar, esto se debe a que muchas veces las personas hacen basura a un ritmo acelerado, hay ciertos residuos que están en pleno estado de descomposición.

Al momento de ir desarrollando la tesis, vamos a ir analizando los puntos mas específicos que dentro de la investigación se ha realizado y se ha llevado un cronograma, el mismo que nos ayuda a seguir varios puntos específicos en cuanto a un orden de desarrollo y cronograma de trabajo, tanto tutorial como investigativo.

La consecuencia de la contaminación que hoy en día tenemos es debido a la falta de cooperación por parte de entidades Gubernamentales, de salubridad y por parte del ministerio de salud, debido a que en los planteles educativos, se carecen de espacios de recreación y áreas verdes, desde este punto se parte, puesto que ya mencionadas Instituciones Publicas están en todo el derecho y obligación de exigirlos. Hay estudiantes que por falta de un depósito de desperdicio muchas veces lo botan en el suelo, el mismo que se crea contaminación ambiental y contaminación visual.

Es por ello que nace la idea de crear una campaña que ayude al reciclaje de desechos, en esta campaña marcaremos la pauta e iniciaremos el buen uso de estos residuos, ya que se carecen de recursos, con la ayuda

de las empresas públicas y privadas, dotaremos de información y sobretodo de tachos que se colocaran en los distintos puntos que se crean necesarios para el buen uso y dominio de todos los estudiantes de los colegios.

A continuación mediante cuadros estadísticos, investigación de campo, y consultorías se presenta el siguiente programa que es “Crear Campaña de Motivación del Reciclaje a los Estudiantes de los Colegios del Cantón Montecristi”

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“CREAR CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN DEL RECICLAJE A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DEL CANTÓN MONTECRISTI”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1 Nivel Macro

La falta de recursos humanos, económicos, institucionales y sociales no permite que el desarrollo de procesos de reciclaje en Ecuador se produzca en iguales condiciones que en países desarrollados o primer mundistas. Esto se debe a la falta del uso de tecnologías ecológicas, el bajo contenido de materiales reciclables que producen los hogares, uno de los problemas de organización es también entre los agentes económicos y el Estado, puesto que estos no permiten que en la región se desarrollen cadenas formales para el manejo de residuos como el Sistema Dual. A diferencia de la Unión Europea, en Ecuador la base de la cadena es el recolector y no el consumidor del residuo, ocasionando que el consumidor no separe los residuos, aumentando los costos para el procesador y por lo tanto, desincentivado la actividad.

Sin embargo, en décadas recientes se han implementado programas de tratamiento de residuos sólidos exitosos en Ecuador, que además de reducir los costos ambientales, son una entrada de ingresos para más de 10 mil familias, contribuyendo a disminuir así los niveles de pobreza.

En la región la cantidad reciclada de materiales es mucho menor que la producción de residuos. Esto se debe a que las funciones operativas, financieras y administrativas del reciclaje en la mayoría de las provincias de la región las realizan los municipios que cuentan con presupuestos limitados haciendo la actividad poco rentable. Las tasas y tarifas para el financiamiento de manejo de residuos sólidos son bajas, y en algunos casos no son cobradas por razones políticas, falta de educación ambiental o por la mala calidad del servicio.

Sin embargo, existen mejoras en la situación ya que más del 50% de las ciudades, entre ellas Buenos Aires, Lima y Curitiba en Brasil, han asignado la función operativa del manejo de residuos al sector. La clave para aumentar la recuperación de residuos sólidos consiste en la participación de la industria y los grandes generadores de residuos, siendo las recicladoras y los segregadores partícipes esenciales del proceso.

El pobre conocimiento de los beneficios que un buen manejo de los residuos sólidos genera para la salud, preservación del medio ambiente, incremento del turismo, reducción de la pobreza, entre otros, agudiza el problema en la región. Entre más limpia esté una ciudad mayor atractivo turístico genera a los extranjeros. Ejemplo de ello es la Bahía de Caráquez, importante destino ecoturístico que ha desarrollado programas de protección al medio ambiente y ha transformado residuos orgánicos desde los mercados y hogares logrando un reciclaje lucrativo, ecológicamente positivo y que protege la salud del trabajador.

1.2.1.2 Nivel Meso

En Manabí se ha impulsado más lo que es el reciclaje de Plásticos, Papel ya que en el país solo sabemos de este tipo de reciclaje.

Para que Manabí incrementará este tipo de reciclaje algunas organizaciones públicas y privadas encargadas de preservar el Medio Ambiente han hecho muchas campañas en especial en las escuelas, colegios, ya que se han dado cuenta que si se impulsa desde la educación básica es mucho más fácil que la sociedad de mañana ya crezca con la buena costumbre de reciclar¹.

En la provincia de Manabí hay lugares que compran papel, cartones, plásticos para procesarlos y esto es una cierta manera de impulsar el reciclaje, ya que de una manera este tipo de actividades nos impulsan a reciclar, ya que, nos dan una gratificación, aunque no es mucha, para las personas que viven de esta manera que se encargan de reciclar.

En lugares donde el reciclar es una costumbre ya tienen normas como usar diferentes colores para los tachos para colocar la basura, en nuestro país y provincias son pocas las personas que utilizan este sistema de separar la basura y colocarla en el tacho que le corresponda. Utilizan siempre 3 tipos de tacho que son para: Plásticos, Papel, Vidrio, Residuos Orgánicos (Basura que no es reciclable ejemplo: cascara de frutas, etc.).

¹ [www.mosqueraripantoctaS.A. pdf](http://www.mosqueraripantoctaS.A.pdf)

1.2.1.3 Nivel micro

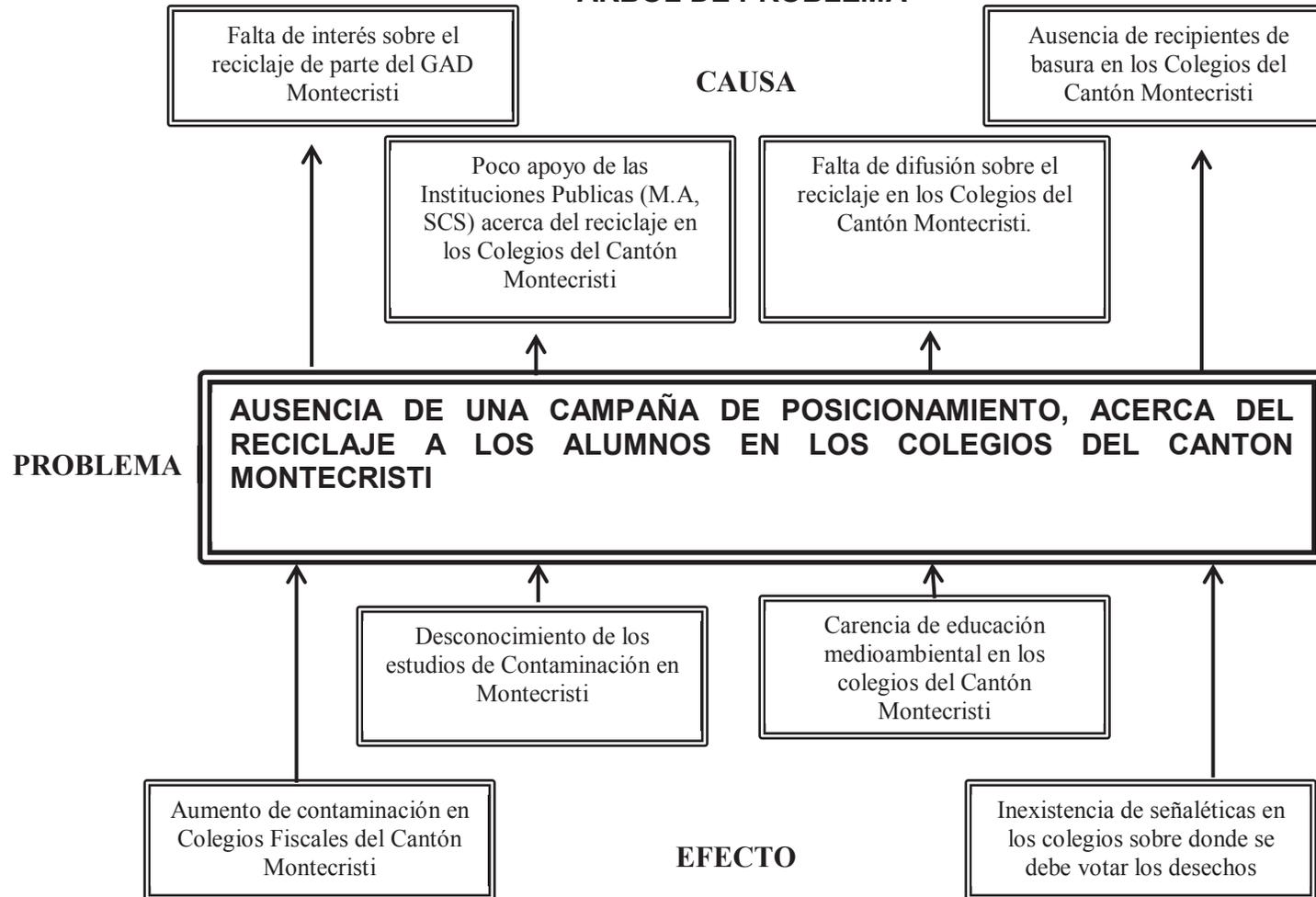
Se ha recorrido el cantón, con el propósito de encontrar un colegio que sea ejemplo en el tema del reciclaje, finalmente logramos recolectar los colegios que van a participar en este programa de reciclaje, donde obtendremos un claro ejemplo de qué es lo que debemos hacer con respecto a este tema tan preocupante en estos tiempos, el ya conocido “Reciclaje”.

La principal motivación de estos colegios es que en la práctica normal de los elementos eliminados el día a día, que es una cantidad notoria de desechos que van directamente al basurero, aumentando con esto los vertederos y el mayor mal de estos tiempos el “calentamiento global”, se modifique la forma de botar estos elementos.

Durante los recreos, las colaciones de los alumnos generan residuos tetra pack al consumir leche y jugo, botellas plásticas y de vidrios de bebidas y jugos y se desechan las tapitas, una cantidad de papel generado de fotocopias de guías, pruebas, tareas, también residuos como los cartuchos de tinta de las impresoras y el conocido “tecito” del desayuno de los profesores u otro personal del colegio generan los sobres de té.

Usualmente hablamos de basura o desecho para referirnos a todos los materiales sobrantes que aparentemente no pueden prestar más utilidad. Sin embargo, en la actualidad, se prefiere el término residuos para denominar aquellos materiales que no necesariamente se deben votar, puesto que aún conserva algún valor en sí mismo, mediante prácticas como el reciclaje. Todo esto se hace por que el reciclaje se presenta como una oportunidad de hacer un bien a la comunidad, haciendo de un residuo un recurso renovable y a su vez contribuir con fundaciones recolectoras de estos residuos.

ÁRBOL DE PROBLEMA



1.2.2. Análisis crítico

La educación ambiental por parte de los estudiantes a creado una forma de carencia de conciencia por un plan de marketing ecológico para la concienciación en los colegios del Cantón, que en los actuales estilos de desarrollo tienen un alto impacto ambiental y que la tendencia impuesta por la cultura que avanza decididamente hacia el aumento de la inequidad. En la sociedad que se atraviesa cambiar una situación de profunda crisis en la que algunas preguntas emergen con fuerza de interpelación. Es por ello que surge la interrogante ¿De qué manera podemos corregir el sentido de educación medioambiental en nuestros tiempos? A lo que respondemos mediante un programa de reciclaje al cual se invitará a los estudiantes de los colegios de éste cantón.

Esta falta de conciencia humana se debe entre otras cosas a la falta de publicidad directa en colegios o a un debido plan de estudios donde se verifique los daños que se causan al ecosistema, devastando el poco medio ambiente que queda, por lo que se demuestra que los colegios no cuentan con una debida concienciación por lo que recurriremos a dar a conocer la importancia de preservar nuestro medio natural mediante el reciclaje conjuntamente con los colegios por medio de un plan de marketing ecológico.

De esta manera se aprenderá con otros a leer el entorno que conlleva la potencia de acción, la de argumentación, la de participación. Contexto y cultura serán entonces los ámbitos alfabetizadores que permitirán a docentes y alumnos palpar y reconocer cómo se construyen significados acerca del medioambiente, cómo los sujetos sociales adscriben a estos significados en el marco de relaciones de transmisión y de poder instituidas, para lo cual también a partir de su reposicionamiento como

sujetos de derecho. Todo ello supone el requisito de ambientalizar el currículo, es decir, de repensar la tarea escolar a la luz de:

- Una nueva ética, que oriente los valores y comportamientos colectivos hacia objetivos de sustentabilidad.
- Una nueva concepción del mundo, como sistema complejo².

1.2.3. Prognosis

En el caso de que las estrategias planeadas no se pudiera efectuar pronosticamos una desatención por parte de las autoridades de cada Institución educativa, a los estudiantes ya que no permitirían que mediante el plan de marketing se ejecuten medios de reciclaje dando a conocer los factores que influyen en la actualidad a nuestro medio ambiente, ya que ser ciudadano implica convivir nuestro horizonte cotidiano como espacio vital que sólo podrá ser transformado y preservado desde el común sentimiento de lo propio. Propiciando y compartiendo este aprendizaje, se apostara a la capacidad de indagar, comprender, cuestionar y comprometernos, en pro de desplegar mejores modos de habitar la ciudad y el mundo en que vivimos y convivimos.

1.2.4. Formulación del Problema

¿De qué forma se posicionaría la campaña de posicionamiento de reciclaje para ejecutarla en los colegios del cantón Montecristi?

² Tesis David Vázquez Zambrano

1.2.5. Cuestionamiento

- ¿La campaña de Reciclaje tendrá la aceptación deseada dentro del fragmento colegial para ampliar el reciclaje?
- ¿Permitirán las autoridades educativas mediante los diferentes tipos de publicidad a la concienciación del reciclaje?
- ¿El volumen de reciclaje contribuye para lograr un menor efecto en el ambiente para que disminuya el un porcentaje del calentamiento global?

1.2.6. Delimitación del Problema

CAMPO: Marketing Ecológico y Estratégico

ÁREA: Marketing Operativo

ASPECTO: Implementación de estrategias para posicionar el reciclaje como factor principal en los colegios del cantón Montecristi.

TEMA: “**CREAR CAMPAÑA DE MOTIVACIÓN DEL RECICLAJE A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DEL CANTÓN MONTECRISTI**”.

PROBLEMA: La falta de una campaña que ayude a concientizar el reciclaje y que de esta manera se logre posicionar el reciclaje en los colegios fiscales del cantón Montecristi.

DELIMITACIÓN ESPACIAL: Cantón Montecristi.

DELIMITACIÓN TEMPORAL: Año 2014

1.3. OBJETIVOS

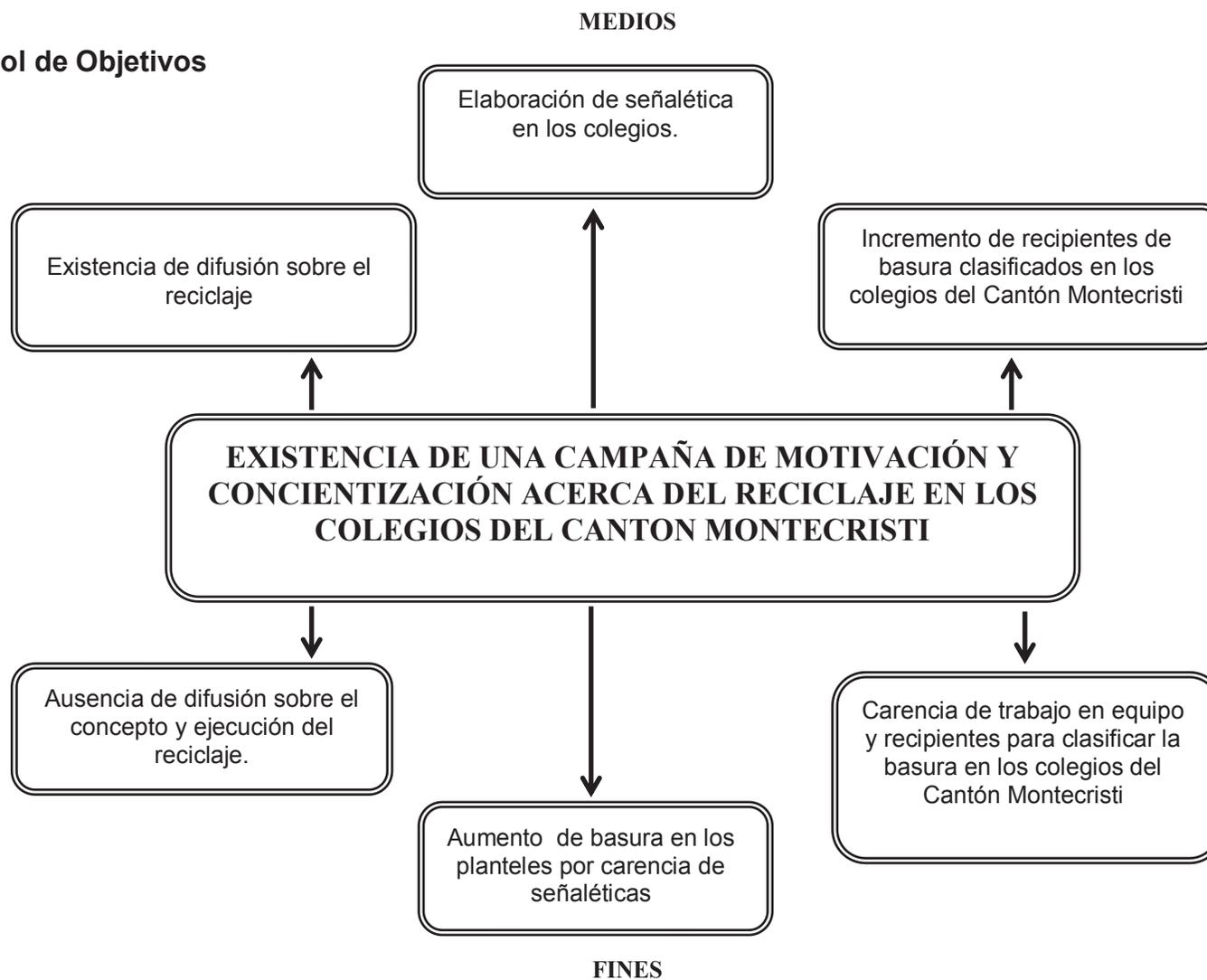
1.3.1. Objetivo General

Contribuir a la preservación del Medio Ambiente, afianzando la cultura del reciclaje, para que de esta manera se pueda posicionar al reciclaje de basura como una solución viable para preservar los recursos naturales mediante una campaña dentro de los Colegios del Cantón Montecristi.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar acerca sobre las fuentes de contaminación en el entorno de los planteles educativos que se vive mediante recorridos, diálogos y observación directa, con las personas de la comunidad.
2. Notificar, educar y concienciar a los estudiantes de las ventajas ambientales y económicas de reciclar basura y sus beneficios.
3. Inculcar el trabajo en equipo y el espíritu colaborador con el ambiente y nuestro entorno mediante el reciclaje con los estudiantes de los colegios.
4. Implementar campañas de posicionamiento del reciclaje en el hogar y en los Colegios del Cantón, concientizando a todas las personas que rodean a los estudiantes acerca de la importancia de la adecuada separación de desechos orgánicos y posible reutilización de desechos no orgánicos.
5. Identificar dentro de nuestra sociedad la cualidad de innovar y sobretodo de crear un buen hábito de reciclaje para una mejor calidad de vida hacia nosotros, la sociedad y la naturaleza.

1.3.3. Árbol de Objetivos



1.4. JUSTIFICACIÓN

Mediante el análisis del entorno del proyecto se puede encontrar las razones válidas para realizar una campaña de concientización de reciclaje en los Colegios dl Cantón, de esta manera se logrará un posicionamiento en el reciclaje, ya que hasta el día de hoy la gestión de los residuos se centra en los basurales, incendiarios, entre otros, donde se empleará un programa para concientizar a los estudiantes al reciclaje y el motivo del porque es importante.

Esta campaña será de importancia ya que en el lugar donde vivimos es rico en desechos de papel y cartón, todas las comunidades utilizan productos que vienen empacados en cartón, las envolturas son tiradas a la basura y no se han puesto a pensar en los usos que se les puede dar, de esta manera las estrategias traen graves impactos ambientales y sanitarios, que no se tiene en cuenta la necesidad de reducir el consumo y para esto se plantean serios riesgos para el medio ambiente y la salud de los estudiantes dentro y fuera de las Instituciones Educativas.

A través del proyecto se aportara al medio ambiente reduciendo la contaminación mediante el reciclaje y sus percepciones sobre el manejo de los desechos, con este programa contribuiremos a crear conciencia en los estudiantes respecto al mejor manejo de los residuos reciclables que deben ser reutilizados.

La viabilidad del proyecto, depende en su mayoría del posicionamiento del reciclaje en los colegios del Cantón Montecristi que se realizara mediante un programa donde se calculara que colegio tiene el mejor índice de recolección la composición de la basura es el reflejo de la actual sociedad de consumo cuyos hábitos están dirigidos a la compra de productos de “usar y tirar”, que lejos de ofrecernos una mejor calidad de

vida, demostrando que este proyecto es factible en gran porcentaje. Así mismo se les hará ver la importancia del reciclaje para la conservación del medio ambiente, contribuyendo a la disminución de la tala de árboles al usar papel y cartón reciclado.

Se pretende dar solución al problema de la contaminación con el posicionamiento del reciclaje en los colegios, puesto que el número de porcentajes de contaminación en los colegios es muy alto, puesto que esto ocasiona una contaminación ambiental en el agua, la tierra, y el aire, para lo cual sus efectos son perjudiciales para la salud, es por ello que se transmiten enfermedades infecciosas debido a los roedores e insectos que a esta la rodean.

En la actualidad y nuestra sociedad todos somos consumidores y jugamos un papel elemental en la generación de residuos.

Compramos continuamente, usamos y desechamos, asimismo, suponen un derroche de recursos y energía que podrían aprovecharse y de un espacio que ya no podrá ser recuperado.”

Como campaña de concientización y motivación al reciclaje nos referimos al conjunto de actuaciones que previenen o mitigan problemas en el entorno natural, para asegurar la calidad de vida y el desarrollo sostenible.

Es decir, todo aquello necesario para el equilibrio entre el desarrollo económico, la calidad de vida, el uso racional de los recursos y la protección y conservación del ambiente.

Por último pero no con menos importancia para justificar la factibilidad de la creación de este proyecto que será necesario y de gran importancia

recurrir a la realización de una buena campaña de reciclaje y sobretodo de concientización debido plan de marketing para dar a conocer los beneficios e importancia de reciclar de esta manera permitirá vislumbrar la rentabilidad que pudiera tener este programa de reciclaje a futuro con una administración adecuada de las autoridades de los planteles, llegando al punto donde se diera que si todos los productos que usamos fueran biodegradables y libres de sustancias tóxicas, los procesos naturales los podrían degradar y devolver a la naturaleza. Sin embargo éste no es el caso.

Los proyectos ecológicos son un camino para devolver el poder a la gente, para encontrar las piezas de ese gran rompecabezas en donde forma parte lo social, lo económico, la ecología, la salud y la educación. Es el camino en donde reconocer cuáles son los valores que sustentan las acciones que realizamos los seres humanos” (Houston H).

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Desde que el hombre habitó en este planeta, ha existido la basura, con ello lleva las primeras civilizaciones, las cuales llevan años de años y que han crecido mediante la época, es a ello que acrecienta la contaminación actual en nuestra sociedad. La basura comenzó a generarse desde la aparición del fuego, siendo esta una manera con mucho más peligro, a ello se sumaron los residuos sólidos que esto creció ya durante siglos, a su vez con el invento del papel.

Denominación a la contaminación ambiental la cual es la presencia en el ambiente a cualquier agente ya sea este químico, físico, o de una combinación de varios agentes para la salud o el bienestar de toda una población, la cual es perjudicial para la salud y el entorno medioambiental.

La contaminación del ambiente está incorporado a varias sustancias que pueden ser sólidas, líquidas, gaseosas ya que estas pueden ser mezclas entre si, y estas alteran desfavorablemente las condiciones naturales que estas a su vez perjudican la salud, la higiene y el bienestar de nuestra sociedad y planeta.

La destrucción de nuestro entorno natural y social es uno de los problemas que se le da más importancia puesto que este afecta a nuestro mundo, aquello surge cuando se trata de un desequilibrio, a ello es una adición de cualquier sustancia medio ambiental, puede surgir a partir de ciertas manifestaciones de la naturaleza ya que existen varias fuentes. Las naturales que son causadas a diferentes procesos

productivos del hombre. La antropogénicas que son las que se conforman con las actividades de nuestro diario vivir, que conlleva a los procesos de las Industrias, a las Comerciales, Agrícolas, Domiciliarias, y más aún a las fuentes móviles.

Una de las mejores soluciones frente al impacto ambiental del ser humano es el reciclaje. En el año de 1690 una familia llamada Rittenhouse realizó una especie de experimento en el que por primera vez se reciclaron materiales. Posteriormente en la ciudad de New York se abrió el primer centro de reciclaje oficial en los Estados Unidos. Ya en 1970 se creó la Agencia de Protección Ambiental y se difundió con mayor interés el reciclaje.

Actualmente Estados Unidos recicla el 30% de toda su basura. En países como España y Francia también se ha difundido de gran manera esta tarea y en las escuelas es fundamental que los niños aprendan a reciclar. Hoy en día la preocupación del calentamiento global es común entre todos los países; han existido numerosos encuentros internacionales para darle solución temprana a este tema y siempre una de las acciones más útiles y accesibles el reciclaje, tomando en cuenta como un tema de sostenibilidad de materiales residuales y reciclables. Según (Boada, 2003) El concepto de sostenibilidad y desarrollo ha evolucionado bastante (...), a partir de los años 80 ha evolucionado bajo los diversos puntos de vista de los sectores de la sociedad.

Un ejemplo: si recicláramos todo el papel periódico se podría evitar la tala de 250 millones de árboles cada año y ya que un árbol absorbe un aproximado de 14 libras de dióxido de carbono, por consecuente los 250 millones de árboles que no serían talados evitarían que 3.5 trillones de libras de CO₂ volaran en la atmósfera cada año.”³

³ <http://www.planverde.df.gob.mx/planverde/ecomundo/49-residuos-solidos/436-historia-y-reciclaje.html>

Este sistema de producción y consumo de bienes y servicios tiene un efecto tangible en nuestra sociedad⁴, (Boada, 2003).

Prevenir la generación de residuos y promover el reciclaje y la recuperación aumentará la eficiencia en la utilización de recursos en la economía europea y reducirán el impacto medioambiental negativo derivado de su utilización. Esto contribuirá a mantener una base de recursos fundamental para un crecimiento económico continuado y sostenible⁵.

¿Qué es Reciclar?

Es un proceso fisicoquímico o mecánico el cual consiste en transformar un producto ya usado en algo nuevo, se puede definir también como la obtención de materias primas y de esta manera introducirlos a un nuevo ciclo, ya que este se produce en la perspectiva del agotamiento a los recursos naturales.

Reciclar es un proceso simple que nos puede ayudar a resolver muchos de los problemas creados por la forma de vida moderna⁶.

En materia de reciclaje, podemos reciclar papeles, botellas de plástico, botellas de vidrio, de esta manera pueden volverse a utilizar más de 20 veces. De esta manera los envases de viejos vidrios pueden fundirse para fabricar en si botellas o recipientes nuevos que bien pueden se usado. Papeles que pueden ser usados al reverso o pasar por un proceso de transformación.

⁴ Boada, Alejandro (2003), "De la producción sostenible al consumo sustentable" Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas Material didáctico Programa de Especialización en Sistemas de Gestión Ambiental.

⁵ El tomo II del Libro Verde de Medio Ambiente Urbano ha sido realizado en el marco del Convenio de colaboración entre el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental) y la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona

⁶ Publicación Escuelas Idea Sana EROSKI Noviembre "La importancia de reciclar" www.ideasana.com

Para nuestro entorno no es idea nueva el reciclar, puesto que en nuestra naturaleza hay muchas cosas que se pueden reciclar varias veces.

Actual mente los vehículos, las cocinas, las lavadoras entre otros artículos que usamos diariamente pueden ser reciclados.

Un paso importante para reciclar es llevar los materiales reciclables a un contenedor que especifique tipo de desecho es, siendo esta también una opción para disminuir la contaminación.

Siendo un tema de gran importancia ahora en nuestra sociedad, varios países a nivel mundial ya han iniciado programas que ayudan al reciclaje y han creado programas obligatorios para que tiren los objetos en los tachos de reciclaje y de esta manera poder re usar.

¿Cuánto papel puede desechar una persona?

Un árbol produce 8.500 hojas de papel. 8.500 hojas de papel no producen oxígeno, sombra, hogar o alimentos. Razón de más para el uso de papel reciclado y con prudencia. Una persona utiliza alrededor de 500.760 hojas de papel (59 árboles) en un año⁷.

El dato es apabullante y debiera servir para que muchos tomaran conciencia sobre lo que estamos haciendo con nuestros bosques y la importancia que tiene usar papel con sellos como el FSC o instaurar políticas de uso responsable en las empresas, impulsando la reutilización, la reducción y el reciclado⁸.

⁷ <http://www.serresponsable.com/2012/01/09/cuanto-papel-usas-aproximadamente-en-un-ano/>

⁸ <http://www.expoknews.com/cuanto-papel-usa-una-persona-por-ano/>

En tanto así que el vidrio, plástico, cartón entre otros pueden volver a utilizarse, reduciendo la cantidad de basura en los basurales o vertederos.⁹

¿Cómo funciona el reciclaje?

Para saber cómo funciona el reciclaje es preciso tener en claro lo que es reciclar, para luego de ello tener en cuenta varias forma de reciclar y de esta manera entender porque es importante reciclar y hacer entender a los demás cómo funciona el reciclaje.

Los artículos que se van a reciclar son recogidos en varios lugares o en empresas ya formadas que se dedican al reciclaje donde estas ya son recogidas y seleccionadas, siendo estas ya clasificadas y son transportadas directamente a una planta de tratamiento. En caso que no estén estas clasificadas se procede a la labor de la clasificación. Pasan por un proceso de desinfección sabiendo para que sean usadas, el papel puede ser reciclado y a su vez puede aprovecharse como materia o recurso para fabricar papel para las imprentas.

El reciclaje funciona de la siguiente manera; En la recolección y procesamiento, en la fabricación de algún objeto, en la compra o venta de productos reciclados.

¿Por qué reciclar?

El reciclaje es un proceso el cual cumple un objetivo principal el cual es convertir materiales (desechos) en nuevos productos, de esta manera se logra prevenir la contaminación y reducir el consumo de materia prima.

⁹ <http://ecoclubmistral.es.tl/Tips-Ambientales.htm>

Para proteger el ambiente, y casi 60% considera que se debe hacer más para reducir, reciclar y apoyar las políticas verdes, (...) La gente quiere contribuir a resolver el creciente problema de la basura, pero, en muchas ocasiones, se niega a pagar más por productos “verdes” empacados de modo no perjudicial para el ambiente¹⁰, (Ferrell, Hirt, ferrell, 2010).

El reciclaje es un componente importante y clave en la reducción de desechos y es el tercer componente de las 3R (Reducir, Reutilizar, Reciclar).

- **Reducir**, acciones para reducir la producción de objetos susceptibles de convertirse en residuos.
- **Reutilizar**, acciones que permiten el volver a usar un determinado producto para darle una segunda vida, con el mismo uso u otro diferente.
- **Reciclar**, el conjunto de operaciones de recogida y tratamiento de residuos que permiten reintroducirlos en un ciclo de vida.¹¹

Las razones más importantes por las que debemos reciclar son:

- El costo para recoger basura y eliminarla por tonelada es sumamente alto. Los gobiernos de las grandes ciudades derrochan grandes cantidades de dinero en esto, que bien se podrían ocupar para otros asuntos fundamentales.
- Tan sólo en América Latina se tiran al año más de 600,000 toneladas de metales.

¹⁰ Ferrell, Hirt, Ferrell, (2010). Introducción a los negocios en un mundo cambiante, séptima edición, McGraw Hill / Interamericana editores, México DF.

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje>.

- Si reciclamos materiales como vidrio se ahorra hasta un 85% de energía y por cada tonelada que se recicle se ahorran 1.2 toneladas de materia prima de este elemento.
- Si se recuperan dos toneladas de plástico se ahorra una tonelada de petróleo.
- Una tonelada de papel reciclado evita que 17 árboles mueran”.¹²

2.1.1 CONCEPCIONES SOBRE EL MERCADO

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS DESECHOS.

Descripción del Concepto Basura y Material Reciclable.

Los desechos son el resultado de las actividades humanas y el desgaste de los productos en el tiempo. Estas actividades humanas están íntimamente relacionadas con el consumo siendo parte de la vida cotidiana de las personas. No obstante hay que considerar que no todo lo que en la actualidad se desecha es basura, hay que diferenciar el material reciclable del resto de residuos que se destinan a la evacuación.

Basura es todo aquello que se considera inservible y por lo tanto requiere deshacerse de ello. La basura es un producto al cual se le considera sin valor, repugnante e indeseable por lo cual normalmente se le incinera o se le coloca en lugares predestinados para la recolección para ser canalizada a tiraderos, rellenos sanitarios u otro lugar.

Existen otros materiales que se han dejado de utilizar pero que podrían prestar alguna otra utilidad ya que podrían ser procesados nuevamente,

¹² Fundación Onda Verde, Publicación, 11 de Mayo 2009

en forma total o parcial. A estos materiales se los conoce con el nombre de “reciclables”.

Clasificación De Los Desechos.

Los desechos se pueden clasificar según: el material del que se componen, de acuerdo a su degradabilidad y de acuerdo al lugar en donde se producen.

De Acuerdo Al Tipo De Material.

Según el material del que se compone los desechos pueden ser clasificados en orgánicos e inorgánicos.

Desechos orgánicos. Los desechos orgánicos provienen de la materia viva e incluyen restos de alimentos, papel, cartón y estiércol.

Desechos inorgánicos. Los desechos inorgánicos provienen de la materia inerte como el vidrio, plásticos, metales, y otros materiales.

De acuerdo a su degradabilidad. Los desechos también se pueden clasificar según el tiempo que tardan sus materiales en degradarse por la acción de las bacterias y hongos. Así, los desechos se clasifican en biodegradables y no biodegradables.

Desecho Biodegradable. Los desechos biodegradables se descomponen en forma natural en un tiempo relativamente corto. Por ejemplo: los desechos orgánicos como los alimentos, tardan poco tiempo en descomponerse.

Desecho no biodegradable. Los desechos no biodegradables no se descomponen fácilmente sino que tardan mucho tiempo en hacerlo. Por ejemplo: el vidrio tarda unos 4.000 años, el plástico tarda de 100 a 1.000

años, una lata de refresco tarda unos 10 años y un chicle unos cinco años.

De Acuerdo Donde Se Produce. De acuerdo al sitio donde se producen los desechos se pueden clasificar en:

Desechos Hospitalarios. Los desechos hospitalarios son todos los relacionados a la salud estos provienen principalmente de los hospitales, clínicas y centros de salud. También son considerados todos los productos de la salud que se utilizan en las casas, colegios o en las empresas tales como las gasas, vendas, apósitos, guantes, sondas, jeringas, agujas, etc.

Desechos Urbanos. Son los desechos correspondientes a las poblaciones, tales como los desechos de parques y jardines, inmobiliario urbano inservible, restos alimenticios, los desperdicios de las mismas actividades comerciales como los empaques, llantas, electrodomésticos, etc.

Desechos Rurales. Son los desechos que se producen en el campo, fuera de las cabeceras distritales y donde las viviendas se establecen en forma dispersa.

Desechos Industriales. Son los desechos generados por las industrias como resultado de sus procesos de producción.

Desechos Domésticos. Son los desechos generados en los hogares por las actividades propias de las personas en sus viviendas. Estos desperdicios contienen por lo general restos alimenticios, envolturas de alimentos y papeles. En menor proporción restos de cerámica, aerosoles de lata, muebles y aparatos eléctricos.

Componentes De La Basura. Todo el mundo produce basura cada hombre, mujer y niño genera basura. Las empresas, fábricas y establecimientos institucionales generan basura. La cuestión no es si se produce o no, sino cuánta, de qué tipo y si existe un uso secundario para los residuos sólidos antes de que decidamos enterrarlos o quemarlos.

Para planificar una evacuación ambientalmente correcta se debe conocer la composición del flujo de residuos sólidos, esto ayuda a obtener una gestión eficiente y eficaz de los recursos y programas de reciclaje.

Las tecnologías que se seleccionan para la gestión y evacuación dependen de la cantidad y composición del flujo de residuos sólidos.

Producción De Basura En El Cantón Montecristi.

Cada ciudadano que habita en Montecristi genera un promedio de 600 gramos de basura al día. En el año 2010 Montecristi produjo 121.785 toneladas de desechos. Estas, al ser dispuestas en el relleno sanitario ocupan 1 hectárea de terreno¹³.

La mayor parte de la basura que llega al relleno es la producida en domicilios o en la calle (692.518 toneladas), le siguen las industrias (86.234 toneladas) y los mercados (28.696 toneladas).

La producción de basura está directamente ligada a la capacidad económica de los habitantes, por eso se recolecta más en zonas residenciales. La diferencia entre los hogares puede variar entre 300 gramos, en un sector urbano marginal, y 1 kilo¹⁴, según datos de el municipio de Guayaquil en entrevista en medio de comunicación impreso.

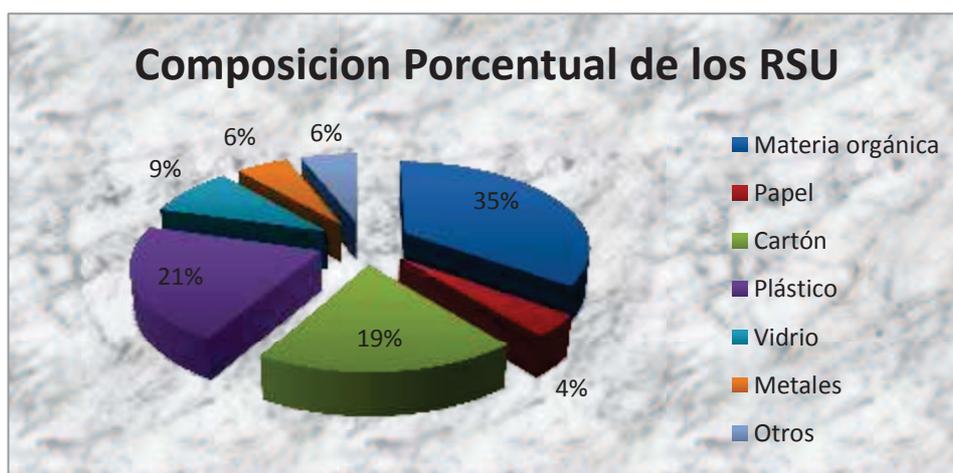
¹³ <http://www.dspace.espol.edu.ec/>

¹⁴ Gustavo Zúñiga, director de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales del Municipio, entrevista

Composición Porcentual De La Basura. La composición porcentual de los desechos que conforman la basura depende mucho de las costumbres y hábitos de las personas, el nivel de educación y las necesidades en las que se encuentran.

La composición de la basura en el cantón Montecristi, según investigaciones Desarrollo un Programa de Reciclaje en la Fuente y Reciclaje Técnicamente Organizado:

Tipo de Desecho (ton / día)	Porcentaje (%)
Materia orgánica	35%
Papel	4%
Cartón	19%
Plástico	21%
Vidrio	9%
Metales	6%
Otros	6%



Por consiguiente, los residuos sólidos pueden ser agrupados en las siguientes categorías: Materiales orgánicos con un 35%, el 4% de papeles, el 19% de cartón el 21% de plásticos, el 9% de vidrios, el 6% metales y el 6% se basa en otros desechos.

Plásticos

Aproximadamente el 4.65% del contenido de un cubo de basura está compuesto de plásticos. Generalmente los plásticos son en su mayoría envases de un solo uso y por ejemplo se los utiliza como paquetes y embalajes (botellas de PVC o Pet, bolsas de polietileno, bandejas y cajas protectoras de corcho blanco).

Latas

El 1.27% del peso total de los residuos urbanos producidos en promedio corresponden a los metales y aproximadamente el 4,4% de su volumen lo constituyen las latas.

Vidrios

Los vidrios ocupan el 2.09% del peso de los residuos urbanos debido a su dureza y estabilidad se los ocupan tanto para envasar líquidos y sólidos.

Papel y el cartón

Aproximadamente el 13.27% del peso total corresponde a desechos de papel y cartón provenientes de la materia prima renovable como lo son los árboles. Estos desechos se originan mayormente en las instituciones educativas y en las oficinas de las empresas.

¿Cuánto Tiempo Viven Los Desechos?

Es de suma importancia el conocimiento del tiempo en el que los desechos tardan en volver a la naturaleza mediante la descomposición orgánica y química respectiva, para tener noción de las consecuencias

que se pueden producir por el irrespeto al medio ambiente y a las normas establecidas por las autoridades con respecto a los desechos. Varios expertos en Medio Ambiente consultados por la Revista Consumer han estimado un tiempo en el cual los desechos se descomponen, esto depende de su degradabilidad, y del medio en el que están expuestos. Así tenemos los siguientes rangos para los distintos materiales:

1 año. El papel, compuesto básicamente por celulosa, no le da mayores problemas a la naturaleza para integrar sus componentes al suelo. Si queda tirado sobre tierra y le toca un invierno lluvioso, no tarda en degradarse. Lo ideal, de todos modos, es reciclarlo para evitar que se sigan talando árboles para su fabricación.

5 años. Un trozo de chicle masticado se convierte en ese tiempo, por acción del oxígeno, en un material muy duro que luego empieza a resquebrajarse hasta desaparecer. El chicle es una mezcla de gomas de resinas naturales, sintéticas, azúcar, aromatizantes y colorantes. Degradado, casi no deja rastros.

10 años. Ese es el tiempo que tarda la naturaleza en transformar una lata de gaseosa o de cerveza al estado de óxido de hierro. Por lo general, las latas tienen 210 micrones de espesor de acero recubierto de barniz y de estaño. A la intemperie, hacen falta mucha lluvia y humedad para que el óxido la cubra totalmente.

Los vasos desechables de polipropileno contaminan menos que los de poli estireno (material de las cajitas de huevos). Pero también tardan en transformarse. El plástico queda reducido a moléculas sintéticas; invisibles pero siempre presentes.

30 años. Los envases tetra-brik¹⁵ no son tan tóxicos como uno imagina. En realidad, el 75% de su estructura es de celulosa, el 20% de polietileno puro de baja densidad y el 5 por ciento de aluminio. Lo que tarda más en degradarse es el aluminio. La celulosa, si está al aire libre, desaparece en poco más de 1 año.

La aleación metálica que forma las tapitas de botellas puede parecer candidata a una degradación rápida porque tiene poco espesor. Pero no es así. Primero se oxidan y poco a poco su parte de acero va perdiendo resistencia hasta dispersarse.

100 años. De acero y plástico, los encendedores descartables se toman su tiempo para convertirse en otra cosa. El acero, expuesto al aire libre, recién comienza a dañarse y enmohecerse levemente después de 10 años. El plástico, en ese tiempo, ni pierde el color, sus componentes son altamente contaminantes y no se degradan. La mayoría tiene mercurio, pero otras también pueden tener zinc, cromo, arsénico, plomo o cadmio. Pueden empezar a separarse luego de 50 años al aire libre. Pero se las ingenian para permanecer como agentes nocivos.

100 a 1.000 años. Las botellas de plástico son las más rebeldes a la hora de transformarse. Al aire libre pierden su tonicidad, se fragmentan y se dispersan. Enterradas, duran más. La mayoría están hechas de tereftalato de polietileno (Pet), un material duro de roer: los microorganismos no tienen mecanismos para atacarlos.

Más de 100 años. Los corchos de plástico están hechos de polipropileno, el mismo material de las pajitas y envases de yogur. Se puede reciclar más fácil que las botellas de agua mineral (que son de PVC, cloruro de polivinilo) y las que son de Pet.

¹⁵ Ver Glosario en Anexos

150 años. Las bolsas de plástico, por causa de su mínimo espesor, pueden transformarse más rápido que una botella de ese material. Las bolsitas, en realidad, están hechas de polietileno de baja densidad. La naturaleza suele entablar una "batalla" dura contra ese elemento. Y, por lo general, pierde.

200 años. Las zapatillas están compuestas por cuero, tela, goma y, en algunos casos, espumas sintéticas. Por eso tienen varias etapas de degradación. Lo primero que desaparece son las partes de tela o cuero. Su interior no puede ser degradado: sólo se reduce.

300 años. La mayoría de las muñecas articuladas son de plástico, de los que más tardan en desintegrarse. Los rayos ultravioletas del sol sólo logran dividirlo en moléculas pequeñas. Ese proceso puede durar cientos de años, pero desaparecen de la faz de la Tierra.

Más de 1.000 años. Tiempo que tardan en desaparecer las pilas.

4.000 años. La botella de vidrio, en cualquiera de sus formatos, es un objeto muy resistente. Aunque es frágil porque con una simple caída puede quebrarse, para los componentes naturales del suelo es una tarea titánica transformarla. Formada por arena y carbonatos de sodio y de calcio, es reciclable en un 100%.¹⁶

2.1.1. Concepciones sobre el Mercado

El concepto de cuidado ambiental y uso eficiente de los recursos se está instalando en la cultura ecuatoriana y, gracias a ello, las empresas y negocios orientados al reciclaje de diversos materiales han crecido y comienzan a consolidarse.

¹⁶ <http://www.lahuelladigital.com/%C2%BFcuanto-vive-la-basura/>

Sin embargo, el país aún está lejos de llegar a los niveles de países desarrollados. Uno de los elementos centrales para seguir expandiendo este negocio, señalan distintos ejecutivos del rubro, es que desde la institucionalidad se promueva y legisle sobre la materia.

Las empresas consideran el reciclaje como el proceso que realizan sobre sus residuos de producción como reciclaje interno. En este tipo de aproximación la empresa no se considera responsable de sus productos terminados como reciclaje externo, ni de los impactos de los mismos en su fin de vida, que después de la fase de uso se convierten en residuos sólidos¹⁷, (Boada, 2003).

De todas maneras, los empresarios ya han visto el potencial del negocio y han creado distintos proyectos que abren nuevos mercados, donde conviven el reciclaje más tradicional de chatarra y cartones hasta la creación de bancos ambientales.

Así, algunas firmas intentan fortalecer y ampliar el mercado nacional, mientras otras encuentran en el exterior a sus principales clientes. Lo importante, es que esta es una industria con mucho potencial y se espera que crezca mucho más en los próximos años, aseguran los ejecutivos de las empresas”.¹⁸

¹⁷ Boada, Alejandro (2003), “De la producción sostenible al consumo sustentable” Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas Material didáctico Programa de Especialización en Sistemas de Gestión Ambiental.

¹⁸ www.df.cl

Aprovechamiento De Los Materiales Que Contiene La Basura.

Aparte de simplemente deshacerse de los residuos sólidos que se producen en una sociedad, éstos pueden ser tratados y aprovechados para volver a utilizarlos ya sean total o parcialmente. La última alternativa para los RSU¹⁹ debería ser deshacerse de ellos, sacarles el máximo provecho a los desechos es en gran medida lo que puede contribuir al mantenimiento del Medio Ambiente. A continuación se detallan varias técnicas para aprovechar estos materiales que no necesariamente se vuelven inservibles tras utilizarlos una vez.

Reutilización.

La reutilización de materiales es una excelente alternativa para reducir los desechos y darles otras funciones. O aprovechar estos materiales realizándoles un pequeño reacondicionamiento para ponerlos nuevamente en condiciones de utilización. Esta debería ser la primera acción a tomar en los hogares, instituciones educativas, empresas e industrias. A los desechos se les puede dar el máximo de funciones hasta acabar completamente con su vida útil, con esta labor se consigue reducir el volumen de los desechos (productos y envolturas) que irían a parar a un vertedero, relleno sanitario o a una planta de incineración y de esta forma ahorrar un espacio físico en los mismos.

Reciclaje.

Reciclaje es el proceso de utilización de los elementos o partes de un artículo, tecnología o aparato que pueden ser usados a pesar de pertenecer a algo que ya llegó al final de su vida útil. El proceso de

reciclaje consiste en separar los desechos evitando que entren en contacto con otros residuos, para poder clasificarlos según el material del que estén compuestos. Los materiales son recolectados, luego separados y agrupados por material en lotes para ser llevados a los centros de acopio donde empresas especializadas se encargan del proceso de manufacturación para finalmente proceder a su comercialización, reingresando el producto nuevamente al mercado.

Con el reciclaje se ahorra espacios en los vertederos ya que se disminuye la acumulación de desechos, lo cual representa también un ahorro energético y económico. El proceso del reciclaje es beneficioso porque evita la incineración y con esto ayuda a reducir los contaminantes en el medio ambiente.

Regeneración.

La regeneración de los desechos consiste en agregar a ciertos residuos, mezclas que aporten a los desechos las características que al principio poseían, antes de ser utilizadas para el consumo humano, industrial y comercial. Esta práctica es muy poco conocida en el medio y lo aplican principalmente industrias dedicadas a la fabricación de plásticos.

Recuperación.

Parecido al proceso de reciclaje, esta alternativa plantea recuperar algunos desechos que no son comúnmente producidos, tales como desperdicios de construcción, hierro, bloques, plásticos. Generalmente esta práctica la realizan las industrias en las que el costo de comprar nuevos insumos es muy caro, y el recuperar algunos de estos desperdicios les representa un gran ahorro económico.

La recuperación es un proceso de extracción por diversos métodos de desechos y materiales con características y condiciones que permitan su uso posterior con fines diversos. Dentro de la recuperación de materiales se ha puesto énfasis en la recuperación del suelo, algunas ocasiones el material recibido es limpio, entre ellos se citan: restos de construcción, bloques, varillas, arena, cemento. Éstos en la mayoría de los casos ya han sido utilizados pero se los puede vender como cascajo²⁰, esto aporta beneficios al vender estos materiales a empresas ó a particulares involucrados con la industria de la construcción.

Compostaje.

El compostaje consiste en la reutilización de desechos orgánicos sólidos urbanos, mediante procesos en el cual los desechos orgánicos son distribuidos homogéneamente en capas a una temperatura de 35°. El material depositado se convierte en compost, material muy parecido al abono, y es utilizado por sus características para mejorar la calidad del suelo. El compostaje es el material originado en la biodegradación de los compuestos orgánicos presentes en las basuras. A través de la actividad microbiana, que tiene lugar durante la formación del compostaje, la materia orgánica se descompone dando lugar a una materia estable, de manera análoga a la formación de humus. Al mismo tiempo, el calor producido puede dar lugar a la destrucción de patógenos. La fabricación de compostaje es una práctica antiquísima, utilizada por granjeros y agricultores para abonar los terrenos empobrecido mediante basuras orgánicas. Estos abonos se han empleado para estabilizar los terrenos erosionados, proporcionar nutrientes y recuperar materia orgánica en suelos agotados por el cultivo intensivo.²¹

²⁰ Ver Glosario en Anexos

²¹ Ver en Anexos: Pasos para elaborar compost y el beneficio del compostaje.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Sobre el reciclaje es hay tendencia de concepciones teóricas dirigidas al marketing como:

La moderna concepción del consumo es donde podemos y debemos incorporar el concepto de reciclado como una posible actividad del Marketing que coadyuve a favorecer la reconducción del consumo hacia parámetros sostenibles²², (Gonzales, 1993).

Es un proceso por el cual, materiales de desecho, vuelven a ser introducidos en el proceso de producción y consumo, devolviéndoles su utilidad. No todos los residuos pueden reciclarse, pero reciclar lo que es susceptible de ello, que es más del 90 % de nuestros desperdicios, elimina gran parte de los residuos del planeta, lo que representa un gran triunfo en la lucha contra la contaminación ambiental y la mejora de nuestro hábitat. El reciclado de papel, por ejemplo, evita la tala indiscriminada de árboles, que se usan con ese fin; y el reciclaje del vidrio significa un gran ahorro energético²³.

El reciclaje es una forma sostenible de economía individual y colectivo, esto ayuda a disminuir la contaminación es una acción activista por conservar materiales y ser reutilizados en la valoración del impacto ambiental.

²² Gonzales Ladislao. (1993) Tesis Doctoral: Marketing de Reciclado. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de ciencias Económicas y empresariales. Madrid España.

²³ Concepto de reciclaje - Definición en DeConceptos.com <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/reciclaje>

2.3. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

2.3.1 VARIABLE DEPENDIENTE.

CAMPAÑA DE MOTIVACION DE RECICLAJE” SE HAN DESARROLLADO LAS SIGUIENTES CATEGORIAS:

➤ **CAMPAÑA**

Una campaña²⁴ también es el **conjunto de actos que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo**. Las campañas pueden desarrollarse desde la sociedad civil (a través de organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, etc.)

Las campañas sociales son acciones guiadas por una estrategia encaminadas a lograr atraer la atención sobre un problema, informar e invitar a los destinatarios a participar con acciones de solución²⁵.

Por otro lado la campaña obedece una serie de parámetros como: Emisor, Mensaje, medio de difusión y audiencia a donde se llevara la campaña.

(Romero, 2012) define que: “Una campaña social es una iniciativa comunicacional cuyo objetivo es influir en la conducta de los individuos. Su propósito es sensibilizar y concienciar sobre una problemática social, y en algunos casos, ofrecer alguna conducta alternativa o solución a estos problemas²⁶”.

²⁴ Definición de campaña - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/campana>

²⁵ Definición extraída de : <http://espanol3cach.blogspot.com/>

²⁶ Romero, Ladis. 2012. Publico en su blog <http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html> sobre las campañas sociales, esta concepción se determina que a campaña tiene la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto

Lo que la autora define sobre la acción social y en relación al reciclaje es una acción social similar en favor, ya que quien se beneficia es la sociedad y el medio ambiente porque (...) tiene la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto.

➤ **MOTIVACION**

Es la acción que deriva de una motivo de proponer cambios y mantenimiento en orden de bienestar de la sociedad.

Según un estudio de motivación al reciclaje del ing. Luis Pérez Pulido se observa 3 alternativas a la motivación del reciclaje: "porque es una obligación legal". La segunda motivación fue "porque esta acción ayuda a proteger el medio ambiente". La tercera motivación considerada fue "porque los puntos de recogida están cerca del hogar"²⁷

El objetivo de cuidar la tierra, es promover la conservación del mundo, reconociendo que ello solo puede realizarse en un contexto social y económico determinado²⁸.

²⁷ Luis Pérez pulido. 2014. Un estudio sobre la eliminación de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en los hogares españoles. Universidad de Sevilla España.

²⁸ Extraído de la Tesis Doctoral: Marketing de Reciclado. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de ciencias Económicas y empresariales. Madrid España >CUIDAR LA TIERRA. Una estrategia para el futuro de la vida. PNUMA (Programa de las NN.UU. para el medio ambiente) W.W.F Fondo mundial para la naturaleza> ADENA (Asociación para la defensa de la naturaleza), 21/10/91

➤ **RECICLAJE**

Como ya se lo habían mencionado antes con las concepciones teóricas de la acción del reciclaje, esto dependerá de la cultura, las leyes, pero desde el punto de análisis, el reciclaje debe mantener un orden de proceso del cual se debe ver el resultado de la acción del reciclaje.

En este orden de ideas, el reciclaje parece tener grandes ventajas o al menos la salida para reducir y valorizar los desechos. No quiere decir que se reduzca el consumo de materias primas con una demanda creciente, pero si se ahorrarán o se consumirán de una manera más lenta, lo que permitirá el desarrollo de saltos tecnológicos en el futuro que solucionen el problema²⁹.

2.3.2 VARIABLE INDEPENDIENTE.

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, SE HAN DESARROLLADO LAS SIGUIENTES CATEGORIAS

➤ **MEDIO AMBIENTE**

Según (Wikipedia, 2015) el medio ambiente es: “son los conjuntos de componentes físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos y culturales capaces de ocasionar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo sobre los seres vivos. Desde el punto de vista humano, se refiere al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y en un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones futuras.

²⁹ Boada, Alejandro (2003), “De la producción sostenible al consumo sustentable” Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas Material didáctico Programa de Especialización en Sistemas de Gestión Ambiental.

Es decir, no se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida, sino que también comprende seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura³⁰.

En la concepción, Wikipedia establece que el medio ambiente es un sistema de varios componentes, para el reciclaje sería el primer actor que interviene en el beneficio de la conservación del medio.

Según un comunicado de la ONU, en cuanto al medio ambiente sostiene que:

Este año el Día Internacional de la Madre Tierra, que se celebra para crear conciencia sobre los problemas medioambientales que afectan al planeta, cumple 45 años. “No todos tenemos a nuestro alcance obrar de manera sostenible, pero quienes tenemos esa posibilidad podemos transformar el mundo, entre los miles de millones de personas que somos, con simples decisiones como optar por bombillas de bajo consumo o comprar sólo lo que vayamos a consumir”, dijo Ban Ki-moon en un comunicado³¹.

En el Ecuador el ministerio del medio ambiente maximiza sus esfuerzos por mantener y cuidar la parte de verde de nuestro ecosistema, por eso a elaborado un plan llamado “punto verde³²” que sostiene una serie de acciones estratégicas para desarrollar, preservar y maximizar la defensiva ante la contaminación de nuestro país.

³⁰ Extraído de la enciclopedia. http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_ambiente.

³¹ Comunicado de la ONU, en el 45 aniversario la madre tierra, Este año el Día Internacional de la Madre Tierra, que se celebra para crear conciencia sobre los problemas medioambientales que afectan al planeta, cumple 45 años. En su mensaje para la ocasión, el Secretario General de la ONU hizo un llamado a ser conscientes de “las consecuencias que tienen nuestras decisiones sobre el planeta”.

³² El Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE), con el objetivo de incentivar al sector público y privado, a emplear nuevas y mejores prácticas productivas y de servicios, desarrolló PUNTO VERDE como una herramienta para fomentar la competitividad del sector industrial y de servicios, comprometiéndolos con la protección y conservación del ambiente.

Se refiere a la aplicación de Buenas Prácticas Ambientales en edificios. La evaluación se establece mediante una comparación de indicadores -de por lo menos dos años de ejecución- de actividades en los ejes temáticos de gestión de desechos, gestión de papel, uso eficiente de agua, energía y combustibles; capacitación y compras responsables³³.

Según el acuerdo ministerial 131 este ayuda a dar políticas verdes en cuando a la supresión de la contaminación, mediante el trabajo de las instituciones públicas y privadas a tener la licencia verde que es muy importantes estas acciones pasaran por una serie de pruebas medio ambientales, el ministerios será el encargado por medio de estudios técnicos y estandartes internacionales en el cuidado del ecosistema, el proceso entrara a formar parte de un grupo se le otorgará la máxima certificación como **“Empresa Eco-Eficiente”**.

➤ ECOSISTEMA

Desde su definición: “se denomina ecosistema al conjunto de seres vivos y carentes de vida que tienen existencia en un lugar determinado y que guardan relaciones entre sí. El concepto fue introducido a mediados del siglo XX por los ecólogos para dar cuenta del objeto de estudio de la ecología. Es importante destacar que la noción de ecosistema es convencional y relativa, por lo que admite algunas variantes de uso concreto. Por ejemplo, cada ecosistema puede dividirse en otros de menor tamaño y complejidad”³⁴.

En concepción la relacione que tiene el ecosistema y medio ambiente hay una relación entre el estado de contaminación al territorio que afecta, es

³³ <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>

³⁴ Desde Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/ecosistema>.

decir el ecosistema es la unión de todos los seres en un hábitat, y el medio ambiente se concibe como la forma de vida de los seres que actúa en naturaleza en su origen, reproducción y fin.

El cambio climático afecta a los diferentes ecosistemas de manera también diferente, dependiendo de la complejidad y características originales del sistema, de la ubicación geográfica y de la presencia de factores que puedan regular la magnitud de los cambios. Se cree que los ecosistemas degradados son menos resistentes al cambio climático que los ecosistemas intactos y saludables³⁵.

Según un estudio del gobierno provincial de Manabí, la provincia tiene un ecosistema favorable en toda la provincia, con ciertas variaciones climáticas, favoreciendo el micro-clima, que se sostiene en el ecosistema.

El ecosistema, tiene como zona de influencia intersectando al área protegida Machadilla y al bosque protector Cordillera Chongon Colonche, zonas rurales ya intervenidas por el hombre desde hace muchos años. Esta zona está conformada de algunos ecosistemas, como son el matorral desértico, monte espinoso tropical, bosque muy seco tropical y bosque húmedo pre montano; basado en el mapa de zonas de Vida de Holdridge, con los criterios la fisonomía o apariencia de la vegetación, haciendo resaltar que los factores que se tienen en cuenta para la clasificación de una región son la temperatura, precipitación y evapotranspiración³⁶.

³⁵ Publicación de la FAO - Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Roma, Italia. 2013.

³⁶ Borrador del estudio de impacto ambiental Expost. 2013. Gobierno provincial de Manabí. <http://www.manabi.gob.ec/images2010/2013/05/BORRADOR-ZONA-14.pdf>

FLORA

La flora es el conjunto de plantas que se encuentran en una nación determinada, así es que si usted quiere conocer las principales características de estas, el período de floración y la abundancia de las mismas no tendrán más que sentarse a leer lo que la botánica dice acerca de la flora de su país³⁷.

La flora ante el estado constituye un patrimonio de conservación invaluable, según lo constituye: **“TITULO I De los Recursos Forestales CAPITULO I Del Patrimonio Forestal del Estado Art. 1.-** Constituyen patrimonio forestal del Estado, las tierras forestales que de conformidad con la Ley son de su propiedad, los bosques naturales que existan en ellas, los cultivados por su cuenta y la flora y fauna silvestres; los bosques que se hubieren plantado o se plantaren en terrenos del Estado, exceptuándose los que se hubieren formado por colonos y comuneros en tierras en posesión³⁸”.

La flora como parte de la variable de investigación, es claro en la importancia relación al tema estudiado y como los demás ítems tiene una valoración propia. El patrimonio sustentable de una sociedad es mantener nuevas formas de preservar el ecosistema y la flora es uno de los elementos más destacables y delicado a la hora de la contaminación.

Por ellos el reciclaje es una de las alternativas que tendría de beneficio en la conservación del mismo.

³⁷ Desde Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/general/flora.php>

³⁸ Constitución de la República del Ecuador.

FAUNA

La fauna es el término que se utiliza para designar al conjunto de especies animales que pueblan una región³⁹.

En el mundo la contaminación, los países y el ecosistema enfrenta una crisis por causa de la contaminación, los principales perjudicados son la fauna, a la grave situación del calentamiento y la extinción de la biodiversidad que se somete por motivo del crecimiento de la industrialización, La fauna en relación al reciclaje es el mayor beneficiado por el hábitat no se siga destruyendo.

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El ambiente legal es favorable para la aplicación de proyectos de este tipo, ya que la Ley ecuatoriano fomenta programas relacionados al reciclaje de los residuos sólidos, a continuación se presentan varios incisos del libro de la Norma de Calidad Ambiental del Ministerio de

NORMA DE CALIDAD AMBIENTAL PARA EL MANEJO Y DISPOSICIÓN FINAL DE DESECHOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS LIBRO VI ANEXO 6

4.1 De las responsabilidades en el manejo de los desechos sólidos

4.1.1 El Manejo de los desechos sólidos en todo el país será responsabilidad de las municipalidades, de acuerdo a la Ley de Régimen Municipal y el Código de Salud. Las municipalidades o personas responsables del servicio de aseo, de conformidad con las normas

³⁹ Desde Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/?s=fauna+#ixzz3Y9XXpNqw>

administrativas correspondientes podrán contratar o conceder a otras entidades las actividades de servicio. La contratación o prestación del servicio a que hace referencia este artículo, no libera a las municipalidades de su responsabilidad y por lo mismo, deberán ejercer severo control de las actividades propias del citado manejo.

Los desechos clasificados como especiales tendrán un sistema diferenciado de recolección y lo prestarán exclusivamente las municipalidades, por sus propios medios o a través de terceros, pero su costo será calculado en base a la cantidad y tipo de los desechos que se recojan y guardará relación con el personal y equipos que se empleen en estas labores. Los generadores o poseedores de desechos sólidos urbanos que por sus características especiales, puedan producir trastornos en el transporte, recogida, valorización o eliminación están obligados a proporcionar a la entidad de aseo una información detallada sobre el origen, cantidad, características y disposición de los desechos sólidos.

4.1.2 Los Ministerios, las Municipalidades y otras instituciones públicas o privadas, dentro de sus correspondientes ámbitos de competencia, deberán establecer planes, campañas y otras actividades tendientes a la educación y difusión sobre los medios para mejorar el manejo de los desechos sólidos no peligrosos.

4.2.6 Se prohíbe quemar desechos sólidos a cielo abierto.

4.3.3.2 Las municipalidades y las entidades prestadoras del servicio de aseo, deberán realizar y promover campañas en cuanto a la generación de desechos sólidos, con la finalidad de:

- a) Minimizar la cantidad producida.

- b) Controlar las características de los productos, para garantizar su degradación cuando no sean recuperables.
- c) Propiciar la producción de empaques y envases recuperables.
- d) Evitar, en la medida en que técnica y económicamente sea posible, el uso de empaques y envases innecesarios para la prestación de los productos finales.
- e) Promover el reciclaje
- f) Concientización ciudadana.

2.5. HIPÓTESIS DE TRABAJO

Desarrollo e implementación de una campaña de reciclaje fundamentado en la publicidad para concientizar el reciclaje en los Colegios del Cantón Montecristi.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1. Variable dependiente

Campaña de motivación del reciclaje

2.6.2. Variable Independiente

Cuidado del medio ambiente

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.

Se utilizó como instrumento metodológico la encuesta, la cual se realizó bajo el siguiente esquema.

ENCUESTA.- La encuesta es un cuestionario estructurado que se aplica a una muestra de población y está diseñado para obtener información específica del mercado objetivo.

3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación utilizados son la Investigación de Campo e Investigación Documental, Investigación bibliográfica aplicándose para ello encuestas y revisión de bibliografías y linkografías (textos informatizados ofertados a través de links (enlaces) de internet.

En la recolección de la información se hace uso de fuentes primarias y secundarias, sobresalen la encuesta y revisión de información sectorial.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

De acuerdo a la segmentación del mercado determinado, el área geográfica según los datos del INEC, para el año del 2010 es de 70.294 habitantes siendo 34.990 mujeres y 35.304 hombres; dicho número corresponde al universo del proyecto de desarrollo e implantación de un

Plan de Marketing para la concientización del reciclaje en colegios fiscales del cantón Montecristi.

3.3.2. Muestra

Se utilizó el tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, el cual se toma elementos poblacionales utilizando un procedimiento completamente aleatorio.

(SON EN TOTAL 800 ESTUDIANTES Y 3 COLEGIOS)

Permite además llegaren forma más representativa al mercado objetivo como es el caso de personas que consumen agua purificada embotellada.

Se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{(z^2 * P * Q) + (N * e^2)}$$

En donde:

z = Intervalo de confianza = 1.96

P = Probabilidad de éxito = 0.50

Q = Probabilidad de fracaso = 0.50

e = Error de estimación = 0.05

N = Población = 800

A continuación se realiza el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 800}{1,96^2(0.50) * (0.50) + 800(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.50)(0.50)(800)}{(0,05^2 * 70.294) + (1,96^2 * 0,90 * 0,10)}$$

$$n = \frac{768.32}{0.9604 + 2}$$

$$n = \frac{762.32}{2.9604}$$

$$n = 259.532496$$

$$n = 260$$

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:

3.4.1. Variable Independiente: Plan de Marketing

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítem. Básico	Técnica de Investigación
<p>Acciones necesarias para alcanzar un objetivo específico de mercado. Puede ser para un bien o servicio, su periodicidad puede depender del tipo de plan a utilizar, pudiendo ser desde un mes, hasta 5 años (por lo general son a largo plazo).</p>	Actividad Empresarial.	Producto	¿En su institución educativa le imparten alguna materia sobre como preservar el medio ambiente?	Encuesta (a estudiantes)
	Área Productiva.	Plaza	¿La institución lo concientiza acerca del reciclaje?	Observación (a estudiantes)
		Precio	¿Existen carteles, letreros de mensajes que motiven el reciclaje en su institución?	
	Servicio.	Promoción	¿La unidad educativa cuenta con los tachos para los respectivos desechos?	Encuesta (a estudiantes)

3.4.2. Variable Dependiente: Concientización del Reciclaje en los Colegios.

Concepto	Categoría	Indicadores	Ítem. Básico	Técnica de Investigación
<p>Reciclar es un proceso simple que nos puede ayudar a resolver muchos de los problemas creados por nuestra forma de vida moderna.</p>	<p>Recolección</p>	<p>Sistema de recolección diferenciada que se implemente descansa en un principio fundamental, que es la separación, de los residuos en dos grupos básicos: residuos orgánicos por un lado e inorgánicos.</p>	<p>¿Sabe usted cual es el sistema de recolección?</p>	<p>Encuesta (a estudiantes)</p>
	<p>Centro de Reciclado.</p>	<p>Se reciben los residuos plásticos mixtos compactados en fardos que son almacenados a la intemperie.</p>	<p>¿La unidad educativa cuenta con los tachos para los respectivos desechos?</p>	<p>Observación (a estudiantes)</p>
	<p>Clasificación.</p>	<p>La recepción se efectúa una clasificación de los productos por tipo de plástico y color.</p>	<p>¿Conoce de qué manera se clasifican los desechos?</p>	<p>Encuesta (a estudiantes)</p>

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.5.1. Técnicas

Como técnica de investigación se empleó la Observación Directa y la Encuesta. La observación directa permitió distinguir las maneras de reciclar que tienen los estudiantes y profesores. Esto sirvió para conocer el grado de estimación que se tiene con el medio ambiente para así poder aumentar la concientización y manipulación de los residuos también llamados desechos en las Instituciones Educativas.

En base a la muestra, la encuesta se realizó a ciento treinta y ocho estudiantes en sus planteles y hogares de manera aleatoria, puesto que las preguntas van dirigidas como estudiantes y como miembros de sus hogares, en los colegios se llevaron a cabo después que los estudiantes entrara en receso, de esta manera se logra tomar conciencia de como estamos contribuyendo al medio ambiente, en los hogares se llevo en jornadas matutinas a los estudiantes que asisten en horario vespertino.

3.5.2. Instrumentos seleccionados

Encuestas presenciales en la ciudad de Montecristi a estudiantes de las Instituciones educativas y su zona de influencia.

3.6. Recolección de Información

La investigación de campo incluyó la realización de encuestas a los estudiantes de distintos colegios del cantón Montecristi.

3.6.1. Plan para la Recolección de Información

- 1.- Recolección de información
- 2.- Trabajo de campo
- 3.- Aplicación de encuestas

- 4.- Tabulación de encuestas
- 5.- Análisis de encuesta

3.7. Procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información obtenida en la encuesta, se utiliza Microsoft Excel, para la creación de los datos estadísticos en el cual se ingresa los datos para luego generar tablas y gráficos estadísticos que permitirán la interpretación de los datos.

En el Capítulo IV se realiza el procesamiento y el análisis de la información de cada una de las preguntas de la encuesta.

3.7.1. Plan para el procesamiento de la Información.

- 1.- Revisión de encuestas
- 2.- Conteo de respuestas
- 3.- Tabulación en Excel
- 4.- Gráficos de resultados
- 5.- Análisis de resultados

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. ¿Considera Usted que Montecristi una ciudad limpia?

Cuadro 1

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	86	33%
2	No	174	67%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 1

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

En el grafico podemos observar que el 33% de las personas encuestadas considera que Montecristi es limpio, y el 67% con respecto, al gráfico muestra que la ciudad no es limpia.

Por lo que se debe concientizar a los ciudadanos mediante medios publicitarios acerca de la contaminación ya que esto se erradica en el calentamiento global y cambio constante del clima.

2. ¿Consideras Usted que su Institución Educativa es limpio?

Cuadro 2

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	65	25%
2	No	195	75%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

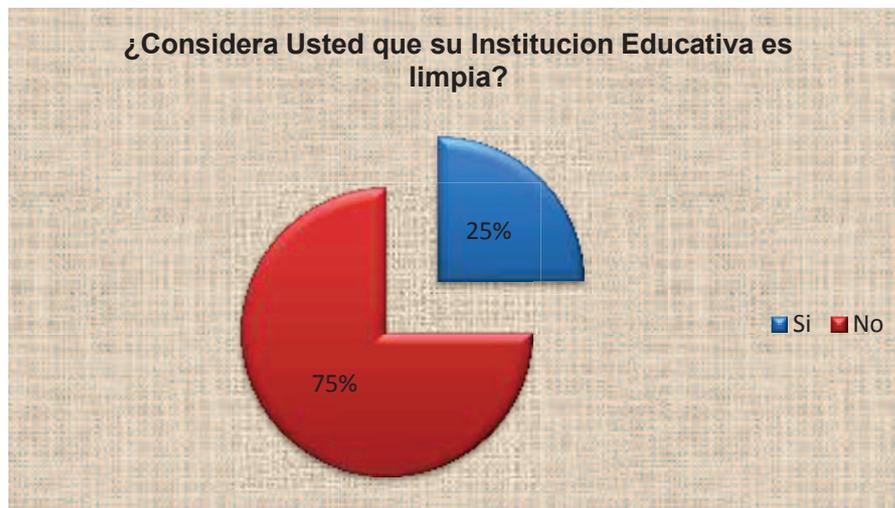


Gráfico No. 2

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Se constató que el 25% de los estudiantes contestan que si consideran su colegio como un lugar limpio, mientras que el 75% muestra que su colegio no es limpio.

Por lo que se debe plantear campañas de conocimiento acerca del reciclaje mostrando el alto grado de contaminación en las instituciones educativas del cantón Montecristi.

3. ¿Cree Usted que se da suficiente educación ambiental en el Colegio?

Cuadro 3

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	112	43%
2	No	148	57%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

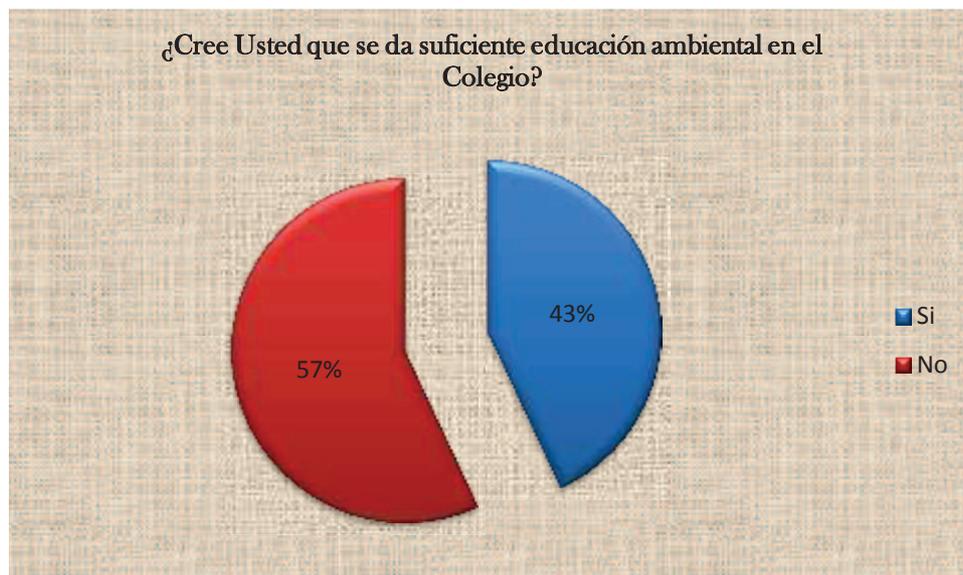


Gráfico 3

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Con respecto a la pregunta se puede observar que el 43% de los estudiantes encuestados muestran que si reciben educación ambiental en su Colegio, mientras que el 57% responde que no reciben educación ambiental en su Colegio.

Por lo que se debe concientizar a los docentes respecto a esta problemática a más de aplicar la debida publicidad directa en espacios visibles en las instituciones educativas del cantón Montecristi para

4. ¿Cómo Ciudadano de Montecristi te preocupas por el cuidado del Medio Ambiente?

Cuadro 4

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	220	85%
2	No	40	15%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

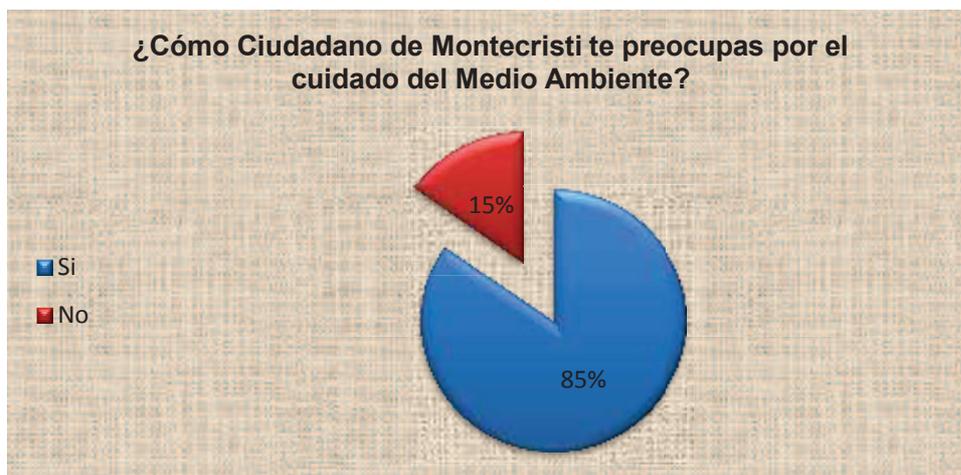


Gráfico 4

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Se evidencia en el gráfico número 4 el cual indica que el 85% de los estudiantes responden que si se preocupan por el cuidado del Medio Ambiente, mientras que el 15% dice no preocuparse por el cuidado del Medio Ambiente.

Por lo que se debe crear un plan publicitario mediante estrategias y de esta manera lograr concientizar en su totalidad a estudiantes para conservar el medio ambiente colaborando con el reciclaje en sus instituciones educativas.,

5. Ayudas en tu casa con la recolección de basura

Cuadro 5

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	115	44%
2	No	145	56%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

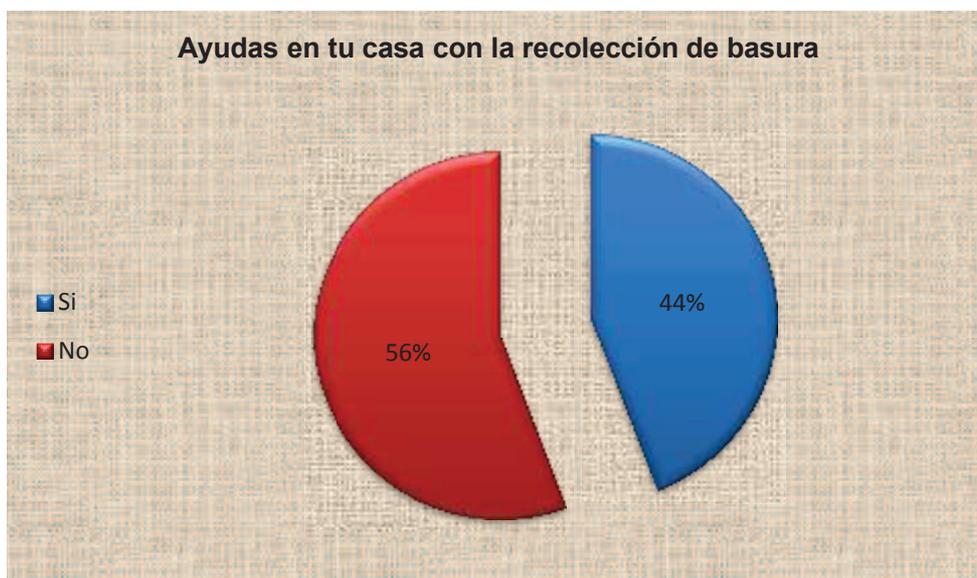


Gráfico 5

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

El 44% de los estudiantes muestra que si ayudan a votar la basura en casa, mientras que el 145% dice no ayudar a votar la basura en su casa.

Teniendo un índice medio-alto de no colaboración en sus hogares al preservar el medio ambiente concientizándose para disminuir la contaminación ambiental, por lo que se debe mostrar la importancia del reciclaje.

6. ¿Te has informado sobre el calentamiento global?

Cuadro6

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	149	57%
2	No	111	43%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

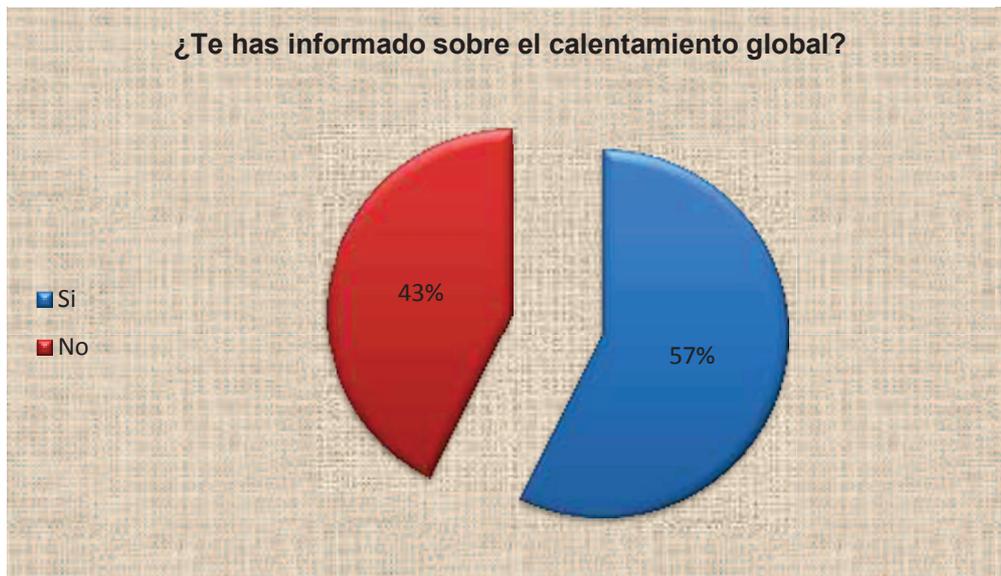


Gráfico 6

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Con respecto al gráfico se observa que el 57% de los encuestados muestran que han podido conocer sobre lo que es el calentamiento global mientras que el 43% solo ha escuchado pero en si no se ha informado.

Por lo que se debe implementar medios de comunicación masivos para dar a conocer sobre el calentamiento global.

7. ¿Qué es para Usted el reciclaje?

Cuadro 7

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Acumular	20	8%
2	Organizar	25	10%
3	Clasificar	200	77%
4	Quemar desechos	15	6%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 7

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

De acuerdo al gráfico se muestra que el 8% sabe que reciclar es acumular, en tanto el 10% dice que es organizar, el 77% dice que es clasificar los desechos en orgánicos e inorgánicos, y el 6% cree que reciclar es quemar los desechos sin importar lo que sea..

Debemos crear anuncios donde se explique la manera correcta de reciclar y que desechos podemos reconsiderar dependiendo al grupo que pertenezca, de esta manera crearemos la cultura del buen reciclador.

8. ¿Conoce Usted la forma correcta de reciclar? ¿Cómo?

Cuadro 8

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	121	47%
2	No	139	53%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 8

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Se observa que el 47% de los estudiantes muestran que si saben cual es la forma correcta de reciclar es decir separando los materiales entre materiales reciclables y no reciclables entre ellos se dice que el papel periódico es un desecho que puede ser reciclado, mientras que el 51% no conoce la manera de reciclar. De esta manera se mezclan los desechos y se entra en la acumulación de desechos que son innecesarios para el reciclaje. Mediante esta investigación se evidencia que los estudiantes conocen acerca de los desechos que deben reciclarse pero actualmente en las instituciones no existen botes donde se dividan estos desechos.

9. ¿Como ciudadano y Estudiante colaborarías con un plan de Marketing para tu colegio para la motivación del reciclaje?

Cuadro 9

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	206	79%
2	No	54	21%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 9

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

En el cuadro estadístico y en el grafico refleja que el 79% de los estudiantes de los Planteles Educativos si están dispuestos a colaborar con un plan de Marketing que ayude a la motivación del reciclaje, mientras que el 21% refleja poco interés en el mismo.

A lo cual se resolverá volviéndolo un buen hábito y enseñándole el valor de reciclar, si tú reciclas y cuanto ganas.

10. En tú Colegio ¿Serán necesarios mas letreros y tachos que indiquen la recolección de los desechos?

Cuadro 10

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	230	88%
2	No	30	12%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 10

Fuente: Encuesta de Campo, 2014
Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

Se evidencia que el 88% de los estudiantes si están acuerdo que es necesario poner mas señaléticas que indiquen la manera de reciclar, en tanto el 12% dice que no es necesario.

Tomando como referencia esto debe aplicarse el logo con imágenes atractivas sobre reciclaje para llamar la atención de los estudiantes en los colegios del Cantón Montecristi.

11. ¿Bajo qué medios de comunicación sugieres que se difundan la campaña de motivación del reciclaje?

Cuadro 11

Nº	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Televisión	20	8%
2	Radio	50	19%
3	Redes sociales	90	35%
4	Familiar o amigo	20	8%
5	Periódicos o revistas	48	18%
6	En el colegio	20	8%
7	En otros lados	12	5%
Total		260	100%

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate



Gráfico 11

Fuente: Encuesta de Campo, 2014

Elaborado por: Santana Delgado Sophia Monserrate

Interpretación de los resultados

En el gráfico podemos observar que el medio más factible para llevar a cabo la campaña es mediante redes sociales o internet. Mostrando un 35% de porcentaje mientras que el medio poco viable es televisión puesto que se requieren recursos económicos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Como pudimos observar en el capítulo anterior el 67% de los estudiantes consideran que Montecristi no es una ciudad culta en su limpieza y ornato, mientras que el 33% muestra que la ciudad se muestra limpia, quizás no de la manera en que se proyecta a los estudiantes, de esta manera se da el impulso a crear la campaña de Marketing que ayude a tomar conciencia de la importancia que es reciclar.

- En el entorno de las Instituciones Educativas mediante la observación es fácil apreciar la necesidad de aumentar todo en referente a señaléticas y más aún los tachos recolectores, debido a la cantidad de estudiantes por Institución Educativa.
- El 57% de los estudiantes no reciben educación ambiental en su Colegio por lo que se debe implementar y dar a conocer la problemática que aqueja en la actualidad aumentando el calentamiento global.
- Se puede trabajar con gran parte de los estudiantes ya en su gran mayoría responden a que si están dispuestos a colaborar en la campaña de reciclaje. Luego de las encuestas muchos mostraron preocupación y esmero en hacer una campaña estudiantil, mientras tanto comenzaran desde sus hogares.
- Se conoció que es baja la imagen de concientización de los medios de comunicación locales con respecto a la importancia del reciclaje donde se debe implementar un agresivo plan de marketing para

captar la demanda total, todo esto ellos como estudiantes plantearon que la vía mas factible es el Internet – Redes Sociales.

- Los estudiantes encuestados conocen que el reciclaje es clasificar, acumular y vender los desechos para que sean reutilizados en nuevas materias primas, ya que ellos conocen cuales son los desechos que pueden ser reciclados.
- Gran porcentaje de los estudiantes muestra que saben lo que es el calentamiento Global, pero no saben como contribuir para que este nivel de contaminación sea reducido.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Se debe concientizar a los ciudadanos en base a su formación académica mediante medios publicitarios acerca de la contaminación tratando de erradicar el calentamiento global, creando estudiantes conscientes en cuanto al reciclaje.

- Plantear campañas de conocimiento acerca del reciclaje mostrando el alto grado de contaminación en las instituciones educativas del cantón Montecristi.
- Concientizar a los docentes respecto a esta problemática a mas de aplicar la debida publicidad directa en espacios visibles en las instituciones educativas del cantón Montecristi para
- Crear un plan publicitario mediante estrategias agresivas para concientizar en su totalidad a los estudiantes para conservar el medio ambiente colaborando con el reciclaje en sus instituciones

educativas.,

- Crear anuncios donde se explique la manera de reciclar y que desechos podemos reciclar dependiendo su material, para colaborar con la discusión de la contaminación del medio ambiente.
- A los estudiantes se les puede dar a conocer los beneficios del reciclaje creando folletos publicitarios, dando a conocer lo que se puede realizar con como beneficio para el medio ambiente y nuestro entorno.
- Aplicar el logotipo de reciclaje imágenes atractivas sobre reciclaje para llamar la atención de los estudiantes en los colegios del Cantón Montecristi.
- Captar la demanda total de los estudiantes para poder contribuir de manera eficiente en el reciclaje mediante el programa que se aplicara a las instituciones educativas.
- Plantear mediante el programa de reciclaje la importancia de tener los contenedores de desechos reciclables en cada institución educativa.

CAPÍTULO VI PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS DE LA PROPUESTA

Datos segregados para la aplicación en los colegios fiscales del cantón Montecristi.

6.1.1. Título de la Propuesta

Implementación de una campaña de Marketing mediante el cual se pretende concientizar sobre la importancia del reciclaje, el cual va dirigido a los estudiantes de colegios del Cantón Montecristi.

6.1.2. Trabajo que corresponde a:

Estrategia de Marketing.

6.1.3. Área de desarrollo de la propuesta

La ciudad de Montecristi.

6.1.4. Involucrados

Santana Delgado Sophia Monserrate.

6.1.5. Director de tesis

Ing. Oswaldo Rodríguez

6.1.6. Tipo de propuesta

A utilizar los medios estratégicos de Marketing, conjunto con Publicidad para la aplicación de la campaña de reciclaje en los colegios del Cantón Montecristi.

6.1.7. Fecha de inicio

Se inició el proyecto de tesis en el mes de Agosto, se realizará en el año 2015.

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En el entorno Natural de nuestro sistema ecológico, una campaña de Marketing debe ser estrictamente organizada y estructurada, de tal manera que será factible y sobretodo fácil encontrar lo que se desea, en este caso serán ver relevantes resultados estadísticos en cuanto a la limpieza y organización de reciclaje de esta manera no omitir información relevante y sustentable en el contexto.

Si nos damos cuenta en nuestro alrededor y demás países , nos podemos enfocar que el reciclaje de materiales ha ganado aceptación, popularidad y espacio como formas de disminuir cantidades de residuos que se ofrecen para poner a disposición en los rellenos sanitarios, tal es el caso que se busca reducir de gran necesidad el impacto ambiental en diversas acciones productivas.

A personas que están en nuestro hábitat, poco les llama la atención verlo, pues de esta manera el reciclar no es llamativo para ellos, pocas personas observan la gran destrucción de nuestro planeta y poco les llama la atención verlo, mas bien desvían sus miradas a cualquier parte, esto hace que el compromiso sea arduo puesto que hay que aprender, analizarlo, examinarlo y hacer muestra para cambiar esta manera que existe de contaminación visual y ambiental de esta manera demostrar que el reciclaje puede ser una manera de contribuir a la limpieza y devolverle dignidad en el entorno que vivimos.

Lo que buscamos es proyectar y demostrar que el reciclaje es mucho más antiguo de lo que se pretende creer. Que es bueno y sobretodo que desde hace muchos años transcendentales la temática de la conservación del medio ambiente de cierta manera ha preocupado a toda una comunidad por la ardua prueba de preservar el lugar donde vivimos y vivirán las futuras generaciones.

A consecuencia de la contaminación tenemos el aumento del calentamiento global, que puede alterar en la salud, es por ello que hoy en día se escuchan ya sean enfermedades malignas lo que conlleva a la expansión de enfermedades cardiacas debido al intenso calor que se vive en todas las zonas del mundo, por ello se habla de los glaseares el aumento del nivel del mar, , lluvias intensas en diversos lugares y sequias constantes en otros, todo aquello a antes mencionado son amenazas constantes que afectan el medio ambiente en el que vivimos.

En los métodos que combaten la preservación de recursos tenemos:

- La **Reutilización** de los recursos. Dar máxima utilidad a los residuos sin necesidad de destruirlos o deshacerse de ellos. Cumple la función de alargar la vida de algún artículo.
- La **Reducción** de sus usos. Tiene el efecto de Disminuir todo aquello que genera desperdicio innecesario.
- El **Reciclaje**. Utilizar los materiales residuales una y otra vez para producir el mismo producto u otros.

ALGUNAS OTRAS “R”

- **REEMPLAZAR:** comprando productos de vida útil prolongada, biodegradables,
- **RECHAZAR:** los productos que no sean amigables con el medio ambiente.
- **RECUPERAR** todo lo que se pueda. Cada vez hay más artículos de vida útil corta.
- **REPARAR** los productos que por su uso se deterioren.

Para mantener con vida el planeta existen varios recursos que son importantes y necesarios, tales como es el agua, la energía, la tierra, la fauna, la flora y aunque parezca ilógico, varios recursos alimenticios que son procesados, los cuales contienen materia prima que proviene de nuestro medio ambiente. Estos elementos luego de ser consumidos pasan a ser un desecho y los individuos no reconocen el valor que aún poseen. Este valor se lo puede recuperar a través de un proceso de reciclaje que contribuye al objetivo común de mantener un hábitat confortable, eficiente y competitivo.

Una de las organizaciones que ha formado parte activa en la preservación del medio ambiente es la Organización de Naciones Unidas (ONU), para ello ha creado un plan de marketing donde indica que los países en vías de desarrollo se enfrentan a una montaña de residuos altamente peligrosas que provocarán graves consecuencias para el medio ambiente y la salud pública" debido a la creciente venta de productos electrónicos.

El informe ha recopilado datos de 11 países en vías de desarrollo para estimar la generación actual y futura de residuos electrónicos. Entre estos residuos se incluyen ordenadores y portátiles antiguos, impresoras, teléfonos móviles, buscas, dispositivos de música y fotografía digital, frigoríficos, juguetes y televisores.⁴⁰

⁴⁰ <http://www.relec.es/relec/noticias-archivadas/14-impacto-ambiental-de-los-aees/404-un-informe-de-la-onu-alerta-sobre-la-necesidad-de-crear-un-plan-para-el-reciclaje-de-residuos-electronicos.html>

6.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.3.1. Objetivo general

Determinar las estrategias de la campaña de marketing que se aplicaran en un programa de reciclaje para la concientización de los estudiantes de los colegios del cantón Montecristi; y así preservar el medio ambiente.

6.3.2. Objetivos específicos

- Determinar varios factores de contaminación en las instituciones educativas del Cantón Montecristi.
- Establecer medios publicitarios en los colegios para fomentar el reciclaje mediante el programa que se aplicara.
- Determinar los patrocinadores y auspicios en empresas públicas (GAD Montecristi) y empresas privadas.
- Analizar las estrategias publicitarias para atraer la inquietud e intriga y poner en marcha el programa de reciclaje.
- Desarrollar estrategias agresivas en el plan de marketing para la aprobación del programa de reciclaje.
- Capacitar y orientar a los estudiantes y docentes sobre el manejo de ahorro del papel.
- Formar grupo de reciclaje que permitan fomentar el trabajo en grupo y a la vez sensibilizar a la población educativa con la concientización sobre la importancia de cuidar el medio ambiente

6.4. JUSTIFICACION

6.4.1. Problema a resolver

El crecimiento del reciclaje en estos tiempos, se encuentra jugando un rol importante para la conservación de nuestro entorno y del medio ambiente, en la sociedad es un acto muy importante ya que en la actualidad es muy común y esta en boga el reciclar, de esta manera se juega un papel importante para la conservación del medio ambiente.

Para la sociedad se juega un acto importante, ya que se busca la reutilización de elementos que pueden ser usados de manera distinta los recursos orgánicos e inorgánicos ya que esta ligado directamente con la ecología y la manera sustentable en la cual el ser humano la debe saber aprovechar.

Como bien sabemos, es cierto que en las Instituciones Educativas no se cuenta con planes de reciclaje, se puede hacer mediante la motivación constante de los profesores en clases y actividades ligadas a la Institución a la que pertenezcan. De esta manera analizando los puntos de vista mediante encuestas me despertó la intriga e inquietud y sobretodo el afán de trabajar sobre este tema tan importante y olvidado por muchos el cual es el reciclaje.

Es muy común que la desinformación en la que vivimos pensemos que la mejor manera de lograr y concientizar buenos costumbre de reciclaje es desarrollar una campaña la cual impulse la motivación para el desarrollo en los colegios y de esta manera llevar el mensaje a cada rincón, ya sea en casa, colegio, parque, y sociedad en general, dando la enseñanza y la debida importancia de lo que es reciclar y de esta manera hacer un buen hábito en nuestra cotidiana vida.

Esta campaña servirá para reducir la contaminación y poder fomentar el reciclaje, de esta manera se pueden resolver varios problemas ambientales y porque no decirlo problemas sociales también.

Para culminar es de conocimiento expresar que la realización de este proyecto contribuirá de una u otra manera crear conciencia sobre la ecología, el reciclaje y formar un buen hábito que sirva para esta y futuras generaciones, ya que se toma en cuenta la protección del planeta y sus ricos recursos naturales que beneficiaran a futuras descendencias a que contribuyan a la preservación de la vida y nuestros ecosistemas.

6.4.2. Beneficiarios

El tema de reciclaje es muy amplio de enfocar, tiene sus beneficios que la sociedad todavía desconoce, es por ello que se presentan obstáculos y los cuales hay que superarlos.

Uno de los principales problemas es que la sociedad en la vivimos no está acostumbrada e informada sobre el tema de reciclaje, en tiempos actuales la educación ambiental comienza en las escuelas. Las sociedades en general no entienden lo que le está pasando al planeta, especialmente en lo que se refiere a los recursos naturales.

Los problemas sociales relacionados con el reciclaje no se solucionan solamente con la educación. Las sociedades tienden a resistirse a los cambios. El ciclo tradicional de adquirir - consumir - desechar es muy difícil de romper. Reciclar en la oficina o en el hogar requiere de un esfuerzo extra para separar los materiales. Siempre será más conveniente el hábito de arrojar todo hacia afuera.

La investigación ha hecho que sea posible la reducción de residuos, es por ello que se hace un llamado de atención a nuestra sociedad y generaciones actuales para que se descubra lo que se puede hacer en favor al medio ambiente. Hay muchos pequeños hábitos que pueden tener un efecto enorme si se convierten en práctica común siendo beneficiario directo el Cantón Montecristi.

6.4.3. Impacto

En el consumidor el impacto es positivo, debido a que se lograra concientizar a los estudiantes de los colegios del cantón Montecristi acerca del reciclaje con la temática que aqueja en la actualidad al medio ambiente.

Con la preocupación por el impacto humano en el medio ambiente y la sustentabilidad económica del consumo. La reducción de residuos y los programas de reciclaje están aumentando su aplicación en todo el planeta.

Lamentablemente la contaminación humana y las tasas de consumo excesivo pasan factura, mas no el consumo moderado, la tala de arboles y el desperdicio de agua es un factor de impacto ambiental, que aqueja a la ciudadanía.

El Reciclaje es una de las alternativas utilizadas en la reducción del volumen de los desperdicios sólidos. Este proceso consiste en volver a utilizar materiales que fueron desechados, y que aún son aptos para elaborar otros productos o re-fabricar los mismos. Eliminar, prevenir y minimizar los impactos ambientales vinculados con la generación de desechos y Cumplir con la regulación ambiental vigente:

- Menor cantidad de desechos a los vertederos
- Menor consumo de materia prima virgen producto del uso de materiales reciclables en la elaboración de nuevos productos
- Menor uso de energía en la transformación de los productos.
- Menor uso de las fuentes hídricas en los procesos.
- Menor contaminación de las fuentes hídricas.
- Menor contaminación de los suelos.
- Mejor uso de los cursos naturales renovables y no renovables.
- Reacomodar las costumbres de consumo en pos de mantener un equilibrio ecológico que nos permita seguir desarrollando la vida en nuestro planeta.
- Menor impacto de salud en la población.
- Disminución del gasto social y público producto del manejo de desecho.
- Disminución del gasto social producto de la atención a las personas expuestas y afectadas por la contaminación y deterioro del ecosistema.
- Ingresos a la nación por el uso de materia prima originada por los desechos reciclables.

6.5. FUNDAMENTACION

Aspiramos contribuir con la creación de la campaña que impulse y motive el reciclaje como alternativa para mejorar el cuidado del medio ambiente y disminución del calentamiento global con base desde los cimientos pedagógicos.

Lo que pretendemos en este proyecto mediante una forma educacional, investigativa y sobre todo informativa, se concientice a los estudiantes a la recuperación, reutilización y recolección de los productos desechables y renovables.

Para ello tomamos en cuenta que en la actualidad es muy factible investigar y recibir información sobre ese interesante y majestuoso procesos de reciclar. Pues contamos con medios de información y comunicación como lo son, internet, prensa escrita, trípticos, entre otros medios y recursos informativos. De una u otra manera favorece a que las personas cada vez tomen conciencia de la importancia que es reciclar y se puedan dar cuenta que esto ayuda a un mejor ambiente para conservar los ecosistemas la fauna y la flora.

6.6. METODOLOGÍA: ESTRATEGIAS DE MARKETING, PUBLICIDAD PARA LA CONCIENTIZACIÓN Y EL POSICIONAMIENTO DE UN PROGRAMA DE RECICLAJE EN LOS COLEGIOS DEL CANTÓN MONTECRISTI.

El reciclaje con los elementos mínimos citados se tendrán que ir trabajando en una correcta implementación, de esta manera se compruebe el momento en el cual se verificará la implementación, para revisar la correcta función del programa de reciclaje y que mediante evidencias se vea su avance en la implementación, tanto en las enseñanzas a los estudiantes, avance en los profesores y la puesta en práctica.

Para el diseño de esta campaña se iniciará con la divulgación mediante estrategias de comunicación interna, es decir con realización de talleres, informativos, trípticos, carteleras entre otros. De esta manera hacer comprometer a los estudiantes con las actividades que se irán a desarrollar.

Para el éxito del Programa es necesario que los estudiantes estén permanentemente orientados y motivados a participar en las actividades, así como ir viendo los avances y logros obtenidos. Para lo cual es necesario promover mecanismos informativos para que todos los integrantes refuercen sus conocimientos y la importancia de la protección y preservación del medioambiente, para así poder contribuir con este fin y las metas que se logren durante el proceso.

Para lograr el éxito es importante contar con la cooperación de todos, de esta manera lograremos la meta deseada.

PARTE I: MARKETING ESTRATÉGICO

Análisis de Factores Externos:

1. CONSUMIDOR

1.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La conformación del sector internacional, reconocidos como organismos autónomos e independientes de cualquier filiación política, religiosa y de nacionalidad que busca el bienestar social de la población mediante el desarrollo económico ecológicamente sustentable⁴¹.

En el ámbito social que vivimos estamos involucrándonos con un fenómeno muy complejo como lo es el consumidor ecológico, el cual refleja dos variables, variables internas y variables externas, para ello se considera las variables internas los valores, ideas y opiniones del individuo, en las variables externas se refleja las variables de información publicidad y diferentes grupos sociales en los cuales se incluyen familiares, círculo de amigos, grupos sociales⁴².

1.2. DESEOS Y NECESIDADES

Para partir de un punto de vista es bueno señalar que en marketing los deseos y necesidades del consumidor son de suma importancia⁴³.

⁴¹ (Pérez, 2004, 25-26)

(http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/jimenez_t_da/capitulo9.pdf)

⁴²<https://books.google.com.ec/books?id=HmPsGzEKnCEC&pg=PA111&lpg=PA111&dq=El+consumidor+consumidor+ecol%C3%B3gico>

⁴³ <http://www.todomktblog.com/2013/11/diferencia-necesidad-deseo.html>

Los deseos son el inicio de anhelar algo que realmente no se necesita pero lo adquiere. Las necesidades son aquellas que el ser humano debe tener para poder formar su diario vivir y sobretodo sentirse bien o hacer sentir bien, estas necesidades pueden ser físicas. Sin lugar duda todo proyecto se considera como un deseo de culminar y una necesidad de ejecutar para proyectar los resultados, beneficios y contribuciones que deja ante la sociedad y la ecología.

1.3. HÁBITOS Y USOS

Nuestro planeta y su población, con el calentamiento global nos vemos afectados miles de personas, los océanos moribundos y los animales que están en peligro de extinción, de esta manera es muy dificultoso saber por donde comenzar con nuestra tarea de recuperar lo que nos queda de planeta.

Se pueden realizar acciones que generen hábitos y de esta manera poder dar buen uso a los recursos que poseemos.

Para ello se me hace preciso señalar varios puntos importantes que nos servirán para formarnos un hábito y de esta manera saber usar los recursos que tenemos:

- Ahorro de agua.- el desperdicio de agua constante es un problema que todos causamos, la solución de esto es no desperdiciar agua, recordemos que el agua es un elemento vital para el desarrollo de los seres humanos. Existen varios puntos estratégicos para poder ahorrar agua, como por ejemplo: dejar cerradas correctamente las llaves, grifos, regaderas, instalar dispositivos ahorradores de agua.
- Utilizar menos químicos y menos atomizadores.- los químicos que usamos frecuentemente para limpiar vidrios, casas, autos entre otros, son un verdadero peligro para las vías fluviales y acuáticas,

para hacer un buen uso de estos recursos y mejorar en reducir su uso se pueden usar productos caseros que contribuyen en el la no contaminación del ambiente.

- Usar menos electricidad.- usarla cuando se requiera de esta manera se ahorra energía y no se produce la contaminación ambiental.

La manera correcta de aprender y que se forme un buen habito y se de buen uso de estos recursos es usando las 3 R's, las cuales significan Reducir, Reutilizar y Reciclar. Todo ellos e ha vuelto publico y se usan en la actualidad en muchas áreas incluyendo las políticas y humanas.

1.4. BENEFICIOS

Los beneficios que posee el reciclaje son tan importantes, tal es el caso que ayuda a disminuir la contaminación ambiental en nuestro entorno que vivimos, se recuperan materiales reciclables disminuyendo los residuos sólidos que se depositan en varios lugares y de esta manera se prolonga la vida útil. El gran beneficio de manufactura en la materia prima ayuda a crear nuevos productos que a su vez ayudan a los recursos renovables y no renovables, ya que se entiende como proceso de reconstrucción o transformación de un producto⁴⁴.

Si nos damos cuenta, e investigamos todo lo que esta a nuestro alrededor se puede reciclar, desde los residuos industriales, eléctricos hasta los desechos biodegradables, de esta manera podemos ayudar a preservar nuestro planeta⁴⁵.

⁴⁴ <http://reciclajedamery.blogspot.com/p/beneficios-del-reciclaje.html>

⁴⁵ <http://www.ecologiaverde.com/los-beneficios-de-reciclar/#ixzz3Y6LhSieB>

2. MERCADO

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Un antropólogo de la Universidad de Arizona llamado William Rathje encontró una forma de probar si lo que respondían las personas sobre su comportamiento correspondía con la realidad. Al comparar la información con los datos voluntariamente ofrecidos por sus habitantes, el antropólogo podría comprobar si había diferencias. Además esa información sería cuantitativa, pudiéndose inferir conclusiones generales extrapolables a otras situaciones. En resumen, al recolectar, catalogar y analizar toneladas de basura durante varios años, el antropólogo pudo estudiar el comportamiento del consumidor **en** forma directa a través de la realidad del material que deja a su paso en lugar de recurrir a las respuestas que las personas dan sobre su propio comportamiento⁴⁶.

En relación a lo ya antes mencionado por el antropólogo de la Universidad de Arizona, Eilliam Rathje, en la investigación de mercado nos enfocamos a los métodos de investigación que estos en su gran mayoría se dan a conoce por cualitativos y cuantitativos.

Estas técnicas por lo habitual se acude al segmento de consumidores y se les realizan preguntas sobre sus preferencias, la teoría esta basada en examinar los residuos de los colegios, para esto es necesario saber el nivel de desechos que tiene cada tipo de recurso ya sea orgánico e inorgánico.

⁴⁶ http://marketisimo.blogspot.com/2009_03_01_archive.html

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

En el Cantón Montecristi, existe un promedio de 800 estudiantes incluyendo educación media, Unidades Educativas, y Colegios fiscales. Para segmentar el mercado se utilizarán dos tipos de segmentación: geográfica y demográfica.

Segmentación Geográfica.

Los criterios tomados en cuenta para la segmentación geográfica se basa en:

Base de Segmentación	Categorías.
Ubicación	Zona

Segmentación Demográfica.

Esta segmentación considera los siguientes puntos:

Base de Segmentación	Categorías.
Edad	Entre 14 años hasta los 18 años
Nivel de educación	Bachillerato
Tipo de Educación	Publica - Privada

Las bases para esta segmentación son la edad, el nivel de educación y el tipo de educación. La edad oscila de 14 a 18 años, el nivel de educación es Bachillerato y el tipo de educación es pública - privada.

Selección De Población Meta.

En el mercado meta se seleccionó basándose mediante las dos estrategias la base de segmentación y la categoría, en tanto la segunda estrategia es la demográfica donde se toman en cuenta los tres segmentos los cuales son Edad, Nivel de Educación y Tipo de Educación.

En la población meta se es correspondiente al grupo conformado por estudiantes de los colegios del cantón Montecristi que tienen un promedio de edad de 14 y 18 años, tomando en cuenta el nivel de educación que es Bachillerato.

El motivo de la dirección de este proyecto es que se dirige a los colegios puesto que es el punto clave y propicio para difundir correctamente y rápidamente la información del reciclaje. De esta manera los menores ven como ejemplo este buen hábito del reciclaje y se va regando a varias personas ya sea en el barrio donde viven, a familiares, amigos y demás personas que se quieran multiplicar en la ayuda a preservar el medio ambiente y nuestro entorno.

Investigación De Mercado.

Esta investigación de mercado se da para obtener información que ayude al proyecto a su elaboración, para ello se realizaron dos tipos de investigación, la concluyente y la exploratoria.

Previa A La Implementación.

- Crear campaña de motivación al reciclaje
- Elaborar un plan piloto para presentar a empresas privadas y públicas.
- Buscar apoyo y auspicio por parte de las empresas privadas
- Exposición de plan a los Colegios.
- Explicar las condiciones del proyecto a los estudiantes
- Receptar el material de la promoción
- Autorización por parte de Supervisores Distritales, Supervisores de Zona y Directores de Planteles Educativos.
- Facilitar cronogramas de actividades

La previa a la implementación se basa en conseguir auspiciantes por

parte de las empresas publicas y privadas, exponer el proyecto y dar a conocer los beneficios que traerán no solo a los planteles educativos sino a la comunidad en general.

Para lograr el permiso de participación de los planteles educativos, se enviarán cartas a los supervisores correspondientes y de esta manera ejecutar el plan piloto de la campaña. Para ello se repartirá el material informativo, trípticos, hojas volantes, entre otros y se procederá a colocar las señaléticas en las distintas áreas educativas, indicando de qué manera se debe reciclar, para lograr un mayor éxito se citará a una rueda de prensa y se difundirá el mensaje mediante redes sociales.

Investigación Concluyente.

El punto clave y principal de la investigación, es saber que tipo de conocimiento poseen los estudiantes, además analizar el proceso actual de la eliminación de residuos que aplican los Colegios. Para esto es necesario realizar una investigación descriptiva, con el afán de optimizar y administrar a buen tiempo los recursos y el tiempo para establecer la secuencia de las actividades a seguir.

Uno de los recursos que se implementará es la realización de las encuestas ya que estas arrojaran resultados los cuales llevan a dar un resultado para ejecutar la campaña mediante los medios de comunicación.

El método de las encuestas es el recurso mas apropiado para recabar la información en los colegios, es de ahí donde se logra tener en cuenta lo siguiente:

- Se segmenta mejor el campo
- Se tiene información necesaria como lo es edad, y año de educación entre otros.

- Se aclaran interrogantes que tengan los estudiantes y Docentes (en este caso serian los dirigentes de curso)
- La muestra queda perfectamente definida.

5 FUERZAS DE PORTER⁴⁷

El concepto de la estrategia en el mundo de negocios no es más que desarrollar una táctica para maximizar los recursos y superar a la competencia. Es bien sabido que sin un plan bien elaborado, la posibilidad de ganar mercado, o aun de sobrevivir en el mismo, se vuelve poco probable, por lo que el desarrollo de una estrategia es indispensable y es responsabilidad de las personas que ocupan los puestos más importantes, dentro de una empresa.



Grafico 12 Modelo de las Fuerzas de Porter
Elaborado por: La autora

⁴⁷ <http://fuerzasdeporter.blogspot.com/>

Competidores en el reciclaje

Hoy en día hablar de reciclaje estamos hablando de reducir la cantidad de desechos inorgánicos y porque no decir desechos orgánicos, pues bien esto se debe a un incremento de empresas recicladoras en el país; entre ellas tenemos las siguientes que de manera directa se dedican al reciclaje:

- Grupo REIPA
- Reciclar
- RECYNTER

Competencia Potencial

En éste sector existen barreras, que frenan la fácil entrada al mercado, entre ellas la alta inversión que debe realizarse además los estándares de abastecimiento.

Sustitutos

El sustituto del plástico reutilizable es el petróleo que constituye la materia prima virgen, pues es el otro medio que tienen los clientes para fabricar sus productos.

Proveedores

Representan gran relevancia dentro del proceso productivo; se tendrá proveedores de la maquinaria.

Compradores

Los clientes serán las empresas que produzcan y que requieran material reciclado para su producción, entre ellos:

- PYCA
- PLASTIEMPAQUE
- RIMAX
- RECYMAN

Análisis de Factores Internos

3. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

3.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EDUCATIVA

Gráfico No. Organigrama de los Colegios Fiscales



Elaborado por: La autora

3.2. MARKETING MIX

El marketing mix es el encargado de hacer cumplir los objetivos propuestos dentro del producto o servicio, puesto que cuenta con un conjunto de herramientas y variables que apuntan a trabajar estratégicamente con los siguientes puntos.

PRODUCTO:

En primer lugar se demandará toda clase de desechos de productos existentes, para luego ser reciclados, ya que estos pueden ser rápidamente desechados por la población, de esta manera se ejecutaran estrategias de reciclado para evitar el aglomeramiento de basura y desechos que serán reciclados para luego de ello ser vendidos.

PRECIO:

Para poder establecer un precio de compra, dependerá del tipo de desecho será reciclado, es decir; papel, plástico, vidrios, desechos orgánicos, el cual se venderá tomando en cuenta los costos, los mismos que se comercializaran estableciendo precios relativamente tomando en cuenta que las compras se las realizan por Kilo.

PLAZA:

Esta Campaña tendrá como cobertura los colegios fiscales del Cantón Montecristi, de esta manera se toma en cuenta la disponibilidad del carro recolector que lo facilitará el GAD de Montecristi, el mismo que tendrá una ruta específica, que pasara por los Planteles educativos participantes, recolectará los desechos y de esta manera los llevará al centro de acopio para luego se clasificado y vendido.

PUBLICIDAD:

La publicidad se dará mediante trípticos, hojas volantes, afiches, entre otros recurso que ayudaran a contribuir a la no contaminación, por ejemplo redes sociales, prensa escrita, radio fusión entre otras.

Análisis FODA.

Fortalezas

- ✓ Ayudará a una mejor calidad de vida a nuestras familias
- ✓ Ayudará a dar una mejor imagen a la Institución Educativa participante.
- ✓ Genera espíritu de trabajo en equipo, y crea una competencia sana.
- ✓ Se crea una relación entre colegios y miembros ejecutores del proyecto - campaña
- ✓ No se necesita de mayor recurso económico para los estudiantes.
- ✓ Se logra la ejecución de la campaña la cual es adaptable para Montecristi y sus alrededores, tomando en cuenta los demás Colegios.

Oportunidades.

- ✓ Mediante esta campaña se despierta el interés a varias Instituciones Gubernamentales, a comprometerse con el cuidado del medio ambiente y de esta manera difundir un mensaje de colaboración con el reciclaje
- ✓ Concientiza a la comunidad para la conservación del medio ambiente
- ✓ Concientiza a la comunidad y estudiantes a formar parte de un programa para la limpieza y ornato del Plantel o la comunidad.

- ✓ El apoyo de la ley para implementar este tipo de proyectos.
- ✓ Contribuye a una gran parte de la comunidad a una participación social y difusión de la campaña.

Debilidades.

- ✓ Está limitado con respecto a los reciclables.
- ✓ Falta de espacio para acumular el material en ciertos colegios.
- ✓ Emplea demasiado tiempo.
- ✓ No genera muchos ingresos económicos
- ✓ No cuenta directamente con un soporte de manejo integrado de desechos.
- ✓ Poco personal.
- ✓ Falta de apoyo económico.
- ✓ Es un proceso que requiere una limpieza y almacenamiento continuo

Amenazas.

- ✓ El desarrollo e implementación de programas similares impuestos a las instituciones educativas por autoridades gubernamentales.
- ✓ Que las instituciones no deseen aplicar el proyecto.
- ✓ Falta de compromiso y seriedad por parte de los colegios.
- ✓ La falta de apoyo por parte de las autoridades y empresas privadas.
- ✓ Variaciones negativas en el precio de los reciclables.
- ✓ Disminución de la demanda por parte de las plantas recicladoras.

4. ASPECTOS LEGALES Y FISCALES

Ecuador, al igual que la mayoría de países, ha venido incorporando a su sistema jurídico un conjunto de leyes, decretos y reglamentos orientados al cuidado del ambiente, que sirven de marco legal para la protección del mismo y, por tanto, indirectamente al impulso de la educación ambiental. A continuación se hace referencia a los principales fundamentos jurídicos relacionados con la educación ambiental:

BASES CONSTITUCIONALES DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

La Constitución de la República del Ecuador, reformada en el 2008, vigente en la actualidad, contiene algunos preceptos jurídicos vinculados al ambiente y los recursos naturales, la educación, y la cultura, así como las competencias de los municipios, que sirven de fundamento constitucional a las medidas y acciones necesarias para la implementación de la educación ambiental.

Cuadro No. 15: BASES CONSTITUCIONALES DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

NORMATIVA	REGISTRO OFICIAL	ARTICULO	ASPECTO A CONSIDERAR
Constitución de la República del Ecuador	Registro Oficial No. 499 de lunes 20 de octubre de 2008	Art. 27, Sección Quinta, Educación.	La educación se centrará y garantizará el respeto hacia el medio ambiente.
		Art. 263, ítem 4, Capítulo Cuarto Régimen de Competencias	Una de las competencias exclusivas de los gobiernos provinciales es la gestión

			ambiental
		Art. 264, ítem 4, Capítulo Cuarto Régimen de Competencias	Una de las competencias Exclusivas de los gobiernos provinciales, es el manejo de desechos sólidos.
Constitución de la República del Ecuador	Registro Oficial No. 499 de lunes 20 de octubre de 2008	Art. 275, Título VI, Régimen de Desarrollo, Capítulo primero, Principios generales	Garantizar la realización del buen vivir, del sumak Kawsay.
		Art. 278, ítem 2, Título VI, Régimen de Desarrollo, Capítulo Primero, Principios Generales	Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, les corresponde, producir, intercambiar y consumir Bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.
		Art. 284, ítem 9, Sección primera, Sistema Económico y Política Económica	Uno de los objetivos de la política económica es impulsar un consumo social Y ambientalmente responsable.
		Art. 395, ítem 1, Sección Primera Naturaleza y Ambiente	El estado garantizará un Modelo ambientalmente equilibrado.
		Art. 415, Sección	El estado y gobiernos

		Séptima Biosfera, Ecología Urbana y Energías Alternativas	autónomos descentralizados desarrollarán programas de reducción reciclaje y tratamiento adecuado de Desechos sólidos y líquidos.
--	--	--	--

Elaborado por: La autora

Ambiente Legal.

El ambiente legal es favorable para la aplicación de proyectos de este tipo, ya que la Ley ecuatoriano fomenta programas relacionados al reciclaje de los residuos sólidos, a continuación se presentan varios incisos del libro de la Norma de Calidad Ambiental del Ministerio de Ambiente que están relacionados al tema de la eliminación de residuos sólidos.

NORMA DE CALIDAD AMBIENTAL PARA EL MANEJO Y DISPOSICIÓN FINAL DE DESECHOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS

LIBRO VI ANEXO 6

4.1 De las responsabilidades en el manejo de los desechos sólidos

4.1.1 El Manejo de los desechos sólidos en todo el país será responsabilidad de las municipalidades, de acuerdo a la Ley de Régimen Municipal y el Código de Salud. Las municipalidades o personas responsables del servicio de aseo, de conformidad con las normas administrativas correspondientes podrán contratar o conceder a otras entidades las actividades de servicio. La contratación o prestación del servicio a que hace referencia este artículo, no libera a las municipalidades de su responsabilidad y por lo mismo, deberán ejercer severo control de las actividades propias del citado manejo. Los desechos

clasificados como especiales tendrán un sistema diferenciado de recolección y lo prestarán exclusivamente las municipalidades, por sus propios medios o a través de terceros, pero su costo será calculado en base a la cantidad y tipo de los desechos que se recojan y guardará relación con el personal y equipos que se empleen en estas labores. Los generadores o poseedores de desechos sólidos urbanos que por sus características especiales, puedan producir trastornos en el transporte, recogida, valorización o eliminación están obligados a proporcionar a la entidad de aseo una información detallada sobre el origen, cantidad, características y disposición de los desechos sólidos. Dicha entidad se encargará de llevar un control de los desechos sólidos generados. Todas las personas que intervengan en cualquiera de las fases de la gestión de productos químicos peligrosos, están obligados a minimizar la producción de desechos sólidos y a responsabilizarse por el manejo adecuado de éstos, de tal forma que no contaminen el ambiente. Se deberán instaurar políticas de producción más limpia para conseguir la minimización o reducción de los desechos industriales.

4.1.21 Los Ministerios, las Municipalidades y otras instituciones públicas o privadas, dentro de sus correspondientes ámbitos de competencia, deberán establecer planes, campañas y otras actividades tendientes a la educación y difusión sobre los medios para mejorar el manejo de los desechos sólidos no peligrosos.

4.2.6 Se prohíbe quemar desechos sólidos a cielo abierto.

4.3.3.2 Las municipalidades y las entidades prestadoras del servicio de aseo, deberán realizar y promover campañas en cuanto a la generación de desechos sólidos, con la finalidad de:

- a) Minimizar la cantidad producida.
- b) Controlar las características de los productos, para garantizar su degradación cuando no sean recuperables.
- c) Propiciar la producción de empaques y envases recuperables.
- d) Evitar, en la medida en que técnica y económicamente sea posible, el

uso de empaques y envases innecesarios para la prestación de los productos finales.

e) Promover el reciclaje

f) Concientización ciudadana.

PARTE II: MARKETING TÁCTICO

Planificación y Objetivos del Plan de Marketing Social

Misión.

Hacer tomar conciencia y a los estudiantes sobre la importancia y sus beneficios que tiene el reciclar, para que de esta manera a los estudiantes se les pueda dar facilidades necesarias para la ejecución de la campaña.

Visión.

Plasmar una cultura de limpieza en los planteles educativos, y la población en general, y hacer del reciclaje un hábito y buena costumbre.

Objetivos.

Lo primordial de la campaña es obtener objetivos bien claros y definidos para lograr lo que deseamos en la ejecución de la campaña, acaparar la atención de los estudiantes para lograr el éxito que deseamos, por tal motivo se contará con la ayuda de los alumnos y educadores, y como incentivo la premiación por parte de las empresas públicas y privadas. De vital importancia es contar con la colaboración del GAD de Montecristi, puesto que de esta manera la ejecución de esta campaña se realice en todos los colegios del cantón.

Objetivos A Corto Plazo.

- Certificar la comercialización de los materiales reciclables de los colegios a empresas que se encargan de la recolección de estos desechos
- Limitar objetivos y puntualizarlos de acuerdo a la respectivo Colegio participante, de esta manera evitar confusiones y malos entendidos.
- Diseñar y ejecutar la campaña de limpieza y reciclaje.

Objetivos A Largo Plazo.

- Incrementar los objetos reciclables
- Formar patrullas estudiantiles que ayuden a la recolección de desechos, de esta manera serán rotadas las patrullas para cumplir funciones específicas.
- Informe de campaña a los colegios y empresas participantes

1. PLAN DE MARKETING SOCIAL.

Es de conocimiento, que el reciclaje en la actualidad ha despertado una fuente de trabajo, a través de la necesidad de preservar el medio ambiente, y de concientizar a los estudiantes, se ha creado esta campaña de reciclaje, tomando en cuenta a los alumnos de colegios por su gran número de alumnado y específicamente a estudiantes de Básica Superior y Bachillerato, puesto que con ellos se puede contar para resolver mediante talleres, charlas y conferencias problemas que afectan nuestro entorno natural, y en el medio que vivimos. Para esto es necesario formar líderes que lleven la batuta para que la campaña logre su desempeño social y cultural, así formaremos a alumnos cultos de manera indirecta estamos formando una práctica que de saberla usar bien por parte de estudiantes sabrán ejecutarla en casa y su respectivo lugar donde vive.

1.1. ELEMENTOS INVOLUCRADOS EN LA CAMPAÑA DE CAMBIO SOCIAL.

Causa.

Mentalizar a los estudiantes de las Instituciones Educativas sobre los beneficios que ofrece el reciclaje como un sustento alternativo.

Agentes de Cambio.

Los agentes de cambio principalmente serán los estudiantes, profesores, seguido del ejecutor de campaña conjuntamente con la ayuda de las empresas e instituciones públicas y privadas mediante el auspicio y publicidad.

Destinatarios.

Estudiantes de Colegios del Cantón Montecristi.

Estrategias De Cambio.

Las estrategias a utilizar para el cambio de conducta social son:

- ❖ Estrategia estudiantil y cultural
- ❖ Estrategia económica

Estrategia Estudiantil.

Esta estrategia esta planificada llevarla a cabo, de tal manera que se use el producto reciclado, de esta manera se formara se planifica dar charlas conferencias entre otros, de esta manera se logra el objetivo que es concientizar a los estudiantes y formando el habido de limpieza, con la finalidad de culturizar las nuevas generaciones educativas.

Estrategia económica.

La segunda táctica a poner en marcha es la estrategia económica, con la finalidad de incentivar a los estudiantes se les sumarán puntos y de esta manera ganan estímulos hasta llegar a la meta que es ganar, para ello se premiarán a los cursos que más cooperen, es decir obtendrán viaje de fin de curso, y a los alumnos que más cooperen tendrán placas, medallas, trofeos, entre otros.

1.2. ANALISIS SITUACIONAL: MICRO Y MACRO ENTORNO.

Al momento de implementar la campaña, es necesario detectar cuáles son las ventajas y desventajas de la ejecución del mismo.

Este análisis nos sirve para proporcionar una mejor visión del problema, es decir sus causas y sus efectos.

Micro Entorno.

En este proyecto se analiza la realización del proyecto. Es decir se ve la situación actual tanto con los clientes y los proveedores, que en este caso sería alumnos que proveen el reciclaje y centro de reciclaje o planta de reciclaje a la cual se les venderá el material.

Esta campaña va directamente a los colegios fiscales con la firma y el apoyo del GAD de Montecristi, puesto que las instituciones educativas fiscales son los que proporcionan el material reciclado.

De tal manera que los jóvenes serán los encargados de sensibilizar a los más pequeños a la colaboración del reciclaje en su plantel educativo, de la misma forma esto servirá para los niños transmitan el mensaje en sus hogares y los demás miembros de familia.

Unidades Educativas.

La ventaja de los colegios participantes es beneficiar la imagen de la Institución, la cual enfocará en una auto publicidad que venderá la imagen del colegio, es decir mediante la campaña se nombrará a el plantel participante y se mencionará que esta comprometido al cuidado del medio ambiente.

Si nos basamos en a que publico meta iremos a llegar, pues bien estamos centrándonos al publico meta de los colegios fiscales del Cantón Montecristi, los cuales no han implementado esta campaña por falta de un plan y la ejecución del mismo.

Como plan piloto el proyecto se implementará en un solo colegio y con los datos que se obtengan de este estudio se realizará una proyección para el resto de instituciones educativas de la ciudad.

Estudiantado.

El estudiantado tendrá varias funciones tales como:

- Participación de charlas, conferencias y capacitaciones a los alumnos y profesores.
- Buscar a lideres de brigada estudiantiles, las cuales estarán al pendiente de lo que suceda, y asistencia en las conferencias.
- Colaboración por parte de los profesores en la formación e incentivos a los estudiantes que mas se preocupen por el reciclaje.
- Seleccionar alumnos promotores, que ayuden en el aula

Profesorado.

Los profesores cumplen también un rol importante, puesto que ellos son los colaboradores directos a que todo se lleve con la expectativa que deseamos, de esta manera los profesores asignarían responsables a profesores mismos para la asesoría de grupo.

Plantas Recicladoras.

En el cantón Montecristi existe alrededor de 3 empresas relacionadas a la compra de materiales reciclables.

A continuación se muestran algunas tablas con varios datos sobre estas empresas. En la tabla la letra S representa SI y la letra N significa que NO.

Cuadro: Residuos que se Comercializan

Nombre de La empresa	Residuos que compran							
	Cartón	Papel periódico	Papel archivo	Plásticos (Pet)	Fundas plásticas limpias	Fundas plásticas sucias	Vidrio	Lamina de aluminio.
RECYMAN	S	S	S	S	S	N	S	S
RECYNTER	N	N	N	N	S	S	N	N
RECESA	S	S	S	S	S	N	S	S

Elaborado por: La autora

Como se muestra en el cuadro anterior esta detallado el nombre de la empresa y su respectiva lista de residuos o desechos que ellos compran. RECYMA comercializa cartón, papel periódico, papel (Pat) Fundas plásticas, vidrio, lámina de aluminio y lo que no compra son las fundas de plástico que estén sucias. Al igual que lo hace la empresa recicladora RECESA. RECYNTER comercializa fundas plásticas limpias y fundas plásticas sucias, y no comercializa cartón, papel periódico, papel archivo, vidrio lamina de aluminio.

Es ventajoso usar las empresas RECYMA y RECESA ambas comercializan los mismos desechos, en las ventajas sacamos a recalcar que se encargan de ir a los colegios a sacar el material acumulado, pesándolo en el colegio, y de esta manera se procede hacer el pago por cada kilo de material que se ha recogido.

Autoridades.

El papel de las autoridades es fundamental para el inicio de este programa. Sin el apoyo de ellos simplemente el proyecto no puede llevarse a cabo.

Las autoridades del colegio tendrán las siguientes responsabilidades:

- Apoyar a los estudiantes para la limpieza, es decir motivarlos para que la clasificación de los desechos sea llevada normalmente con las personas encargadas de la limpieza en el establecimiento.
- Facilitar tiempo en horas libres para la recolección y charlas que sean planificadas de acuerdo al cronograma de trabajo.
- Las autoridades del establecimiento, nos permitan colocar

contenedores para la recolección de desechos de esta manera nos puedan proporcionar un espacio físico para almacenaje de los materiales.

- Colaborar con alguna actividad extracurricular que sea llevada fuera de horarios de clases.

Macro Entorno.

Al hablar de macro entorno nos estamos refiriendo a las variables externas que afectan a la ejecución de la campaña. En este macro entorno no solo se ve afectada la ejecución del proyecto sino de todo el plan y estrategias que se tengan armadas.

Ambiente Cultural.

Las diferentes actividades que realiza el GAD de Montecristi están ligadas al cuidado del medio ambiente.

En la actualidad Montecristi se esta preparando par un programa integrado de manejo de residuos, para lo cual se toma en cuenta la participación de esta campaña y de esta manera acaparar a su gran mayoría de instituciones educativas o barrios.

Ambiente Natural.

Montecristi es un cantón de la provincia de Manabí en Ecuador, está ubicado al sur oriente de la provincia manabita.

Entre sus mayores atractivos se encuentran la Isla de la Plata, famosa por los avistamientos de ballenas⁴⁸.

Se encuentra ubicado al suroriente de Manabí

Norte: con el cantón Manta y Jaramijó

Oeste: al oeste el cantón Manta y el Océano Pacífico.

'Sur:' con el océano Pacífico y Jipijapa

Este: el cantón Portoviejo

Superficie

El cantón Montecristi tiene una superficie de 831 kilómetros cuadrados.

Clima

Se ubica este cantón en una zona cálida y seca del litoral que proviene de la corriente fría de Humboldt. Su clima se caracteriza por la escasa humedad. En la época lluviosa de enero a mayo las precipitaciones se acumulan a menos de 500 mm. Es la zona menos húmeda de la provincia y su temperatura es de 24 grados con mínimas de 15 grados y máximas de 30 grados en invierno.

Relieve

Este cantón se asiente en una ladera del cerro Montecristi que tiene una altura de 400 metros sobre el nivel del mar; al frente suyo está el cerro de Hojas que forma parte de la cadena montañosa de la costa.

⁴⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Montecristi

1.3. DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING SOCIAL EN EL MERCADO.

Implementación del Proyecto.

Luego de la realización de encuestas se procedió a la fase de experimentación que es la implementación del plan de marketing propiamente dicho. Debido a que en la etapa de implementación del plan piloto requirió la presencia diaria en el colegio por parte de los realizadores se pudo utilizar otra estrategia para obtener mayor información, se realizó la observación directa. Con esto se pudo conocer a través de actos reales y no de opiniones de los involucrados sobre su comprometimiento con el proyecto de reciclaje. El paso siguiente a las encuestas fueron las charlas de educación ambiental con el reciclaje como punto principal de las mismas.

Las Charlas.

El público debe conocer algunos de los principios básicos del reciclaje, como: la comprensión del “circuito del reciclaje”, el valor de los materiales que se reciclarán y la importancia de los mercados. El empuje de un programa de concienciación general precede a la implantación de un programa específico.

Una vez obtenidos los resultados del conocimiento previo se puede planificar de una mejor manera los puntos que deben ser tratados en la charla que se dicta a los estudiantes⁴⁹. Estas charlas se las dictó por cursos y con una duración aproximada de cuarenta minutos. Se requiere utilizar material audiovisual para las charlas que están dirigidas a estudiantes y profesores. En estas se explica los conceptos sobre el reciclaje de basura, beneficios, impacto ambiental al no reciclar y todo aquello involucrado con las características de los componentes de la basura para que adquieran el conocimiento de aquello y puedan transmitir

⁴⁹ El material de las charlas dictadas a los alumnos es una síntesis de los cuatro primeros capítulos.

esos conceptos en sus hogares.

Las charlas se realizaron de la siguiente manera:

- Horario de inicio de la charla 9.30 AM, horario de finalización de la charla 10.30 AM. Jornada matutina.
- Charlas en el auditorium con un máximo de cinco cursos con una duración de una hora, puesto que se realizaron talleres prácticos.

1.3.1. Promoción.

DESCRIPCIÓN

Este plan de campaña en favor al reciclaje y la motivación de los jóvenes del cantón Montecristi crea un impacto social y la generación de buenos hábitos en el reordenamiento del manejo de desechos reutilizables, cultivando una cultura de orden y emprendimiento para los jóvenes sobre el manejo de los desechos que se utilizaran futuro para la misma sociedad, esta campaña estará con una profunda investigación anexa a esta tesis y en el marco de la lógica del proceso de varios autores a nivel internacional sobre el reciclaje, por cuanto se comenzará con el proceso de investigación y análisis, descubriendo los factores más relevantes de los jóvenes en relación al uso de papel, botellas plásticas etc., y todo material que este en uso cotidiano, que pueden influir en el proceso del reciclaje, con la campaña como finalidad de la interpretación y situación de la campaña, señalando los elementos prioritarios con los que trabajará la comunicación y del porqué del manejo de la actividad del reciclaje.

OBJETIVOS

Implementar la campaña de posicionamiento del reciclaje en el hogar y en los Colegios del Cantón, concientizando a todas las personas que rodean a los estudiantes acerca de la importancia de la adecuada separación de desechos orgánicos y posible reutilización de desechos no orgánicos.

TARGET

Los jóvenes de los colegios del cantón Montecristi, provincia de Manabí, personas que tengas nexos y relación de manera directa e indirecta con los estudiantes como padres de familia, familiares, profesores y demás personas que tendrán beneficios de forma directa esta campaña de motivación e incentivo al manejo del reciclaje y clasificación de los diferentes desechos.

ESTRATEGIA DE MEDIOS

Las estrategias de medios como impacto en el ámbito de la comunicación es formar concienciación mediante mensajes que motiven e incentiven a acciones de compartir sobre este tema de gran importancia, a la participación de las actividades, al cuidado del medio ambiente y al ornato de la ciudad que de manera indirecta mejora la imagen.

Los medios a utilizar son:

- La radios como medio de bajo costo y con buena audiencia según los horarios establecidos, ayudan a determinar el mensaje de manera pensativo y positiva, abierta al dialogo por lo que la comunicación es auditiva, ayuda de manera fisiológica el funcionamiento del oído y se conecta con la mente, la radio será de gran ayuda a la campaña.
- La televisión sin duda este medio fortalecerá de manera panorámica la campaña y planteara con sus formato de audio y video una audiencia en determinado horario para la promoción del dialogo y la discusión, promoviendo a la participación de actividades.
- La redes sociales, los medios digitales y la aplicación multimedia que esta en boom sobre todo en el target de los jóvenes de colegios, plantearemos 4 plataformas como son:
 1. El blog como bitácora digital, donde se mantendrán el conocimiento y la información del proceso de reciclaje, así

también difundir acciones, mensajes y toda una resumen del proceso de la campaña.

2. El E-mail con la acción de difundir los mensajes, al mismo tiempo haciendo el enlace con el blog y las redes sociales, en el caso del correo se utilizara estratégica mente el mensaje distribuido en días de afluencia como inicios de semanas e inicios de mes, con la frecuencia semanal de cada 3 o 4 días.
 3. Las redes sociales que son la plataforma de mayor audiencia, entrara la interacción que paulatinamente crecerá, en el caso de las redes sociales, son los jóvenes quienes más tendrán esta interacción, a manera de pregunta y la participación de actores sociales e invitados a la opinión de los mensajes; los like en mensajes e imágenes es un buen indicador, pero que se concreta en acciones comunitarias de la campaña.
 4. Las aplicaciones multimedia como whastapp, viber y line, ayudara a difundir entre grupos mensajes, instrucciones, novedades y conocimientos, a diferencias de las anteriores plataformas, esta es integradora por lo que la audiencia tendrá todo el conocimiento por medio de imágenes, videos, enlaces, esto ayudara a mantener una comunicación más abierta y con una gama de alternativas en la comunicación digital.
- Volantes, afiches y panfletos, modo impreso que acompaña con estrategias de actividades como invitación a participar eventos públicos y a la misma acción de reciclar, esta volantes serán entregadas de manera personal, o en carteleras de los diferentes lugares públicos como parques, plazas, colegios, con la finalidad informar de la campaña.

ESTRATEGIAS DE ACTIVIDADES.

- ✓ Actividades de participación ciudadana, es importante señalar que la comunicación e información que se genere es de vital proceso para la participación de las actividades que se detallaran son:
- ✓ Conferencias públicas en colegios: con la finalidad de llevar a cabo una capacitación del reciclaje, y la motivación al cuidado del medio ambiente, se generara participación de los jóvenes, profesores y demás asistentes al evento, como objetivo del dialogo y debate sobre la contaminación, buscando soluciones
- ✓ Actividades en lugares públicos con entregas de volantes y panfletos.
- ✓ Concursos de mingas y limpieza por barrios y sectores, en este caso se necesitara de la participación de instituciones públicas y privadas en la facilitación de utensilios como para adornar la ciudad como: pinturas, brochas, etc.
- ✓ Vistas de medios de comunicación para informar a la ciudadanía sobre las actividades que se plantearan sobre la campaña.

ESTRATEGIAS DE MARKETING.

- ✓ Elaborar un briefing como documento básico del proceso del reciclaje y la prevención de la contaminación del medios ambiente, con instrucciones de recolección de la basura y si clasificación.
- ✓ Elaboración del mensaje de manera propositiva y a manera de interrogante, buscara un auto pregunta a los espectadores que generara un pensamiento y como finalidad una reflexión para la participación.
- ✓ Adecuación del mensaje a los medios, la finalidad es que en el mensaje central salgan mensajes con diferentes perspectivas de acuerdo al medio, son salir del orden semántico y significativo de la campaña.

- ✓ Crear un logo y slogan adaptado a la necesidad y a la cultura del cantón, como motivo de ser identificado en la ciudadanía.
- ✓ Incentivos en concursos de mingas y arreglos de barrios, así como el reconocimiento en la prensa del barrio ganador.
- ✓ Trabajar en conjunto con empresas y supermercados, facilitando el mensaje y la información de la campaña, para que la empresa privada invierta de manera de responsabilidad social y en conjunto con los supermercados generen fundas biodegradables con mensajes de reciclaje.
- ✓ La gestión para el intercambio de actividades de orden extracurricular entre instituciones como el ministerio del medio ambiente, ministerio de educación y las instituciones de educación, la finalidad es de formar un programa de educación al reciclaje, es decir el material logístico corre por cuenta del ministerios del medio ambiente, el valor curricular por cuenta del ministerio de educación y el valor humano serán los estudiantes que entran en un proceso de formación y capacitación de cuidado de medio ambiente.
- ✓ La formación de grupos culturales que ayuden a difundir mediante actividades artísticas y lúdicas mensajes e historias sobre el medio ambiente.

CALENDARIO Y CRONOGRAMA

La campaña contará desde la planificación, organización, dirección y ejecución de los planes y acciones estratégicas para efectivizar el cronograma, de ahí se determinará un mínimo de 2 meses solo en la planificación, adicional a los 3 meses para la ejecución de la campaña; en cuanto a la frecuencia de los anuncios y actividades será de cada semana como actividad participativa en los parques o lugares públicos, por otro lado el uso de los mensajes como comunicación virtual e impresa se buscará en determinados días según el estudio del flujo y tráfico digital, considerando que se podría implementar de manera paulatina desde cada 3 días hasta llegar día por medio, según las actividades y la comunicación dependiendo del mensaje y las actividades de interacción con los cibernautas; los medios impresos a manera de noticia o publinews, los espacios de radio y la televisión en la invitación a las actividades públicas.

SELECCIÓN DE MEDIOS

Es importante señalar que Montecristi por situarse a 15 minutos al puerto internacional de Manta y a 10 minutos del puerto artesanal de Jaramijó, generará influencia cultural en el caso de la campaña debemos tomar en cuenta varios aspectos:

- ✓ La migración local de la población de Montecristi, por la situación del trabajo, comercio, formación académica, turística en Manta y Jaramijó.
- ✓ El desplazamiento de mercado hacia Manta como puerto principal.
- ✓ El libre acceso y conexión turística de la mancomunidad (Manta, Montecristi y Jaramijó).

Se tomará en cuenta los siguientes medios de comunicación:

- ✓ Televisión Manabita, Manavisión, Radio modelo, marejada y canela, por tener espacios de participación en lo referente a Montecristi y sus noticias.

- ✓ Prensa escrita como el diario mercurio y El Diario, con una frecuencia provincial y local.
- ✓ Facebook, blogger, Hotmail y whastapp, aplicaciones y plataformas con mayor afluencia en la localidad de Montecristi.

ESTRATEGIA DE PROGRAMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TIEMPO CAMPAÑA MEDIOS DE COMUNICACIÓN	MES 1		MES 2		MES 3	
	1 - 15	16 - 30	1 - 15	16 - 31	1 - 15	16 - 30
PRENSA	20%	5%	20%	5%	20%	5%
RADIO	10%	50%	60%	40%	50%	40%
TELEVISION	5%	5%	50%	50%	50%	50%
MEDIOS DIGITALES	90%	90%	50%	50%	90%	90%
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	SEMANTAL					
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO Y DOMINGOS
PRENSA	1/2 DE PAGINA		1/4 DE PAGINA	1/4 DE PAGINA		1/2 DE PAGINA
RADIO	15 SPOT	2 SPOT	5 SPOT	5 SPOT	2 SPOT	2 SPOT
TELEVISION	2 SPOT				2 SPOT	5 SPOT
MEDIOS DIGITALES	VIDEOS SPOT	IMAGENES	IMAGENES	IMAGENES	IMAGENES	VIDEO SPOT
ALTERNATIVAS DE COMUNICACIÓN	SEMANTAL					
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO Y DOMINGOS
ENTREVISTAS EN RADIO	X				X	
ENTREVISTAS EN TELEVISION	X				X	
EVENTOS PUBLICOS		X			X	X
CAMPAÑA PUERTA A PUERTA.	X		X		X	X

PRESUPUESTO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Detalle	Parcial	VALOR
Diario el Mercurio	Cuarto de pagina		\$ 85
El diario	Cuarto de pagina		\$ 120
Tv. Manabita	Por spot de 30 segundos		\$ 40,00
Manavisión	Por spot de 30 segundos		\$45,00
Radio Canela	Paquete de spot de (10 a 20 segundos)	5 spot diarios de lunes a viernes. Adicional mencionar en programas.	\$ 400,00
Radio Modelo	Paquete de spot de (15 segundos)	4 spot diarios de lunes a viernes.	\$250,00
Radio Marejada	Paquete de spot de (10 a 20 segundos)	3 spot diarios de lunes a viernes.	\$280,00
Trípticos y afiches	5000 ejemplares		\$ 890,00
Gastos logísticos			\$ 500
Camisetas y gorras	500 camisetas	500 gorras	\$ 2500,00
Gastos de internet			\$ 200

Medios de comunicación	Total
Prensa escrita	\$ 1230,00
Radio	\$ 2790, 00
Televisión	\$ 7140,00

MONTO DE LA CAMPAÑA	TOTAL
Medios de comunicación	\$ 1.1160,00
Logística y otros gastos.	\$ 1700,00
Materiales de imprenta.	\$ 2.500,00
MONTO TOTAL DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA	\$15.360,00

CONTENIDO PUBLICITARIO





**KEEP
CALM**

AND

**REDUCE
RECICLA
REUTILIZA**



CONSTRUYAMOS

*un
Montecristi*

*Limpio y sin
contaminación...*

REDUCIR
ECICLAR
REUTILIZAR



3 Consejos para cuidar a *Montecristi*



REDUCIR

Optimizar el consumo de recursos que generamos. Elegir productos con poco empaque, evitar envases excesivos e incorporar hábitos de reciclaje.



REUTILIZAR

Darle un nuevo uso al residuo antes de desecharlo. Por ejemplo, usando las hojas de ambos lados, o recargando las botellitas de agua o gaseosa.



RECICLAR

Utilizar el residuo como materia prima y generar un nuevo producto. Cuando reciclamos papeles para hacer otros nuevos, o botellas para hacer buzos polar, tuberías y macetas.





En tus

Manos está el futuro de
Montecristi

REDUCE RECICLA REUTILIZA





TIPOGRAFÍA, ESQUEMA DE COLORES

Para la campaña se escogió varios tipos de fuentes, para incidir estratégica en la mente de la audiencia, el mensaje como un todo, integrado de varios elementos: las fuentes tipográficas son:

Arial: que describe en varios mensajes de la tres acciones Reduce, recicla y reutiliza.

Elipsoideogram: tipografía que permite con su forma particular mencionar la frase por un.....Limpio y sin contaminación...

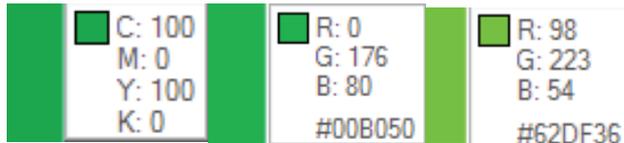
Jennifer Lynne: esta tipografía describe a la palabra Montecristi, se consideró esta cursiva manuscrita por el toque de tradición visual al mencionar el cantón.

En cuanto a los colores se trabajó con un 80% de color RBG en el caso de la visualización para prensa digital, blog, correos electrónicos, mensajería telefónica y redes sociales; el resto de la utilización

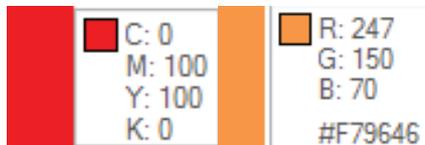
correspondió a un 20% de CYMK en el caso de la impresión de lonas, camisetas y tríptico para promocionar la campaña. Estos colores pueden variar en la modificación y avance de la campaña según sus actividades.

Los colores que se utilizaron son sus respectivos códigos son:

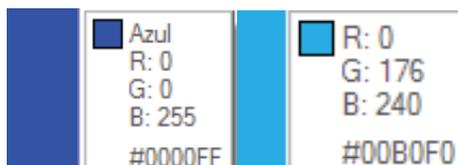
Matiz de verde (CYMK) y de Verde (RGB):



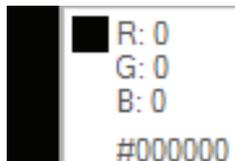
Matiz de magenta (CYMK) y de Rojo (RGB):



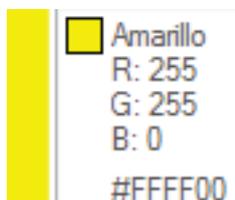
Matiz de Azul (RGB):

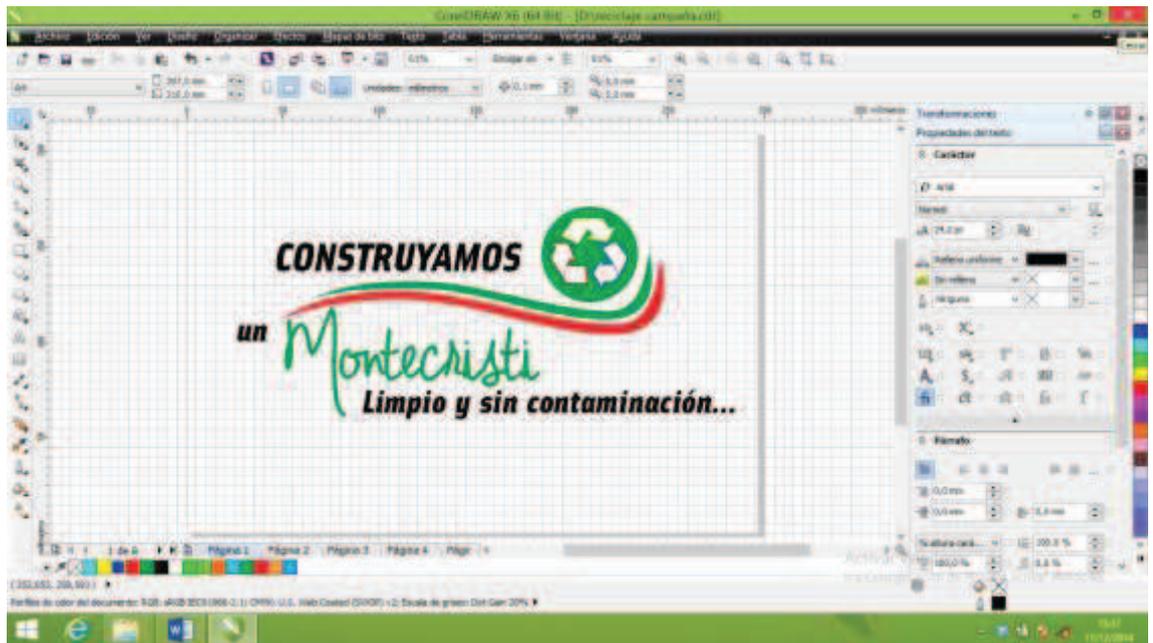


Matiz de Negro "black" (RGB)



Matiz de Amarillo (RGB):





Resultados Esperados Del Reciclaje En El Colegio.

En tres semanas de implementación de este proceso reciclar:

- 2.120 botellas de Pet pequeñas
- 1.326 botellas de Pet grandes
- 66 botellas de PE HD pequeñas
- 9 botellas de PE HD grandes
- 67 latas de aluminio

En kilos esto significa: 137.73 kilos de plástico y 0.67 kilos de aluminio, en dólares este material representa \$14.25.

Haciendo un cálculo aproximado tenemos que de realizarse esta separación dentro del colegio durante todo el año (entre 8 y 9 meses de clases), el colegio podría obtener ingresos por \$171 al año reciclando únicamente las botellas de plástico y las latas de aluminio que se consumen en el horario de clases dentro del colegio.

Este proceso también sirve de indicador para constatar si realmente los estudiantes han asimilado lo dictado en las charlas. En los primeros días la cantidad de basura que aparecía en los tachos era de aproximadamente el 50%, a partir del tercer día esta se redujo al 25%. En la segunda semana la proporción fue de 80% material reciclable y 20% basura. En la semana final que dentro del concurso de reciclaje correspondió a la semana del plástico y aluminio los alumnos no arrojaron basura a los tachos de material reciclable, es decir, los tachos estaban 100% compuestos por material reciclable.

Concurso De Reciclaje.

El concurso es la segunda parte de la campaña, y la estrategia es de recolectar la mayor cantidad de materiales reciclables.

Se involucra a los estudiantes de bachillerato, y se premiará al curso que logre reciclar mas, donde se premiará a todo el curso y al alumno que mas apporto en la actividad.

Se clasificará de la siguiente manera:

- Periódico
- Hojas
- Libros
- cuadernos
- Revistas
- Guías telefónicas
- Botellas plástico
- Botellas de vidrio
- Latas
- Fundas plásticas y plástico en general (incluido lo desechable)
- Fundas de papel
- Cartón

De tomar en cuenta la cantidad de material se dividen por semana

Es decir que la primera y la segunda semana se trabajara con lo que corresponde al periódico, hojas, libros, cuadernos, revistas y guías telefónicas. La tercera semana con lo que corresponde a botellas plásticas, botellas de vidrio, latas. Y la cuarta semana con lo que corresponde a Fundas plásticas, plástico en general (incluido lo desechable) y cartón.

De esta manera podemos estimar la facilidad que tienen los alumnos al momento de llevar los artículos que se piden por semana y se pueden controlar mejor.

Método De Puntuación Para El Concurso De Reciclaje.

Al finalizar el mes se toma en cuenta la siguiente puntuación.

Puntaje por recolección

Material	Kilo	Puntaje
Papel. (hojas, libros, cuadernos, revistas, guías telefónicas, fundas de papel)	1	4 puntos.
Botellas (plástico, vidrio)	1	10 puntos.
latas	1	20 puntos
Plástico (fundas, plásticos en general, incluido desechable)	1	20 puntos.

Elaborado por: La autora

Resultados Del Concurso De Reciclaje.

Esperamos recolectar un promedio de 5 kilos de material reciclable por estudiante o llegar a recolectar más de 20 kilos.

Cada 133 toneladas de papel que se reciclan se ahorra en vertederos un espacio equivalente a una piscina olímpica llena, si reciclamos una tonelada de papel ahorramos 14 árboles de tamaño mediano, 130.000 litros de agua y 9.600kw/h de energía; la suficiente para suministrar electricidad a una familia media durante un año. Si esa familia recicla su papel durante un año, evitará que se talen 3 árboles, ahorrará 34.000 litros de agua y de energía eléctrica para cuatro meses.

Hay ocasiones en que los materiales reciclados dan lugar a productos diferentes al material de origen; con ocho cajas de cereales se pueden crear un libro, con 80 latas una llanta de coche, con seis briks una caja de zapatos y con 40 botellas un plástico PET (las típicas de agua mineral) se pueden hacer un forro polar⁵⁰.

⁵⁰ <http://www.transformahogar.com/numeros-curiosidades-y-reciclaje/sabias-que-23.htm>

Reconocimiento A Los Ganadores.

Para incentivar a los alumnos, se premiará por semana al estudiante que más haya colaborado, y al curso que más haya reciclado. De esta manera incentivamos a que sigan en la recolección y cada vez los premios que sean más llamativos para atraer la atención de los estudiantes.

La premiación semanal se hará en el patio de la Institución educativa, en horario de receso, de esta manera no se molestará e interrumpirá con los horarios de clase.

Al finalizar la campaña de reciclaje, mediante una rueda de prensa y tomando en cuenta que es la clausura se lo realizará en la plazoleta Eloy Alfaro del Cantón, de esta manera se premiará a la Institución que más ha recolectado, los premios consisten en placas, menciones de honor, trofeos, medallas y para el curso ganador un paseo de fin de curso.

Es necesario mencionar que se lo hace con el fin de que los alumnos cooperen para futuras campañas y programas que se realicen, no tanto por lo económico sino por el cuidado de nuestro medio ambiente.

El Proceso De Comercialización Del Material Reciclable.

Es necesario recalcar que para la comercialización de los materiales reciclados se lo realizará de manera directa con las empresas recicladora certificadas y calificadas.

La lógica de esto es que la empresa se encargue de ir directamente al colegio a retirar el material, de esta manera un líder por curso estará presente en el momento de pesar el materia y lo mismo un docente de la Institución, de esta manera estamos demostrando transparencia en el concurso.

1.3. PRECIO

Ingresos y Egresos del Proyecto.

Cuadro: Dinero Recolectado

Material	Kilos	Precio por kilo	Precio Total
Papel. (hojas, libros, cuadernos, revistas, guías telefónicas, fundas de papel)	3500	\$ 0.20	\$ 700
Botellas (plástico, vidrio)	2300	\$ 0.02	\$ 46.00
latas	943	\$ 0.1	\$ 94.30
Plástico (fundas, plásticos en general, incluido desechable)	520	\$ 0.06	\$ 31.20
TOTAL			\$ 861.50

Elaborado por: La autora

Cuadro: Gastos Incurridos.

	Precio Unitario	Cantidad	Precio Total
Placas para ganadores	\$25	3	\$75.00
Diplomas	\$2.00	7	\$14.00
Medallas	\$ 1.25	30	\$37.50
Fotos para arreglo de carteleras comunicativas y afiches	\$5.25	8	\$42.00
Fundas Plásticas	\$0.25	12	\$3.00
Alimentación y gastos varios	\$4	25	\$100.00
Diseño de Personaje y Logo	\$30	2	\$60.00
TOTAL			\$ 331.50

Elaborado por: La autora

Ganancia de la campaña para el Colegio ganador.

En los esquemas anteriores vemos reflejados los resultados de los desechos acumulados, todo esto es haciendo un aproximado, para lo cual se toma en cuenta los ingresos que es de \$861.50 y de los egresos la cantidad de \$ 331.50 obteniendo una ganancia estimada de \$530. Con el resultado de la ganancia se la dará al curso que mas recaudo en desechos puesto que es parte del premio final.

Nos damos cuenta que a lo largo de la ejecución de la campaña hemos logrado formar criterios ecológicos de lo cuan importante es la recolección de desechos en los colegios, de esta manera no solo incurrir en colegios fiscales sino en colegios Particulares, fisco misionales y municipales. Proyectarnos para realizar mingas barriales y que todo obtenga un resultado deseado. Adecantamiento y formación de criterio.

BIBLIOGRAFÍA

- Boada, Alejandro (2003), “De la producción sostenible al consumo sustentable” Universidad Externado de Colombia Facultad de Administración de Empresas Material didáctico Programa de Especialización en Sistemas de Gestión Ambiental.
- El tomo II del Libro Verde de Medio Ambiente Urbano ha sido realizado en el marco del Convenio de colaboración entre el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental) y la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona
- Ecuador (2015). Constitución de la República del Ecuador.
- Ferrell, Hirt, Ferrell, (2010). Introducción a los negocios en un mundo cambiante, séptima edición, McGraw Hill / Interamericana editores, México DF.
- Gustavo Zúñiga, director de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales del Municipio, entrevista Diario El UNIVERSO 7 enero 2009. www.eluniverso.com
- Romero, Ladis. (2012). Publico en su blog <http://octavoitsclenglite.blogspot.com/2012/07/que-es-una-campana-social.html> sobre las campañas sociales, esta concepción se determina que a campaña tiene la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto
- Luis Pérez pulido. (2014). Un estudio sobre la eliminación de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en los hogares españoles. Universidad de Sevilla España.
- Gonzales Ladislao. (1993). Tesis Doctoral: Marketing de Reciclado. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de ciencias Económicas y empresariales. Madrid España.
- Extraído de la Tesis Doctoral: Marketing de Reciclado. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de ciencias Económicas y empresariales. Madrid España >CUIDAR LA TIERRA. Una estrategia para el futuro de la vida. PNUMA (Programa de las NN.UU. para el medio ambiente) W.W.F Fondo mundial para la

naturaleza> ADENA (Asociación para la defensa de la naturaleza), 21/10/91

- Publicación Escuelas Idea Sana EROSKI Noviembre “La importancia de reciclar” www.ideasana.com
- Fundación Onda Verde, Publicación, 11 de Mayo 2009
- Concepto de reciclaje - Definición en DeConceptos.com <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/reciclaje>
- Definición de campaña - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/campana>
- Definición extraída de : <http://espanol3cach.blogspot.com/>
- Extraído de la enciclopedia. http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_ambiente.
- Comunicado de la ONU, en el 45 aniversario la madre tierra, Este año el Día Internacional de la Madre Tierra, que se celebra para crear conciencia sobre los problemas medioambientales que afectan al planeta, cumple 45 años. En su mensaje para la ocasión, el Secretario General de la ONU hizo un llamado a ser conscientes de “las consecuencias que tienen nuestras decisiones sobre el planeta”.
- El Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE), con el objetivo de incentivar al sector público y privado, a emplear nuevas y mejores prácticas productivas y de servicios, desarrolló PUNTO VERDE como una herramienta para fomentar la competitividad del sector industrial y de servicios, comprometiéndolos con la protección y conservación del ambiente.
- Pérez, 2004, 25-26 - http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/jimenez_t_da/capitulo9.pdf
- Desde Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/ecosistema>.
- Publicación de la FAO - Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación. Roma, Italia. 2013.

- Borrador del estudio de impacto ambiental Expost. 2013. Gobierno provincial de Manabí.
- <http://www.manabi.gob.ec/images2010/2013/05/BORRADOR-ZONA-14.pdf>
- Desde Definición ABC:
<http://www.definicionabc.com/general/flora.php>
- Desde Definición ABC:
<http://www.definicionabc.com/?s=fauna+#ixzz3Y9XXpNqw>
- <http://www.relec.es/relec/noticias-archivadas/14-impacto-ambiental-de-los-aees/404-un-informe-de-la-onu-alerta-sobre-la-necesidad-de-crear-un-plan-para-el-reciclaje-de-residuos-electronicos.html>
- <https://books.google.com.ec/books?id=HmPsGzEKnCEC&pg=PA111&lpg=PA111&dq=El+consumidor+consumidor+ecol%C3%B3gico>
- <http://www.todomktblog.com/2013/11/diferencia-necesidad-deseo.html>
- <http://tallerecologista.org.ar/menu/archivos/CartillaResiduosEscuelas.pdf>
- <http://recicladamery.blogspot.com/p/beneficios-del-reciclaje.html>
- <http://www.ecologiaverde.com/los-beneficios-de-reciclar/#ixzz3Y6LhSieB>
- http://marketisimo.blogspot.com/2009_03_01_archive.html
- <http://fuerzasdeporter.blogspot.com/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Montecristi
- <http://www.transformahogar.com/numeros-curiosidades-y-reciclaje/sabias-que-23.htm>
- <http://www.planverde.df.gob.mx/planverde/ecomundo/49-residuos-solidos/436-historia-y-reciclaje.html>
- <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>
- <http://www.seresponsable.com/2012/01/09/cuanto-papel-usas-aproximadamente-en-un-ano/>

- <http://www.expoknews.com/cuanto-papel-usa-una-persona-por-ano/>
- <http://ecoclubmistral.es.tl/Tips-Ambientales.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje.](http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje)
- <http://www.lahuelladigital.com/%C2%BFcuanto-vive-la-basura/>
- www.df.cl
- [www.mosqueraripantoclaS.A. pdf](http://www.mosqueraripantoclaS.A.pdf)
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/>

ANEXOS





PLAN DE ACCIÓN

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES	MAY.	JUN.	JUL.	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABRIL	MAY.
ACTIVIDADES													
IDEAS	X												
PRESENTACIÓN DEL TEMA	X	X											
APROBACIÓN DEL TEMA		X											
DESARROLLO		X	X										
REUNIÓN CON DIRECTOR DE TESIS			X										
RECOLECCIÓN INFORMACIÓN	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
TRABAJO DE CAMPO					X	X							
APLICACIÓN DE ENCUESTAS						X							
TABULACIÓN DE ENCUESTAS						X							
ANÁLISIS DE ENCUESTAS						X							
DIGITACIÓN DE INFORMACIÓN			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
PRESENTACIÓN DE BORRADOR										X	X	X	
CORRECCIÓN DEL BORRADOR												X	
PRESENTACIÓN TESIS												X	
SUSTENTACIÓN													X