



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

TEMA:

**INVESTIGACION SOBRE LA APLICACIÓN DEL MARKETING AMBIENTAL
EN LOS ALMACENES AGROPECUARIOS DE LATACUNGA COMO
PROPUESTA DE MEJORA COMERCIAL.**

AUTORES:

- Ing. Barreno, Lucio
- Ing. Jácome, Jessica

- Director: Ing. Tapia, Julio

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- ▶ En Europa, para enfrentar el problema de los envases, dictaron la Ley de envases y residuos de envases (vigente en España desde 1967) que se basa en un sistema de depósito, devolución y retorno y un sistema de gestión de residuo de envases. En el primero, en la venta se cobra un valor al consumidor que es devuelto cuando retorna el envase. Esto asegura la recolección del envase; y con el segundo, si no se participa en el primero, se obliga a un proceso de reciclaje. La ley busca la prevención, reutilización y reciclado de envases.

JUSTIFICACIÓN

- ▶ La conservación ambiental es de suma importancia a nivel mundial, y aún más en Cotopaxi una zona eminentemente agrícola, ya que aplicando la conservación ambiental de manera correcta, se podría alcanzar un desarrollo sustentable, asegurando un buen uso del medio ambiente a través de una buena delimitación de sus espacios, lo cual generará el aseguramiento de los recursos naturales que puedan ser útiles tanto a esta generación como a las futuras.
- ▶ El presente proyecto tiene su importancia tecnológica porque aplica herramientas administrativas para mejorar la calidad de vida social en la ciudad de Latacunga, en donde los almacenes de venta de productos agropecuarios juegan un papel fundamental al ser emisores de productos embotellados en plástico con contaminantes lixiviados.

OBJETIVO GENERAL

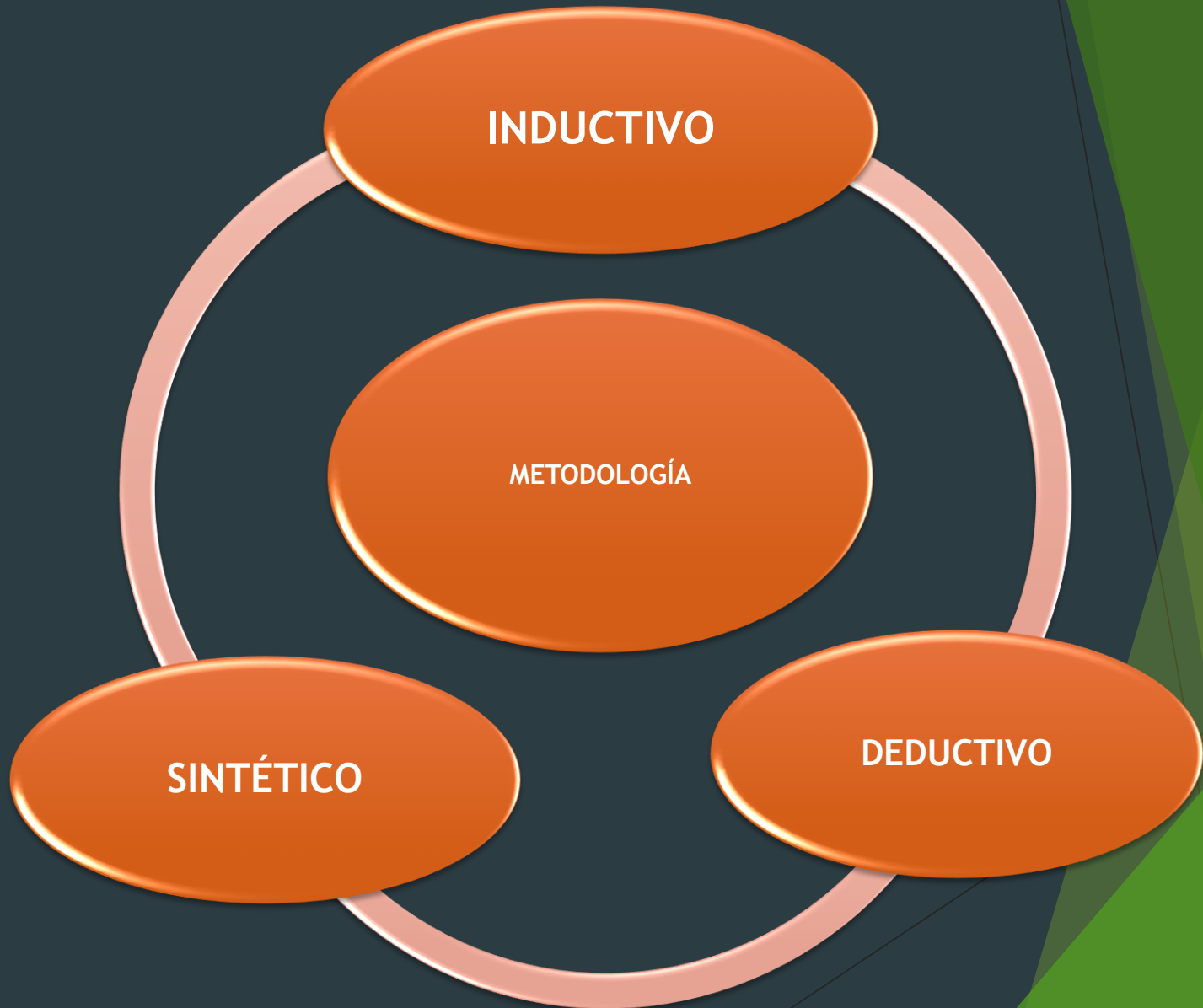
- ▶ Investigar sobre la aplicación del marketing ambiental en los almacenes agropecuarios de Latacunga para mejorar la aplicabilidad del manejo de desechos sólidos, caso especial de botellas plásticas

Describir un análisis situacional para la investigación del marketing ambiental, para conocer los factores internos y externos que rodean al objeto de estudio.

**ESPECÍFICO
S**

Referir las generalidades de la investigación en el contexto de los antecedentes, importancia, justificación para establecer la relevancia a priori de la investigación

Establecer estrategias de promoción de reciclaje de botellas de productos agropecuarios como parte del marketing ambiental para mejorar la viabilidad comercial de los almacenes agropecuarios.



FODA:

FORTALEZAS

F1 Las empresas cuenta con una imagen fortalecida y trabajada con renombre en el medio. 4

F2 Existe personal en los mandos medios muy comprometidos con la empresa. 3

F3 Calidad en la prestación del servicio

F4 Existe suficiente capital de trabajo. 4

F5 Cuenta con una tecnología apta para el mercado que con facilidad puede ser mejorada en un futuro. 3

DEBILIDADES

D1 Ausencia de planificación en Marketing. 4

D2 Inadecuado plan de recolección de envases plásticos de productos agropecuarios. 3

D3 Deserción de personal 4

D4 No se cuenta con un buen plan de reciclaje. 4

D5 Ausencia de compromiso ambiental 4

D6 Ausencia de planes de capacitación en pertinencia 4

D7 No se incentiva al reciclaje al usuario 3

OPORTUNIDADES

O1 Apoyo a las campañas de reciclaje	3
O2 Inversión en mercadería de mayor salida.	3
O3 Ingreso al mercado a nivel provincial.	4
O4 Mayor protección al sector comercial por parte del gobierno nacional.	4
O5 Permeabilidad de las empresas para realizar negocios	4

AMENAZAS

A1 Escasez de personal calificado en la promoción de reciclaje y protección ambiental	4
A2 Tendencia de los países a tener varios importadores y proveedores.	3
A3 Escepticismo de invertir debido a cambios de políticas en el Ecuador	3
A4 Tasas de interés elevadas por Ley Financiera.	3
A5 Ausencia de estándares de calidad en el medio.	2

MATRIZ ESTRATÉGICA:

Estrategias FO

F1-F3-O3-O5 Realizar convenios o alianzas estratégicas con empresas nacionales.

F1-F3-O3 Fidelizar y captar nuevos clientes

Estrategias FA

F1-F3-F4-A2-A5-A6 Mantener productos en el mercado de calidad.

F3-F4-F5-A2-A5 Realizar campañas de información para hacer conocer a los clientes la experiencia de la empresa y la calidad del servicio prestado

Estrategias DO

D2-O1 Implementar un sistema de recolección de envases plásticos

D1-D3-O4 Gestionar la empresa a través de los Ministerios un plan de Marketing Ambiental

D5-O3 Capacitar permanentemente en protección ambiental

D2-O1-O3 Tener personal altamente capacitado en temas de reciclaje de botellas plásticas

Estrategias DA

D3-A1 Promocionar a través de personal adecuado.

D1-D5-D6-A5-A6 Establecer planes de aplicabilidad de reciclaje a través de medios comerciales

D4-D5-A1 Realizar talleres de integración, capacitación.

D1-D7-D8-A6

Implantar una adecuado propuesta de promoción de reciclaje de botellas plásticas como parte del marketing ambiental

CALCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 * p(1 - q) * N}{e^2(N - 1) + Z^2(p)(1 - q)}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5(1 - 0,5) * 82.301}{0,05^2(82.300 - 1) + 1,96^2(0,5)(1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 82.301}{0,0025(82.300) + 3,8416(0,5)(0,5)}$$

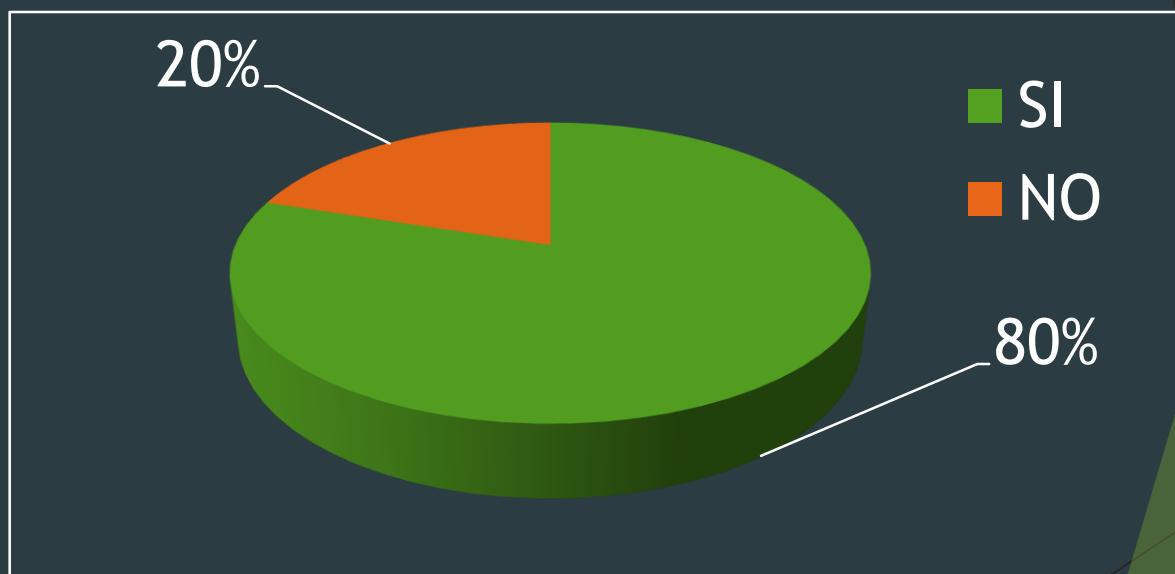
$$n = \frac{7904188.04}{2067104}$$

$$n = 385.3$$

$$n = 385$$

Uso de productos químicos en botellas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	308	80%
NO	77	20%
Total	385	100%

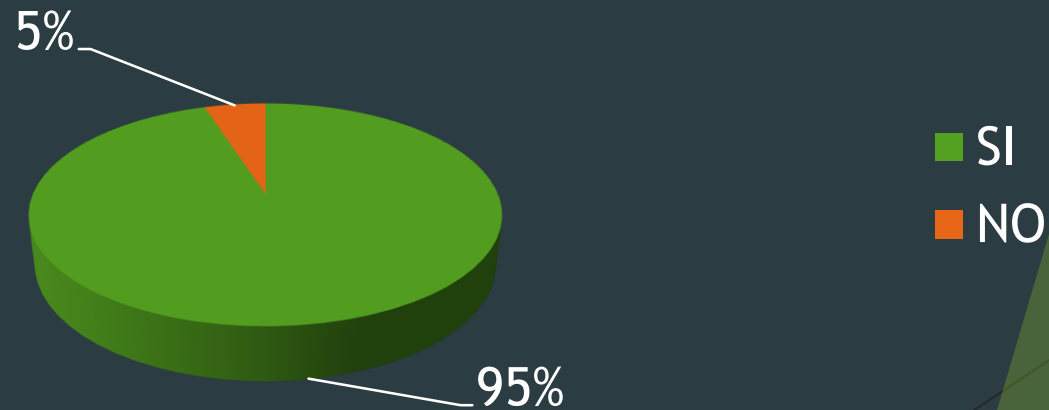


Fuente: Investigación de Campo

Elabrado por: Lucio Barreno - Jessica Jácome

Creación de una campaña publicitaria para reciclaje.

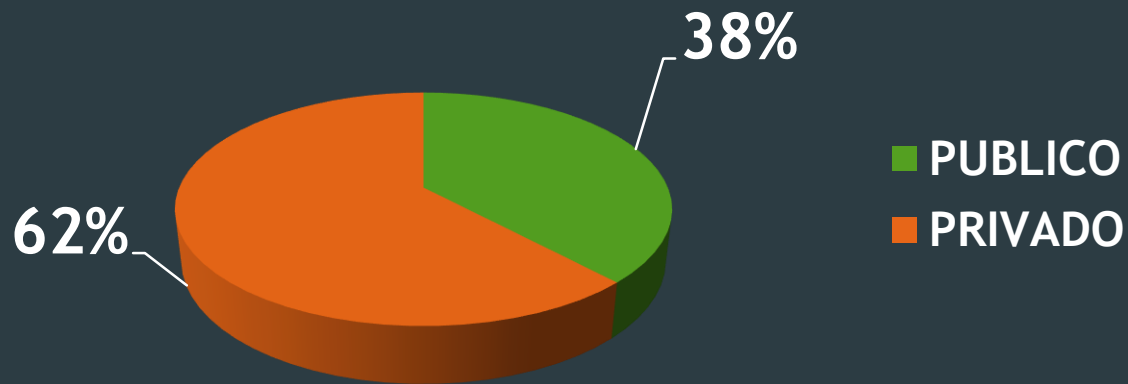
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	366	95%
NO	19	5%
Total	385	100%



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lucio Barreno - Jessica Jácome

La iniciativa de reciclaje debe ser auspiciado por tipo de empresa

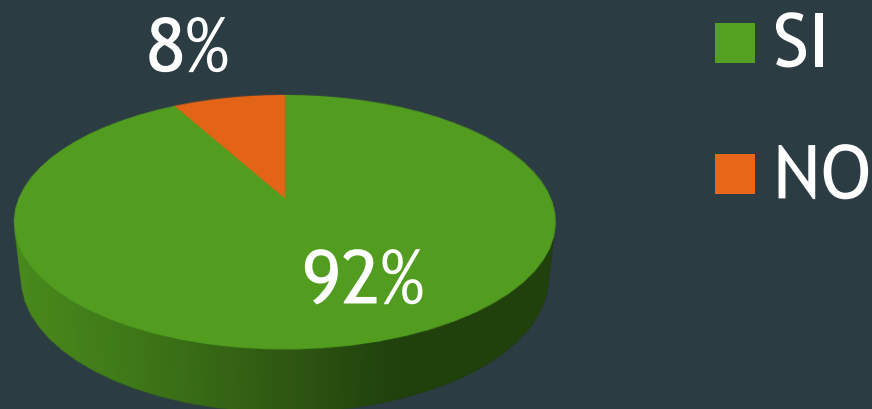
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
PUBLICO	146	38%
PRIVADO	239	62%
Total	385	100%



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lucio Barreno - Jessica Jácome

Aceptación en el reciclaje de botellas de productos químicos por los consumidores

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	352	92%
NO	33	8%
Total	385	100%

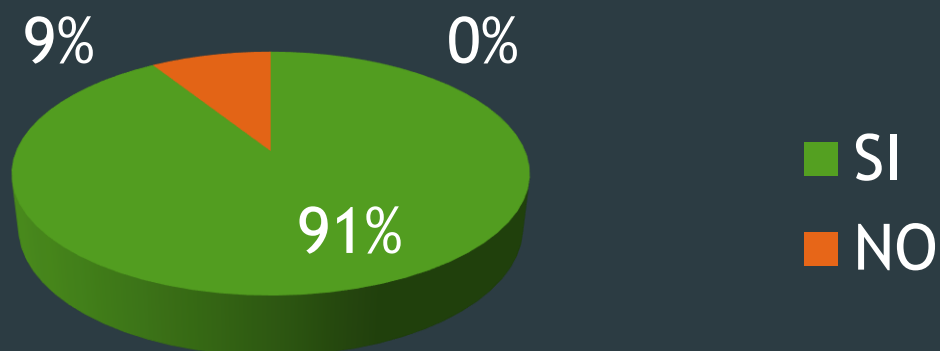


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Lucio Barreno - Jessica Jácome.

Existencia de desechos plásticos de productos agroquímicos.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
SI	350	91%
NO	35	9%
Total	385	100%



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Lucio Barreno Jessica Jácome

PROPUESTA DE MEJORA COMERCIAL

A. CAMPAÑA PUBLICITARIA

Una vez interpretados los datos, como investigadores deducimos que si es factible lanzar la campaña de reciclaje y marketing ambiental, ya que la mayoría de la población está de acuerdo con que se ejecute este.

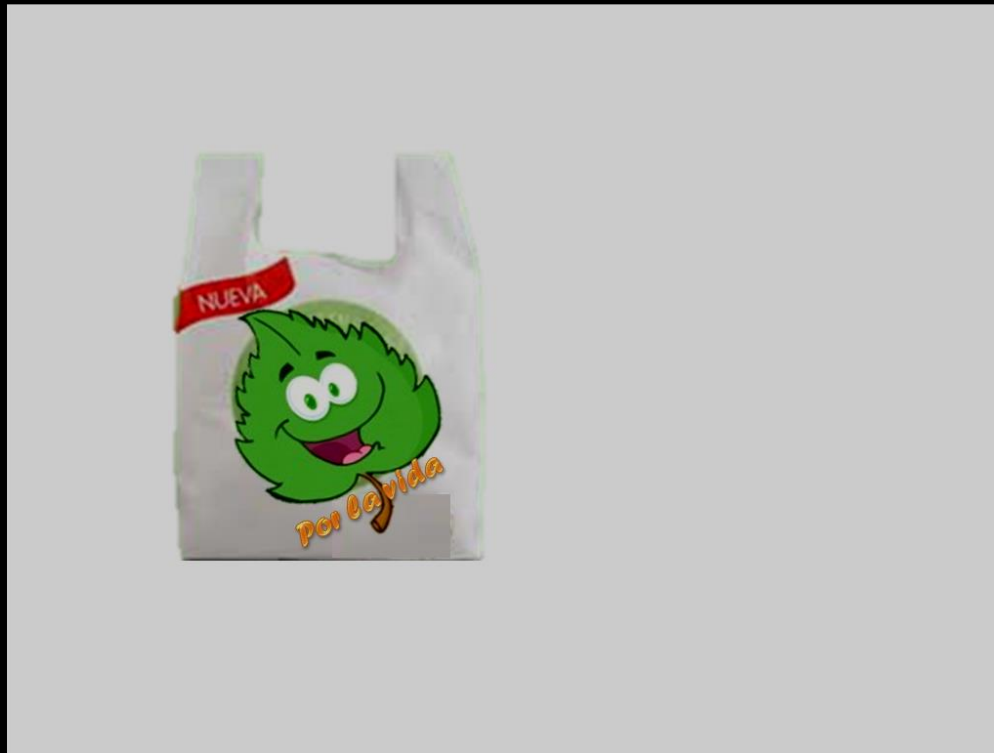
La sustentabilidad de la campaña se basa en que se puede escoger un sistema de reciclaje que representa un ingreso por volumen de ventas que ayudaría a solventar los gastos, más el aporte gubernamental bajo la modalidad de apoyo al ambiente dentro de los ejes del buen vivir.

La novedad científica del proyecto esta descrito en una propuesta de mejoramiento del entorno social a través de un sistema de buen vivir

Además es importante denotar que la campaña publicitaria tiene un eje importante en el uso de internet como medio de difusión para evitar el desperdicio de papel como aporte ambiental.

La campaña publicitaria hace un enfoque ambiental para ubicarse en el pensamiento de una nueva cultura de protección ambiental desde el agro para prevenir que se siga deteriorando el medio ambiente.

MODELOS PARA CAMPAÑA PUBLICITARIA



Recicla tus envases y recibe descuentos especiales

Los Flyres O VOLANTES: se sugiere que estén disponibles en los puntos de venta y que se regalen a las autoridades y profesores de la Universidad con especialidades de Agropecuaria para que visiten la página web que se propone crear.

Anverso	reverso
<p data-bbox="440 539 873 631">Recicla los envases de plástico agroquímico</p>  <p data-bbox="540 1239 782 1320">Por que todos somos uno RECICLA</p>	<p data-bbox="1052 525 1381 554">El reciclaje es un proceso.</p> <p data-bbox="1000 575 1435 746">Una serie de actividades que incluyen: La clasificación de los residuos, la recogida, el tratamiento de estos materiales para producir nuevos productos y la compra y uso de estos nuevos productos por parte de los consumidores.</p> <p data-bbox="1000 749 1435 821">El reciclaje es más optimizado y eficiente si practicamos las tres R de la gestión de residuos: Reducir, Reutilizar y Reciclar.</p> <p data-bbox="1000 823 1435 995">La Reducción de los residuos se logra a través de un ahorro o disminución intencional en nuestras compras y hábitos consumo, el compostaje de los residuos orgánicos y la negativa a usar artículos desechables, como bolsas de polietileno y plástico.</p> <p data-bbox="1000 998 1435 1218">La Reutilización de materiales sirve para alargar el uso de un elemento determinado. Ejemplos de esto son: reutilizar botellas o envases de vidrio, dar sus teléfonos celulares viejos a los amigos o familiares para su reutilización, y dar nuevos usos a los empaques o contenedores de algunos productos.</p> <p data-bbox="1000 1249 1242 1278">www.porlavida.com</p>

Los Banners: Los Banners O Impresiones En Gigantografias Son Colocados En La Entrada De Cada Almacén De Productos Agropecuarios, Y En El Caso Que Hayan Ferias U Otros Eventos Sirve Para Aprovechar Estos Espacios Para Darse A Conocer. **Objetivo:** Publicitar Los Banner En Cada Establecimiento Para Contribuir Con La Difusión Visual En Cada Almacén Agropecuario Como Punto Estratégico.



Afiches: Los Afiches O Impresiones En Papel Cucho En Formato A3 Deben Ser Colocados Adentro De Los Diferentes Almacenes Agropecuarios, Terminal Terrestre.
Objetivo: Distribuir Afiches Que Sean Colocados En Lugares Visibles Para Que Los Usuarios Visualicen El Mensaje De Reciclaje.



Páginas Web: La Página Web Es Un Medio Electrónico Debe Tener Un Enfoque Informativo Y De Consulta De Enfermedades Y Potenciales Soluciones A Enfermedades Del Agro.

Objetivo: Publicitar La Página Web En Las Redes Sociales Para Difundir Su Contenido Y Propagandas De Reciclaje Objeto Principal De La Campaña Publicitaria.



Redes Sociales: Es importante llegar a grandes sectores a través de la tecnología, porque si bien es cierto no todos los pequeños agricultores no tienen acceso a esta información sus familiares directos si, y ellos poseen cuentas en redes sociales y se convertirán en portavoces del objeto del mensaje de la campaña publicitaria.
Objetivo: Difundir la campaña de reciclaje de envases de productos agropecuarios.



PRESUPUESTO DE MATERIALES CREATIVOS

PRODUCTO.	UNIDAD	PRECIO (USD)	TOTAL (USD)
Propaganda radial	4 pasadas por día	200 (mes)	200
Fundas	8000	0,045	360
Flyres	4000	0,075	300
Banner	40	80	3.200
Afiches	1000	0,08	80
Página Web	1	300	300
Redes Sociales	3	50	150
Total		1070	\$4.590

B. PROPUESTAS DE MEJORA COMERCIAL

- ▶ **Primera etapa, la Organización.** Dentro de ésta se tiene la creación del Comité de Presentación Comercial, las funciones que el comité realizará, el proceso que se llevará a cabo a desarrollar para el diseño de los Flyres, Pagina Web, Afiches, etc.
- ▶ **Segunda etapa, la Investigación.** Esta etapa contiene lo que es la pre investigación, investigación y pos investigación.
- ▶ **Tercera Etapa, la Ejecución.** La cual está compuesta por estrategias de presentación estética, de Merchandising.
- ▶ **Cuarta etapa, El Control y Mejoramiento.** Se encuentra compuesta por la medición y monitoreo.

C. MATRIZ DE PROPUESTA DE MEJORA AMBIENTAL

Tipo:	Sensibilización.
Aspecto ambiental relacionado:	Residuos, emisiones.
Objetivo de la actividad:	Reciclar botellas y recipientes de almacenamiento de productos agropecuarios.
Responsable de ejecución:	Ministerio de Ambiente y Agrocalidad.
Plazo de ejecución:	Primer semestre de 2015, y replicas todo el año.
Indicadores para su seguimiento:	Cantidad de producto reciclado por almacén mensualmente.
Responsable del seguimiento:	Ministerio de Medio Ambiente
Evaluación:	Ministerio de Ambiente

D. PROPUESTA DE MEJORA COMUNICACIONAL

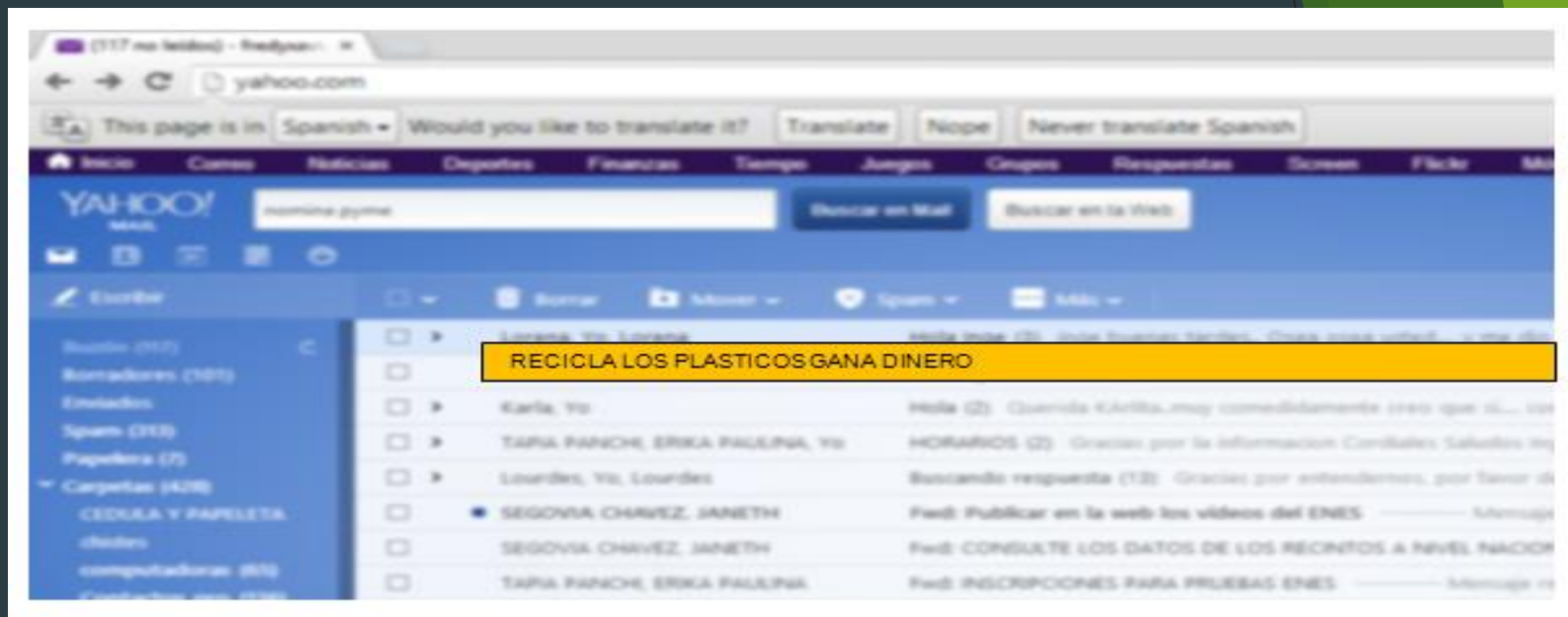
A. Radio: Participar mensualmente en el programa de Radio Hechizo en el cual participan diferentes Autoridades de la Localidad como son los señores Alcalde, Prefecto, Secretarias de Ambiente del Municipio, Gobierno Provincial.

- ▶ Tomando en cuenta que se desea llegar a dos segmentos diferentes
- ▶ Jóvenes entre 17 - 25 años y Adultos: 26- 45 años
- ▶ CLIENTE : CAMPAÑA PUBLICITARIA
- ▶ PRODUCTO : INSTITUCIONAL
- ▶ MEDIO : RADIO
- ▶ DURACIÓN : 30 segundos

Contenido de cuña comercial:

“Sabias que los plásticos de plaguicidas, insecticidas y afines son sumamente tóxicos y no se deben almacenar ni reciclar de manera convencional, entrega en los almacenes agroecológicos para que te descuenten en la próxima compra”.

B. Estrategia vía correo



- ▶ TITULO DE MENSAJE: RECICLA LOS PLÁSTICOS GANA DINERO
- ▶ b) Contenido del mail:
- ▶ ESTIMADO (A):
- ▶ INFÓRMESE DE MANERA URGENTE:
- ▶ *“Los plásticos de plaguicidas, insecticidas y afines son sumamente tóxicos y no se deben almacenar ni reciclar de manera convencional, entrega en los almacenes agroecológicos para que te descuenten en la próxima compra”*

C. Feria agrícola



Conclusiones:

- ▶ Se puede observar que existe un alto índice de aceptación en las encuestas con el 92% para poder realizar la propuesta de marketing ambiental con el enfoque a reciclar los productos de tipo botella plástica.
- ▶ Las políticas gubernamentales están a favor de la protección ambiental para reducir impactos en la misma, los ejes del buen vivir hacen un enfoque directo al manejo responsable de los recursos y el reciclaje es un de los principales motores de la protección del ambiente.
- ▶ En la estrategia del precio lograr descuentos en el precio final por envases devueltos.
- ▶ La iniciativa de reciclaje debe ser auspiciada por el 62 % la empresa privada y el 38% la empresa pública, y relanzar productos con etiqueta ecológica.
- ▶ El marketing ambiental ofrecerá una perspectiva sustancialmente diferente en relación al marketing tradicional.

Recomendaciones

- ▶ Se necesita mantener una campaña de marketing ambiental con enfoque al reciclaje permanentemente hasta que esta se encuentre en su etapa de madurez.
- ▶ Los medios de comunicación deben aportar al proyecto bajo el precepto de responsabilidad social para mantener el mensaje permanente en el tiempo.
- ▶ Disminuir el costo de producción de cada envase con esto se lograra el ahorro de los 0.03 centavos anteriormente dichos.
- ▶ Es recomendable incentivar a los empresarios aplicar un marketing ambiental, ya que con esto no solo estarían mejorando su imagen como empresa, si no que también estarían contribuyendo al cuidado del planeta.