



**CARRERA**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tesis previa a la obtención del Título de:  
Ingeniera Comercial Mención Marketing

**TEMA**

Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia  
Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil.

**AUTORES**

Alcívar Macías Viviana Fernanda

Castillo Silva Henry David

**TUTOR**

Ing. Com. Juan Pablo Moreno Delgado, MBA

**Guayaquil, Febrero 2015**

## **Agradecimiento**

En primer lugar a Dios por darme la fortaleza y sabiduría en todo el proceso universitario, también profesores que me brindaron y compartieron sus conocimientos con paciencia y dedicación, más aun con los profesores con los que logré formar una amistad fuera del salón de clases. Un infinito agradecimiento a mi familia que pese las adversidades que nos presenta la vida no me dejaron caer en los momentos difíciles y me permitieron estudiar. Cómo no agradecer a mi madrina Elizabeth León Quiroz ya que con sus consejos y regaños pude salir adelante y no está de más agradecer a Lcda. Carla González Pin que sin su ayuda no hubiera podido llegar a tiempo a mis tutorías.

A mi compañera de tesis Viviana Alcívar que pese a nuestras obligaciones en los trabajos, nos permitimos con dedicación, constancia y presión culminar la tesis.

Agradecido eternamente a los amigos que se preocuparon día a día sobre mis avances en la tesis, a los que sin esperar nada a cambio brindaron su mano para ayudar en alguna investigación o consejo para poder presentar un mejor trabajo, así como las personas que formaron parte de mi carrera como universitario ya que gracias a cada una de ellas aprendía algo y lo pude tomar como ejemplo para hoy culminar este logro más de la vida.

A mi tutor Juan Pablo Moreno por tenernos paciencia y sabernos guiar en la tesis.

**Henry David Castillo Silva**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por permitirme llegar a este importante objetivo siempre confiando y poniendo en sus manos mis proyectos. A mis padres que con sus enseñanzas, esfuerzo y buena educación han hecho de mí la profesional que siempre han anhelado. A mis hermanos Gabriel y Ginger Alcívar por su cariño y poder ser ejemplo para ellos, sabiendo que con esfuerzo, sacrificio y constancia se puede llegar a la meta que cada uno tiene.

A mi compañero de tesis Henry Castillo por la paciencia, tiempo y esfuerzo para que este proyecto se termine con éxito.

A nuestro tutor el Ing. Juan Moreno por su colaboración dedicada durante el desarrollo del proyecto. De la misma forma a todos los docentes que durante mi carrera universitaria me han enseñado y transmitido sus conocimientos y a la Universidad Politécnica Salesiana.

En especial a Cristhian Zambrano Cantos gracias por los consejos apoyo, comprensión y la confianza que me ha brindado durante mi carrera universitaria y estar siempre apoyándome. A mis padrinos Vicente y Eladía Cano aunque no estén junto a mí, este logro también es de ustedes.

A mis amigos gracias por esos consejos y apoyo para seguir con este proyecto.

**Viviana Fernanda Alcívar Macías**

**Dedicatoria**

Dedico esta tesis a Dios debido a que sin ayuda de él no hubiera podido seguir adelante y así estar donde estoy.

Dedico este logro a mi familia ya que ellos con esfuerzo pudieron pagar mis estudios.

A mi madrina Elizabeth León ya que ella aguantó mis corajes cuando no podía realizar algo, se lo dedico de todo corazón a las buenas personas que me ayudaron a seguir adelante las cuales no me dejaron flaquear en los peores momentos de mi vida, tanto así que pensé en retirarme de los estudios, pero estas personas con sus palabras, consejos y motivaciones no me dejaron caer.

Dedico este éxito a mis abuelos que a pesar de estar en el cielo con sus bendiciones me cuidaron y a mi abuelo Miguel Castillo que con sus consejos y mensajes me enseñó a ser una mejor persona y a seguir adelante.

**Henry David Castillo Silva**

## **Dedicatoria**

Dedico esta Tesis a Dios por darme fuerzas para poder realizar este proyecto. A mis padres por ser mi principal motivación, guía y pilar fundamental contando siempre con su apoyo y que a pesar de todos los momentos difíciles que hemos pasado confiaron en mí, y saber que podría cumplir con este sueño. Este logro es de ustedes!

A mi familia en especial a mi abuela Obdulia Álava por su ayuda durante el transcurso de mi carrera universitaria.

También dedico este proyecto a mi novio Cristhian Zambrano Cantos que con sus consejos y comprensión cuando los he necesitado siempre ha estado ahí apoyándome, para poder llegar a esta meta. A mis padrinos Vicente Y Eladia Cano, este logro también es de ustedes, sé que estarán felices al saber que han logrado lo que siempre anhelaron de mí, que sea una profesional.

A mis amigos y compañeros por su ayuda y consejos los cuales permitieron llegar a culminar con éxito este proyecto.

**Viviana Fernanda Alcívar Macías**

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos, análisis y conclusiones expuestos en esta tesis, cuyo tema es **Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil** son de exclusiva responsabilidad de los autores y el patrimonio intelectual le pertenece a la Universidad Politécnica Salesiana.

GUAYAQUIL, 11 de febrero del 2015.

Henry David Castillo Silva

C.I. 0916791585

Viviana Fernanda Alcívar Macías

C.I. 0923746580

## INDICE GENERAL

Agradecimiento .....	i
Agradecimiento .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Dedicatoria .....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	v
Resumen .....	xii
Abstract .....	xiv
Introducción .....	1
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>2</b>
Planteamiento del problema .....	2
1.1.    Presentación .....	2
1.2.    Antecedentes .....	2
1.2.1.    Historia .....	2
1.2.2.    Antecedentes históricos del reciclaje en el mundo .....	3
1.3.    Planteamiento del problema. ....	8
1.4.    Delimitación del proyecto .....	10
1.4.1.    Delimitación espacial: .....	10
1.4.2.    Delimitación académica .....	10
1.4.3.    Delimitación temporal .....	10
1.5.    Formulación .....	11
1.6.    Objetivo general. ....	11
1.7.    Objetivo específico. ....	11
1.8.    Beneficiarios .....	11
1.9.    Justificación. ....	12
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>16</b>
2.1.    Historia Arcadia Soluciones S.A. ....	16
2.2.    Misión .....	17
2.3.    Visión .....	17
2.4.    Organigrama .....	17
2.5.    FODA .....	18
2.5.1.    Fortalezas .....	18
2.5.2.    Oportunidades .....	18

2.5.3. Debilidades.....	18
2.5.4. Amenazas .....	18
2.6. Contaminación ambiental.....	19
2.7. Conceptualización de marketing .....	21
2.8. Importancia del plan de marketing .....	27
2.9. Beneficio de un plan de marketing.....	31
2.10. El reciclaje .....	35
2.11. Beneficio del reciclaje .....	35
2.12. Tipos de reciclaje.....	36
2.13. ¿Necesidad de reciclar? .....	37
2.14. Marketing ecológico .....	38
2.15. Importancia del marketing ecológico .....	40
2.16. Beneficios del marketing ecológico .....	41
2.17. Principales competidores de la empresa.....	42
2.18. Matriz PEST.....	43
2.19. Situación política.....	43
Situación económica.....	44
Situación social.....	45
Situación Tecnológica y ecológica .....	45
2.20. Cinco fuerzas de Michael Porter .....	47
□ Rivalidad entre los competidores existentes .....	47
□ La amenaza de entrada de nuevos competidores.....	47
□ Productos o servicios sustitutos.....	47
□ El poder de negociación de los clientes.....	48
□ El poder de negociación de los proveedores .....	48
2.21. Marco legal.....	48
<b>Capítulo 3.....</b>	<b>50</b>
Metodología .....	50
3.1. Población y muestra .....	50
3.2. Nivel metodológico .....	51
3.3. Tipo de investigación .....	51
3.4. Técnica de recolección de datos .....	52
□ La Observación directa.....	52

□ La encuesta .....	52
□ Focus group .....	52
□ La entrevista .....	53
3.5. Análisis e interpretación de los resultados .....	53
a) Análisis de la encuesta .....	53
b) Análisis del Focus Group .....	69
c) Análisis de Entrevista .....	73
3.5.1. Análisis general de los métodos de investigación aplicados .....	78
<b>Capítulo 4</b> .....	79
Plan de marketing .....	79
4.1. Sumario o resumen ejecutivo .....	79
4.2. Análisis de la situación del mercado .....	80
4.2.1. Análisis externo .....	80
4.2.1.1. Análisis del entorno .....	80
4.2.1.2. Análisis Porter .....	82
4.2.1.3. Análisis del mercado .....	85
4.2.2. Análisis interno .....	86
4.3. Análisis de oportunidades y amenazas puntos fuertes y débiles .....	89
4.3.1. Análisis interno .....	89
□ Fortalezas .....	89
□ Debilidades .....	89
4.3.2. Análisis externos .....	90
□ Oportunidades .....	90
□ Amenazas .....	90
4.4. Análisis desde el punto de vista de la organización comercial .....	92
4.5. Elementos del marketing mix .....	92
□ Precio .....	92
□ Producto .....	94
□ Plaza .....	96
□ Promoción .....	97
4.6. Plan de acción de marketing .....	102
4.7. Control del plan .....	102
4.8. Presupuesto .....	102

Conclusiones .....	105
Recomendaciones.....	106
Bibliografía .....	107

## Índice de Ilustraciones

### Capítulo 1

Ilustración 1.1 Reciclaje.....	7
Ilustración 1.2 Clasificación de residuos sólidos, según tipo (% de hogares) .....	8
Ilustración 1.3 Toneladas de basura .....	9
Ilustración 1.4 Ubicación Arcadia.....	10

### Capítulo 2

Ilustración 1.11 Organigrama Arcadia.....	17
---	----

### Capítulo 4

Ilustración 4. 1 Logo Trilex .....	83
Ilustración 4. 2 Logo Supralive.....	83
Ilustración 4. 3 Logo Intercia .....	83
Ilustración 4. 4 Logo Inbrave .....	83
Ilustración 4. 5 Logo Proceplas.....	84
Ilustración 4. 6 Logo Recynter .....	84
Ilustración 4. 7 Logo Reciplásticos.....	84
Ilustración 4. 8 Fundas con logo .....	94
Ilustración 4. 9 Material reciclado .....	95
Ilustración 4. 10 Material pre fabricación .....	95
Ilustración 4. 11 Producto final.....	95
Ilustración 4. 12 Diversificación de producto .....	96
Ilustración 4. 13 Funda con leyenda .....	96
Ilustración 4. 14 Activación de nueva sucursal.....	97
Ilustración 4. 15 Campaña de concientización.....	97
Ilustración 4. 16 Flyer de evento.....	98
Ilustración 4. 17 Tríptico.....	98
Ilustración 4. 18 Publicación.....	98
Ilustración 4. 19 Creación de red social .....	99
Ilustración 4. 20 Creación de red social .....	99

Ilustración 4. 21 Modelo de stand .....	100
Ilustración 4. 22 Publicidad en botes de basura .....	100
Ilustración 4. 23 Foto de bailarín Douglas Lascano.....	101
Ilustración 4. 24 Lcda. En artes escénicas Carla González.....	101

## Índice de Tablas

### Capítulo 3

Tabla 3. 1 Zona Urbana.....	54
Tabla 3.2 Tipo de sexo .....	55
Tabla 3.3 Rango de edades.....	56
Tabla 3.4 Conocimiento del negocio .....	57
Tabla 3.5 Consulta acerca del término conciencia social .....	58
Tabla 3.6 Clasificación de basura dentro del hogar .....	59
Tabla 3.7 Tipo de Material reciclado .....	60
Tabla 3.8 Motivos de reciclar .....	61
Tabla 3.9 Calidad de producto reciclado.....	62
Tabla 3.10 Conocimiento de empresas con responsabilidad ecológica .....	63
Tabla 3.11 Compra de productos reciclados .....	64
Tabla 3.12 Adquisición de productos reciclados .....	65
Tabla 3.13 Uso de Fundas plásticas .....	66
Tabla 3.14 Frecuencia de compra de fundas .....	67

### Capítulo 4

Tabla 4.1 Costo de funda hogares .....	93
Tabla 4.2 Precio cantidades industriales .....	94
Tabla 4.3 Plan de acción de Marketing.....	102
Tabla 4.4 Recursos materiales.....	103
Tabla 4.5 Adecuación de evento .....	103
Tabla 4.6 Personal para evento .....	103
Tabla 4.7 Costo de publicidad.....	104
Tabla 4.8 Inversión total .....	104

## Índice de Gráficos

### Capítulo 3

Gráfico 3.1 Zona Urbana.....	54
Gráfico 3.2 Tipo de sexo.....	55
Gráfico 3.3 Rango de edades .....	56
Gráfico 3.4 Conocimiento del negocio .....	57
Gráfico 3.5 Consulta acerca del término conciencia social .....	58
Gráfico 3.6 Clasificación de basura dentro del hogar .....	59
Gráfico 3.7 Tipo de Material reciclado .....	60
Gráfico 3.8 Motivos de reciclar .....	61
Gráfico 3.9 Calidad de producto reciclado .....	62
<b>Gráfico 3.10 Conocimiento de empresas con responsabilidad ecológica .....</b>	<b>63</b>
Gráfico 3.11 Compra de productos reciclados .....	64
Gráfico 3.12 Adquisición de productos reciclados .....	65
Gráfico 3.13 Uso de Fundas plásticas .....	66
Gráfico 3.14 Frecuencia de compra de fundas .....	67

### Capítulo 4

Gráfico 4.1 Análisis FODA.....	91
--------------------------------	----



## **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil**

**Autores:** Henry David Castillo Silva                      hcastillos@est.ups.edu.ec  
Viviana Fernanda Alcívar Macías                      valcivar@est.ups.edu.ec

**Director:** Ing. Juan Pablo Moreno Delgado, MBA.  
jmorenod@ups.edu.ec

#### **Resumen**

El trabajo de titulación que se presenta está basado en la contaminación medioambiental que conlleva a la acumulación excesiva de desechos que lo destruyen, por la poca información que las personas tienen sobre este tema. Los distintos medios o métodos que se han usado para combatir la destrucción del medio ambiente no han sido favorables, permitiendo el acelerado progreso de la contaminación ambiental.

Con la formulación del problema se inicia la investigación de campo para saber qué clase de desechos son los que perjudican en gran manera a la contaminación

ambiental y lo importante que es saber sobre el tema ecológico y la reutilización de desechos que sirven como ingreso a la empresa Arcadia Soluciones, en este caso las fundas. Es por eso que el presente proyecto fue realizado con el objetivo de diseñar un plan de marketing ecológico para la empresa Arcadia Soluciones dedicada a la elaboración de fundas recicladas, permitiendo que los materiales desechados puedan ser reprocesados para que sean utilizados en otros productos que puedan ser útiles a cada una de las personas, las cuales deben conocer que con el apoyo de cada uno se puede combatir la contaminación ambiental.

En el Plan de Marketing Ecológico se diseñó con una investigación de campo donde se utilizó el método de la encuesta, el focus group y la entrevista, las cuales permitieron la obtención de datos relevantes y saber el conocimiento y los hábitos que se tiene sobre el reciclaje en una pequeña muestra tomada en la ciudad de Guayaquil. También se ha elaborado una propuesta basada en una campaña de reciclaje donde se dará capacitaciones a las personas y se mostrara la importancia que tiene el hacer del reciclaje un hábito, las mismas que podrán depositar en los botes de basura materiales PET o plásticos para la elaboración de las fundas recicladas que en este proyecto van hacer el principal producto de Arcadia Soluciones.

**Palabras Claves:**

Reciclaje, contaminación ambiental, materiales desechados, reutilización de desechos, plan de marketing ecológico.



### **CAREER: BUSINESS ADMINISTRATION**

Ecologic Marketing plan for the positioning of the Arcadia Solutions S.A. company, in the City of Guayaquil.

**Authors:**      **Henry David Castillo Silva**                      **hcastillos@est.ups.edu.ec**  
                         **Viviana Fernanda Alcívar Macías**                      **valcivar@est.ups.edu.ec**

**Director:**      **Ing. Juan Pablo Moreno Delgado, MBA.**  
                         **jmorenod@ups.edu.ec**

### **Abstract**

The Degree work that we present is based on the environmental pollution that leads to an excessive collection of material waste which destroys it, because of the poor information that people have about this topic. The different ways and methods that has being used to battle the environment's destruction has not been favorable, letting the fast progress of the environment's pollution.

With the information of this problem we start the investigation of the area to acknowledge what kind of garbage are those that endangered the most to the environmental pollution and the most important, to know about the ecological topic

and the reuse of the garbage that are income to the company Arcadia Solutions, in the case of the plastic bags.

For this reason we present the following project that has been done with the goal to design a marketing plan for the company Arcadia Solutions which is dedicated to elaborate recycled bags, permitting the material waste to be reprocess to be used in other products that can be useful to everyone, this people most know that with everyone's support it is possible to battle the environment's pollution.

The ecological marketing plan is design with an onsite investigation where it was used the survey method, the focus group which let to obtaining relevant data and to know the Knowledge and habits that exists about the recycle in the small sample taken in the city of Guayaquil.

We also elaborated an offer based on the recycle campaign in which will be capacitating and letting people know the importance of doing recycle as a habit, which ones will be able to deposit in the garbage can PET Materials o plastics, for the recycle bags elaboration which in this project will be the main product recycle of Arcadia Solutions.

**Keywords:** recycle, environmental pollution, material wastes, reuse wastes, ecological Marketing Plan.

## **Introducción**

En la actualidad cada vez se utilizan recursos naturales para producir productos, ser usados para que luego sean desechados y es ahí donde se genera los diferentes problemas en el medio ambiente y especialmente con los desperdicios de residuos sólidos y materiales como cartón, plásticos vidrio y papel etc.

Esto se da porque aún no se cuenta en su totalidad con una cultura hacia el reciclaje y la acumulación inadecuada de los diferentes materiales, por este motivo se da origen a la investigación y análisis que se presenta en el proyecto con un Plan de Marketing Ecológico para la empresa Arcadia Soluciones S.A.

La propuesta se desarrolla en cuatro capítulos que se detallan a continuación.

En el capítulo 1 se da a conocer los antecedentes de la investigación, la situación del problema donde se identificó factores y consecuencias del mismo, se planteó el objetivo general como específicos y la justificación donde se explicó el motivo por el cual se decidió con la investigación del plan de marketing ecológico que se desarrolló en este estudio.

En el capítulo 2 Se realizó una breve reseña de la Empresa Arcadia Soluciones, su misión y visión, así mismo se detallaron las teorías existentes, el marco referencial, conceptual y legal, en cada uno de ellos se analizó conceptos de diferentes autores, y la parte jurídica relacionada al estudio.

En el capítulo 3 Se realizó el cálculo de la muestra a considerar, el tipo de investigación el análisis de los datos y la presentación de los resultados obtenidos.

En el capítulo 4 Se desarrolla la propuesta donde se realizó el análisis interno y externo del mercado, las estrategias a seguir, el plan de acción y el presupuesto con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

## **Capítulo 1**

### **Planteamiento del problema**

#### **1.1. Presentación**

Con la realización del plan de marketing, se busca beneficiar a la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” y lograr un mejoramiento en sus ventas permitiéndole así un ingreso económico más alto para poder realizar mejoras e inversiones, las mismas darán como resultado a futuro ubicar a la empresa en mejor posición empresarial; de la misma manera se busca beneficiar a la comunidad guayaquileña realizando un producto final a base de material reciclado y disminuir el impacto ambiental.

#### **1.2. Antecedentes**

##### **1.2.1. Historia**

*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.*(<http://www.planverde.df.gob.mx/ecomundo/49-residuos-solidos/436-historia-y-reciclaje.html>, 2010)

En el párrafo anterior cuenta un poco la historia de cómo se realizaron las primeras pruebas de reciclaje, la cual se dio por un experimento realizado por una familia, el primer país que comenzó a reciclar fue Estados Unidos luego se fomentó en algunos países europeos y ahora se ha expandido por todo el mundo.

### **1.2.2. Antecedentes históricos del reciclaje en el mundo**

En el mundo existen países como España, Bélgica, Alemania, Estados Unidos, Francia, Holanda Suiza, Italia Colombia México y Japón que promueven el reciclaje.

Según Del Val Alfonso en España se analizan las cantidades de basuras que se producen por municipio y se establecen las precisiones para el futuro, también se analizan los diferentes tipos de basura y residuos urbanos, industriales, agrícolas sanitarios de animales muertos y mataderos ya que cuentan con gigantescas plantas de reciclaje.

Los vecinos tienen que depositar la basura en contenedores de diferentes colores, separada en fracción recuperable (papel, vidrio, latas y pasticos). Al igual que en Italia el vidrio se recolecta mediante contenedores similares a los existentes en España, tipo iglú de 2500 litros. De modo similar en Suiza donde el vidrio tienen

que depositarlo en contenedores diferentes según sean incoloros, verde o topacio; las latas y los metales se separan según el tipo de metal. Al igual que en Estados Unidos donde se recoge en contenedores, por ejemplo en la ciudad de New York se les pidió a los residentes de cinco distritos de la ciudad que separen materiales reciclables del resto de desperdicios, para ser recogidos por grupos del departamento de sanidad, cuyos 28 camiones especialmente diseñados y compartimentados realizan recogidas semanales de estos materiales. A diferencia de Alemania que incluye la recogida de tejidos, maderas y cueros...(Biblioteca 2 UCAB, 2006)

El reciclaje a medida que va pasando el tiempo se ha vuelto un medio muy importante para la preservación del medio ambiente evitando que se contamine más, e incluso hay leyes que respaldan las diferentes maneras de reciclar dividiéndolos en vidrios, papeles, plásticos etc.

Desde el año 2008 la empresa Andec S.A. comenzó a reestructurarse implementando y desarrollando un sistema de gestión ambiental, seguridad, y salud ocupacional consiguiendo en un futuro el desempeño responsable con la sociedad y la convivencia con la comunidad, la empresa orienta su esfuerzo hacia algunos factores como identificación, exposición y probabilidad de aspectos ambientales, ejecutando mediciones que pueden contaminar el ambiente como aire, suelo y agua según análisis realizados, llegando así a el cumplimiento con los planes de manejo ambiental, la empresa Andec S.A. Demostró su alto compromiso con el impacto al medio ambiente, manteniendo así un presupuesto para inversiones que proveen la conservación del ambiente, el cual le permite ser la única empresa acerera del país que dispone de un relleno de seguridad propio de los desechos peligrosos como los polvos de acería que sirven para sus procesos productivos, teniendo sistemas con

tecnología de punta como sistema de tratamiento de aguas residuales, sistema de extracción de gases y polvos.

Andec S.A. también es una empresa que cuenta con certificación ISO 9001, 14001 de medio ambiente, OHSAS 18001 de seguridad y salud ocupacional.

Así mismo la marca Nissan fue nombrada como una de las marcas más verdes del mundo para el 2013 en un informe global verde de Interbrand, Nissan se destaca por su liderazgo en movilidad con Nissan Leaf 100 % vehículo electrónico ocupando el quinto puesto en la tabla de 50 marcas que han sido seleccionadas.(Responsabilidad Social: ¡Se puede más!, 2013)

El gobierno Ecuatoriano desarrollo un proyecto donde se pueda industrializar el reciclaje, como objetivo de reestructurar materiales y residuos que no se utilizan, donde la Ministra Verónica Sion manifestó en un evento donde se encontraban empresas del sector plástico. (Agosto 2011).

La Ministra de ambiente Verónica Sion, consideró que hay un importante crecimiento en la industria plástica con un 7% anual en sus ventas, pero a pesar de ese incremento solo un 36% de todos los productos se reciclan, el estado está trabajando en uno de los proyectos como el ministerio de ambiente, ya que tiene una inversión de 8 millones donde se permitirá fomentar el reciclaje, en el cual se plantea el pago de 0.02 ctvs. Por cada botella plástica llegando a mejorar en los niveles de reciclaje.

En el año 2010 la industria del plástico importó 302.100 toneladas de resinas plásticas, y se desembolsó 396.1 millones, de enero a junio 2011 se realizó una compra al exterior solo de polietileno (plástico más común) y PET por 85.887

toneladas pagando 141.6 millones, de esta manera se trata de cubrir este porcentaje mínimo.(Andrés, 2012).

Para el cuidado ambiental se colocó un impuesto a las fundas en el año 2010.El impuesto verde a las fundas en nuestro medio tiene un precio de 0.10 ctvs., y las botellas de plástico a 0.02 ctvs. Tienen en espera a las industrias y empresas recicladoras de los productos que se van afectar, lo que se busca es motivar a las empresas que se use el aditivo biodegradable llegando a disminuir el impacto ambiental. La Asociación encargada de Plásticos del Ecuador comenta que esta decisión que se ha tomado va a afectar a casi 500 empresas que se dedican a procesar el plástico. La preocupación de los empresarios es el proyecto que se va a dar en el tema tributario ya que ellos consideran que no está bien claro y hace que aumente el temor que laboran en este ámbito industrial.

La presidenta de la Asociación da a conocer que las materias primas han tenido un incremento en los últimos tres años y la industria del plástico afrontó esta alza e indica que entre 2009 y 2010 subió el costo del porcentaje a 30 % y 60% variando así el precio del petróleo. El País recicla entre 30,000 y 40,000 toneladas de polietileno anual y 70,000 en materiales afines. Con respecto al reciclaje de las fundas gravarán solo las que pueda facilitar el transporte de cualquier producto al momento de comprar.

En ese entonces el presidente de SRI Carlos Marx Carrasco manifestó que en el tema de las fundas plásticas solo gravarán impuesto aquellas que se utilizan para el embalaje con las compras al detalle. Las únicas fundas que estarán exentas de impuesto son las fundas biodegradables y estas serán verificadas por un organismo regulador el cual certificará que las mismas son elaboradas con material reciclado.

Las fundas de papel son las que gravarán impuesto por su componente muy contaminante del que está compuesto. La Agencia de Protección Ambiental de EE.UU. Dio a conocer que aproximadamente, en el mundo solo se recicla 1 por ciento de 500 hasta trillones de fundas.(Comercio, 2011).

En Ecuador se generan 4.06 millones de toneladas métricas de residuos al año y un per cápita de 0.74 kg. Para el año 2017 se prevé que podría generar 5,4 millones de toneladas métricas por año la cual va a requerir una planificación adecuada para el manejo integral del material recolectado. El 60% de los desechos sólidos orgánicos y 20% inorgánicos, podrían ser potencialmente reciclables y contribuir a la economía del estado Ecuatoriano logrando así una optimización de recursos.

Es importante saber que este tema de reciclar empezó hace 20 años y principalmente se enfocaron en el papel, debido a que estaba involucrado al tema de la conservación de los bosques ya que son recursos no renovables.

### Ilustración1.1 Reciclaje

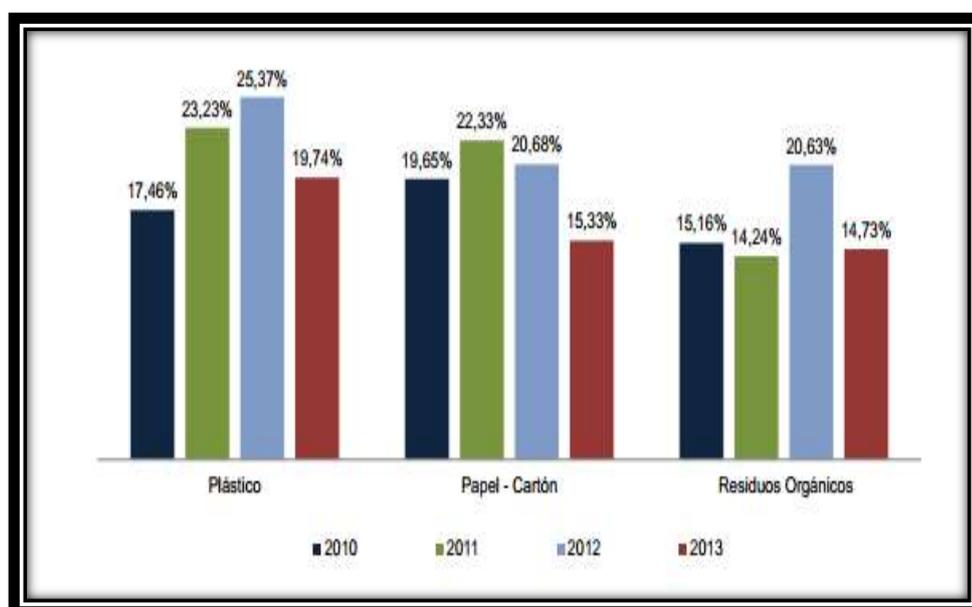


Fuente:(EKOS, 2014)

Con el pasar del tiempo al notar que las personas iban produciendo más desperdicios con distintos tipos de materiales que se podían reutilizar, se comenzó a realizar campañas enfocadas al reciclaje de materiales como cartones, plásticos, vidrios, etc. Para el cuidado del medio ambiente.

El mayor porcentaje de hogares clasifica el plástico con el 19.74 %. En el 2013 se generó un porcentaje menor.

**Ilustración 1.2 Clasificación de residuos sólidos, según tipo (% de hogares)**



Fuente: (INEC, 2013)

### 1.3. Planteamiento del problema.

En la actualidad en la ciudad de Guayaquil existen diversidad de empresas, fábricas e industrias las mismas que por su actividad económica producen gran cantidad de desperdicios, 1`095.000 toneladas, en su mayoría son arrojadas a basureros sin clasificación. Este acto de arrojar desperdicios sin clasificación causa un daño severo al medio ambiente, afectando inclusive al ecosistema, la razón se debe a que existen materiales inorgánicos que por su composición química tienen un periodo de

descomposición que es a largo plazo y la población industrial guayaquileña no tienen un total conocimiento que el material plástico desechado puede ser reutilizado, generando así un ingreso adicional para su organización y de esta manera crear conciencia social.

### **Ilustración 1.3 Toneladas de basura**

<b><u>Toneladas de basura al Año en Guayaquil</u></b>			
<b><u>1'095,000</u></b>			
Del cual se desglosa las toneladas de basura por residuos:			
<b>Tipos de residuo</b>	<b>Toneladas al año por residuo</b>	<b>Toneladas que ingresan al ECOPARQUE</b>	<b>Ganancia por venta al año</b>
Papel	120450	11442,75	\$ 343.282,50
Cartón	54750	5201,25	\$ 156.037,50
Vidrio	43800	4161	\$ 249.660,00
Textil	32850	3120,75	\$ 936.225,00
<b>Ventas al año</b>			<b>\$ 1.685.205,00</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

Las empresas de la ciudad de Guayaquil desconocen los servicios que ofrece Arcadia Soluciones S.A. debido a que tiene poco tiempo de haber iniciado sus actividades, por lo cual no posee una buena participación en el mercado.

Con respecto a la competencia existen grandes empresas, pero Arcadia Soluciones S.A. posee como estrategia diferenciadora el precio, por esta razón es una empresa altamente competitiva, su cartera de clientes es muy baja pero su facturación es representativa, entre sus competidores directos tenemos el Grupo Lara, Grupo Viteri, Grupo Mario Bravo, por esta razón se necesitan nuevas estrategias de marketing para obtener los ingresos necesarios que le permita realizar las tareas anteriormente nombradas que son de vital importancia.

## **1.4. Delimitación del proyecto**

### **1.4.1. Delimitación espacial:**

Área: Marketing

Empresa: Arcadia Soluciones S.A.

Dirección: km 16 ½ vía Daule.

### **Ilustración 1.4 Ubicación Arcadia**



**Fuente: Google Earth**

### **1.4.2. Delimitación académica**

Este proyecto va a ser aplicado y servirá de base para los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil, en la carrera de administración de empresa en la mención de marketing.

### **1.4.3. Delimitación temporal**

El proyecto será realizado en el lapso de 6 meses, inicia desde el 18 de octubre del 2014 al 18 de febrero del 2015.

### **1.5. Formulación**

¿Con la implementación de un Plan de Marketing Ecológico se mejorará la posición competitiva de Arcadia Soluciones S.A?

### **1.6. Objetivo general.**

Diseñar un plan de marketing ecológico para posicionar en el mercado guayaquileño a la empresa “Arcadia Soluciones S.A.”

### **1.7. Objetivo específico.**

- Diagnosticar la situación actual del mercado de fundas plásticas en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el posicionamiento actual de la empresa “Arcadia Soluciones S.A.”
- Proponer estrategias ecológicas para el posicionamiento de la empresa “Arcadia Soluciones S.A”.

### **1.8. Beneficiarios**

Se busca con la realización del plan de marketing beneficiar a la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” a un mejoramiento en sus ventas, logrando así un ingreso económico más alto para poder realizar mejoras e inversiones, darán como resultado a futuro ubicar a la empresa en mejor posición empresarial; de la misma manera se busca beneficiar a la comunidad guayaquileña realizando un producto final a base de material reciclado y disminuir el impacto ambiental.

### 1.9. Justificación.

La ciudad de Guayaquil por ser una de las principales ciudades del Ecuador y una de las más grandes, consta con 2'350.915 de habitantes, en la actualidad posee un gran problema y es la acumulación de basura, esto se debe a la poca cultura ambiental tanto de personas particulares, empresas e industrias ubicadas en la ciudad; dentro de los desechos generados se encuentra gran cantidad de plásticos que poseen una limitada capacidad de degradación y esto causa un impacto ambiental negativo a largo plazo, es necesario mencionar que la mayoría de los plásticos son derivados del petróleo, un producto que debido a su valor en uso cada vez es más caro y escaso con el pasar del tiempo, por consiguiente a lo ya mencionado es necesario recuperar los desechos plástico por dos importantes razones que son la contaminación ambiental que provocan el daño que se genera y por su costo, dicho costo puede ser beneficioso tanto a nivel empresarial como a nivel personal.

Los residuos sólidos que se generan en la ciudad de Guayaquil, muestran que una parte se encuentra ocupada por desechos plásticos y en su gran mayoría son envases tereftalato de polietileno (PET) según la Dirección de Medio Ambiente estima *que “el país genera 9.365T diarias de basura. Quito y Guayaquil producen el 41,7% del total de residuos urbanos, mientras que el 18,4% se genera en las ciudades como: Machala, Esmeraldas, Manta, Cuenca, Riobamba, Ibarra, Santo Domingo de los Colorados y Ambato. Cada ecuatoriano produce en promedio 0,68 kilogramos de residuos por día; cantidad que llega a un kilogramo por persona en ciudades como Quito y Guayaquil.”*

Con el tema de costos según una entrevista que se le hizo en el 2010 a Mario Bravo gerente de Recioplast y gerente general del Grupo Mario Bravo por alumnos de

la Universidad Católica de Guayaquil, comento “*que hay una diferencia los precios de las materias vírgenes frente al reciclado que no termina de convencer a la industria. Una tonelada de Escamas de PET reciclado e importado se cotiza entre \$1.600,00 y \$2.000,00; mientras que ese material reciclado se vende hasta en \$1.200,00 y \$1.300,00 por tonelada.*”

*“En otros países hay conciencia y las leyes de los gobiernos obligan a que las empresas uses plásticos paletizados (lavados, molidos y seleccionadas) porque ayuda a preservar el medio ambiente. Aquí, la exportación es la que salva al sector de reciclaje, porque el industrial no está obligado a utilizar en su producción material reciclado” (Mario Bravo, 2010).*

En el planeta existe una tendencia por la preservación y el cuidado del medio ambiente, las acciones y decisiones pertinentes al tema no solo conciernen al ámbito químico y físico sino más bien al ámbito de responsabilidad social de parte de las empresas u organizaciones, por ende al referirse a marketing ecológico, lo que se pretende es ayudar en la cadena de valor de una empresa enfocada al ámbito de responsabilidad social.

Arcadia Soluciones S.A. es una empresa que se dedicaba desde abril del 2011 a la elaboración y venta de materia prima basada en plásticos, desde enero del 2013 realizó una inversión y adquirió una máquina para elaborar fundas plásticas de varios tipos de tamaño y grosor, debido a que es nueva en el mercado de producción de fundas solo tiene un marketing de boca a boca y se encuentra en la necesidad de un plan de marketing ecológico bien estructurado, especialmente en el aspecto de posicionar la empresa en el mercado y de los productos realizados a base de reciclaje, la forma de elaboración de este producto es usando gran porcentaje de material reciclado y poco material virgen.

Desde el punto de vista económico, la elaboración del proyecto en mención, va a colaborar con la empresa Arcadia Soluciones a mejorar sus ventas y ser reconocida por el mercado actual y de la misma manera el beneficio que se obtiene es cuidar el medio ambiente evitando contaminar el suelo ya que las fundas y materiales PET se degradan en aproximadamente 100 y 300 años. Nuestro mercado objetivo son las empresas que necesiten y utilizan fundas de todo tipo, como microempresarios, amas de casa y agricultores en especial los productores de banano.

*La Asociación Ecuatoriana de Plásticos (Aseplas), basados en información de la Escuela Politécnica del Litoral, el 8% de los desperdicios sólidos de la urbe está compuesto de plásticos.*

*Profesionales de las áreas químicas, las ciencias ambientales y fabricantes de plásticos señalan que las fundas tienen diversos impactos en la ecología del planeta.*

*Las que contienen aditivos oxo-biodegradables, según empresarios del sector y académicos, tardan entre uno y seis años en degradarse; y las que son producidas sin este componente químico, entre 100 y 300 años en descomponerse. (Diario El Telégrafo, 2011)*

El principal componente de las fundas en general sean estas normales o biodegradables es el polietileno (inclusive las biodegradables), es derivado del petróleo (hidrocarburo). Los derivados de hidrocarburo, señala, se degradan hasta en 200 años.

*Considerando que la protección del medio ambiente también conlleva al cuidado y a la salud humana estos problemas medioambientales actuales con el exceso de envases*

*han hecho que las políticas ambientales permitan solucionar y reaccionar ante este problema.* (Livia, Envases y Medio Ambiente, 2004)

La protección del medio ambiente ha hecho que las personas analicen sobre los problemas ambientales que existen ahora, así mismo se pueda solucionar y aplicar el cuidado del mismo ante el problema que existe.

*La degradación completa de la funda biodegradable es de 3 a 5 años después del tiempo de vida predeterminado de las mismas, en la cual si es arrojada al medio ambiente la degradación puede darse en unos cuantos meses cuando es expuesta a condiciones climáticas con temperaturas elevadas.* (Agrytec, 2010).

Las fundas se degradan en un lapso de 3 a 5 años, la cual la mayoría de veces es arrojada y dependiendo de las temperaturas elevadas ocasiona que el medio ambiente se contamine.

## **Capítulo 2**

### **2.1. Historia Arcadia Soluciones S.A.**

Arcadia Soluciones es una empresa que inició sus actividades en abril del 2011, dedicándose a la compra y venta del desperdicio post-industrial (es el desperdicio que generan las fabricas exclusivamente), en aquel periodo en el mercado ya existía competencia dedicada al mismo giro de negocio, pero Arcadia Soluciones S.A. como empresa innovadora diversificó este proceso agregando una etapa más, la cual consiste en clasificar por color cada tipo de material recolectado (plástico), de este modo ahorra al fabricante el costo del pigmento (colorante), esta diversificación genera un valor agregado como empresa nueva en el mercado.

Con el pasar del tiempo la competencia comenzó a realizar especulaciones con el precio, haciendo así de Arcadia Soluciones una empresa no rentable debido a que no se podía cubrir gastos de operación, como lo son mano de obra, maquinarias, servicios básicos, y otros gastos de operación que se debe cubrir, esto obligó a la gerencia a formar una sociedad con otra persona; desde enero del 2013 realizó una inversión y adquirió una máquina para elaborar fundas plásticas de varios tipos de tamaño y grosor, debido a que es nueva en el mercado de producción de fundas solo

tiene un marketing de boca a boca que formó con el pasar del tiempo y la experiencia adquirida por años y se encuentra en la necesidad de un plan marketing ecológico bien estructurado, especialmente en el aspecto de comercialización de productos realizados a base de reciclaje, la forma de elaboración de este producto es usando gran porcentaje de material reciclado y poco material virgen, esto ayuda al medio ambiente porque no se está utilizando material que se desperdicia en empresas como el material plástico.

## 2.2. Misión

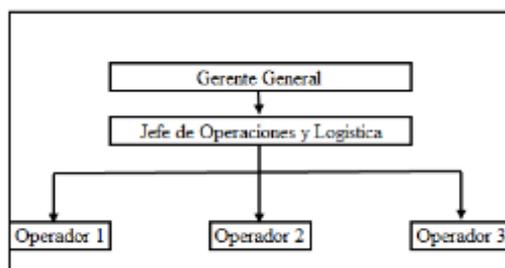
Ser una empresa líder y generar fuentes de trabajo, siendo socialmente responsable con el medio ambiente, aplicando estrategias de precio y calidad.

## 2.3. Visión

Arcadia Soluciones S.A. se proyecta como una empresa innovadora a nivel nacional en la producción y comercialización de fundas plásticas lo cual va a permitir alcanzar la satisfacción de los clientes, ofreciéndoles un mejor servicio y realizando mejoras continuas en el proceso y en 5 años aumentar un 5% de la participación en el mercado.

## 2.4. Organigrama

### Ilustración 2.4.1 Organigrama Arcadia



Elaboración: Los autores, 2015

## **2.5. FODA**

### **2.5.1. Fortalezas**

- Precios competitivos.
- Personal altamente competitivo.
- Materia prima de excelente calidad.

### **2.5.2. Oportunidades**

- Elaborar fundas de color membretadas con el nombre de los clientes y con el grosor que deseen según sus especificaciones.
- Alianzas estratégicas con proveedores.
- Futuros cambios políticos que favorecen el reciclaje y al cuidado del medio ambiente.

### **2.5.3. Debilidades**

- Falta de liquidez.
- Cartera vencida por crédito extendido otorgado a cliente.
- Poca capacitación en reciclaje.

### **2.5.4. Amenazas**

- Cambios de clima afectan a la producción de fundas.
- Precios fluctuantes en el banano.
- Cambios en políticas internas sobre importación en alza de aranceles de materia prima.

## 2.6. Contaminación ambiental

Según la investigación realizada sobre el reciclaje 2010 menciona lo siguiente:

*Se denomina contaminación ambiental a la presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico) o bien de una combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población, o bien, que puedan ser perjudiciales para la vida vegetal o animal, o impidan el uso normal de las propiedades y lugares de recreación y goce de los mismos.*

*La contaminación ambiental es también la incorporación a los cuerpos receptores de sustancias sólidas, líquidas o gaseosas, o mezclas de ellas, siempre que alteren desfavorablemente las condiciones naturales del mismo, o que puedan afectar la salud, la higiene o el bienestar del público.*(El Reciclaje, 2010).

La contaminación ambiental es la presencia de agentes, cosas o sustancias que afectan el ambiente y destruyen la capa de ozono, es por eso que se presentan varias enfermedades en las personas, animales y en la vida vegetal evitando la preservación, recreación y goce. La contaminación implica que sustancias químicas se adhieran a los cuerpos de los seres vivos y ocasionen malestar en la salud de todos.

En la actualidad el tema del reciclaje es muy importante para la protección y conservación del medio ambiente porque ayuda a disminuir la emanación de gases tóxicos, lo que es fundamental que las personas y empresas tengan conciencia ecológica y es así como la empresa Arcadia Soluciones va a ayudar en el reciclaje de fundas y plásticos, estos desechos tienen en la ciudad un bajo porcentaje de

reutilización lo que genera varios efectos negativos en lo que se cuenta el alto grado de contaminación ambiental causada por no ser biodegradables.

*Concepto del Plástico.- Los plásticos son materiales polímeros orgánicos (compuestos formados por moléculas orgánicas gigantes) que son plásticos, es decir, que pueden deformarse hasta conseguir una forma deseada por medio de extrusión, moldeo o hilado. Las moléculas pueden ser de origen natural, por ejemplo la celulosa, la cera y el caucho (hule) natural, o sintéticas, como el polietileno y el nailon.*

*Los plásticos se caracterizan por una alta relación resistencia densidad, unas propiedades excelentes para el aislamiento térmico y eléctrico y una buena resistencia a los ácidos, álcalis y disolventes.*(Profesor en línea, 2010).

Los plásticos están hechos de polietileno que es un derivado del petróleo en el cual pueden deformarse hasta conseguir una forma deseada por medio del moldeo u otras formas más, la cual tienen unas propiedades excelentes para envasar cualquier compuesto químico , natural o disolventes, el plástico también es resistente a sustancias antes mencionadas.

*Una de las composiciones del plástico es el polímero que consiste en una cadena larga de moléculas y cada una de estas, está hecha en unidades relacionadas que se conectan, el término se deriva de palabras griegas poli que significa muchos y menos que significa parte.*(Livia, Envases y Medio Ambiente, 2004).

El plástico tiene diferentes composiciones, uno de ellos y su principal componente es el polímero que conectan varias secuencias que se conectan para

poder formar los materiales del plástico.

## **2.7. Conceptualización de marketing**

*Concepto de marketing.-Es la administración de relaciones redituables con el cliente. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades.(Kotler, 2012).*

El marketing atrae a sus futuros clientes con mensajes llamativos para cada uno de ellos, que a su vez llamarán la atención al ver, escuchar o consumir en caso se requiera por medio de la publicidad , llegando a satisfacer sus necesidades.

*El marketing.-Es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general.*

*El marketing según David Packard; cofundador de hewlett- packard: "el marketing es demasiado importante para dejarlo solo al departamento de marketing." el marketing abarca los procesos que se concentran en proporcionar a los clientes beneficios y valor, y no solo en vender bienes, servicios o ideas. Emplea estrategias de comunicación, distribución y precio para proporcionar a los clientes, y a otro grupo de interés, los bienes, servicios, ideas, valores y beneficios que desean, en el momento y el lugar requeridos. Abarca el establecimiento de relaciones a largo plazo cuando estas benefician a todas las partes interesadas.(Daniel, 2011).*

El marketing es un conjunto de procesos con el único fin de llegar a sus clientes satisfaciendo sus necesidades y generando valor con el producto o servicio

entregado y así mismo permitirá que exista una relación directa entre empresa, producto y cliente llegando a mantener relaciones comerciales a largo plazo.

Según David Packard El marketing es importante en una organización como para dejarlo solo, su principal objetivo es atender a sus clientes generando relaciones a largo plazo llegando así a que todos los departamentos se sientan motivados identificados en lo cual se está aportando en la organización y así haya un beneficio por las partes involucradas como lo son la organización y lo más importante el consumidor que es quien va a consumir lo que se está ofreciendo.

*La planeación.-Planeación es la acción y efecto de planear o planificar. También se utilizan conceptos similares como planeamiento o planificación; Es el proceso y resultado de planificar una tarea simple o compleja teniendo en cuenta factores internos y externos orientados a la obtención uno o varios objetivos. El concepto de planeación se utiliza en diversos ámbitos como en el mundo de la Empresa, la Política, la Economía o la Educación.(<http://www.significados.info/planeacion/>, 2014).*

Considerando el concepto anterior sobre la planeación cabe mencionar que es un conjunto de procesos que va en orden sistemático, los cuales tienen un objetivo o meta por alcanzar por parte de una organización o empresa, esto ayuda a tener un control sobre los factores internos o externos que incurren en la misma.

*La planeación: La planeación es la etapa que forma parte del proceso administrativo mediante la cual se establecen directrices, se definen estrategias y se seleccionan alternativas y cursos de acción en función de objetivos y metas generales económicas, sociales y políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales y potenciales que permitan establecer un marco de*

*referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo y espacio, logrando una predicción lo más probable del futuro para generar planes que puedan garantizar el éxito.*(Laura, 2012).

La planeación es una etapa donde se establecen procedimientos, planes de acción y estrategias, considerando el aporte de cada uno de los individuos que conforman un departamento u organización, para el ámbito político, económico y social, permitiendo de esta manera que se cumplan con los objetivos planificados por la empresa.

*La planeación según Harry Jones: Es el desarrollo sistemático de programas de acción encaminados a alcanzar los objetivos organizacionales convenidos mediante el proceso de analizar, evaluar y seleccionar entre las oportunidades que hayan sido provistas.*(Jones, Harry, 2010)

Es el desarrollo de tareas que van relacionadas en orden sistemático y encaminadas a seguir una misma meta analizando, evaluando y seleccionando aquellas tareas importantes dentro de la planificación sabiendo aprovechar al máximo los recursos, para de esa manera lograr llegar a los objetivos propuestos en un tiempo determinado

*La planeación según George r. Terry: es la selección y relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados.*(Terry, 2012)

La planeación es la selección de actividades que van relacionadas con la formulación de ideas y junto a sus planes de acción a futuro van a contribuir para el diseño de la evaluación de los objetivos trazados en un periodo de tiempo y poder

conocer si los resultados fueron los que se esperaban obtener en el momento de escoger las ideas.

### **Principios de la planeación**

*Factibilidad: Lo que se planea debe ser realizable; es importante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que sean imposibles de lograrse. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.*(Laura, 2012)

La factibilidad debe darse siempre y cuando se cuente con la disponibilidad de recursos a nivel humano y organizacional, los cuales son necesarios para que se lleve a cabo los objetivos previstos.

*Objetividad y cuantificación: Cuando se planea es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios. Este principio establece la necesidad de utilizar datos objetivos como estadísticas estudios de mercado, estudios de factibilidad, cálculos probabilísticos. Etc.*(Laura, 2012)

Cuando se comienza a planear es necesario considerar que al ser objetivo se debe basaren hechos reales, o datos que se hayan aplicado para saber si lo que se está plasmando es en base a la realidad.

*Flexibilidad: Al elaborar un plan, es conveniente establecer márgenes de holgura que permitan afrontar situaciones imprevistas y que proporcionen nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones.*(Laura, 2012)

Para la flexibilidad hay que manejar tiempos los cuales se puedan cumplir llegando a afrontar situaciones que se ajusten a los hechos.

*Unidad: todos los planes específicos de la empresa deben integrarse a un plan general y dirigirse al logro de los propósitos y objetivos generales, de tal manera que sean consistentes en cuanto a su enfoque y armónico en cuanto al equilibrio e*

*Interrelación que debe existir entre estos.*(Laura, 2012)

Todos los planes deben relacionarse entre sí llegando a cumplir en conjunto los propósitos generales de acuerdo a su enfoque dado en el momento que se las plasma.

*Del cambio de estrategias: Cuando un plan se extiende con relación al tiempo, será necesario rehacerlo completamente. Esto no quiere decir que se abandonen los propósitos, sino que la empresa tendrá que modificar los cursos de acción (estrategias) y consecuentemente las políticas, programas, procedimientos y presupuestos.*(Laura, 2012)

Cuando plan es plasmado y a medida que pasa el tiempo no se ven metas cumplidas es necesario rehacer si es necesario el plan tratando de modificar los planes de acción y las estrategias y procedimientos propuestos.

*Plan de marketing: Un plan de marketing es un documento que relaciona los objetivos de la organización en el área comercial con sus recursos, es decir, es la bitácora mediante la cual la empresa establece qué objetivos en términos comerciales quiere alcanzar y qué debe hacer para alcanzar dichos objetivos es decir la estrategia de marketing.*(Ballesteros, 2013)

Partiendo del concepto anterior, se menciona que el plan de marketing es un documento en el cual redacta de forma estructurada y sistemática los objetivos,

estrategias y acciones comerciales, que se debe conseguir en un tiempo determinado.

*Plan de marketing: El plan de marketing tiene una cobertura más limitada. El plan de marketing sirve para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos de la organización mediante estrategias y tácticas de marketing específicas, partiendo del cliente: también está vinculado con los planes de otros departamentos dentro de la organización.*

*Los planes de marketing no se crean en el vacío. Para desarrollar estrategias y programas de acción exitosos, los mercados logos deben actualizar la información acerca del entorno, la competencia y los segmentos de mercado que atenderán.(Kotler, 2012)*

El marketing sirve para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos propuestos, las estrategias a usar, formas de llegar al cliente, temas específicos de marketing y los departamentos a trabajar para que se cumpla lo planificado. El plan de marketing para que puedan desarrollarse con éxito los expertos en el tema deberían actualizar la información sobre los factores externos como la competencia, amenazas y demás factores que son importantes para saber a qué mercado se va atender.

*Plan de marketing: La planeación es el proceso de anticipar los eventos futuros y determinar las estrategias para lograr los objetivos organizacionales en el futuro. La planeación de marketing comprende el diseño de las actividades relacionadas con los objetivos de marketing y su entorno cambiante .la planeación de marketing es la base de todas las estrategias y decisiones de marketing.(Daniel, 2011)*

Es un proceso del cual se determinan las estrategias especialmente de marketing, diseñando así actividades que van relacionadas con los objetivos y así mismo el entorno del cual se va generando al momento de la práctica lo establecido en el plan de marketing, llevando un control de la planeación y estableciendo metas a cumplir a lo largo de un periodo y de esta manera poder garantizar el éxito del proceso planteado por los distintos departamentos y empresas.

## **2.8. Importancia del plan de marketing**

*El plan de Marketing, es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio, incluso dentro de la propia empresa. Intentar que un proyecto triunfe sin servirse de un plan de Marketing es como tratar de navegar en un mar de tempestuoso sin cartas marítimas ni destino claro, y bajo el ataque de los torpedos enemigos.(Amari, 2011).*

Toda empresa sin importar el tiempo que lleve constituida, estructura, tamaño, dedicación comercial, debe realizar un plan de marketing que facilitaría tener una orientación de lo que se desea conseguir hacia el objetivo final o la visión que se tiene como empresa u organización. El plan de marketing es de suma importancia debido a que en cada una de las etapas que la constituyen ayuda a descubrir los diferentes retos a cubrir para llegar a la meta trazada.

*Importancia de un plan de marketing: El marketing tiene una función clave en la planeación estratégica de la compañía por varias razones. Primero, el marketing provee una filosofía guía(el concepto de marketing), la cual sugiere que la estrategia de la compañía debería girar en torno del establecimiento de relaciones redituables con grupos importantes de consumidores.*

*En segundo lugar, el marketing ofrece información a los planeadores estratégicos, ya que les ayuda a identificar oportunidades de mercado atractivas y a evaluar el potencial de la empresa para obtener beneficios de ellas. Finalmente dentro de las unidades individuales de negocios, el marketing diseña estrategias para alcanzar los objetivos.*(Kotler, 2012).

El marketing es importante en el momento de planear estratégicamente primero por la filosofía que tiene dicha empresa la cual sugiera una estrategia importante para el consumidor, segundo ayuda a planeadores a visualizar oportunidades en el mercado siendo atractivas viendo el beneficio que hay en ambas partes como empresa y como consumidor, y en tercer lugar diseña estrategias para el cumplimiento de los objetivos.

*Posicionamiento: El Posicionamiento, por tanto, podríamos definirlo como la imagen percibida por los consumidores de mi compañía en relación con la competencia. El primer concepto de importancia es que, efectivamente, el Posicionamiento es una batalla de percepciones entre mi marca y mi compañía y la de los competidores.*(<http://fbusiness.wordpress.com>, 2008).

Toda empresa cuando ingresa en el mercado necesita tener un posicionamiento en la cual el cliente tenga una imagen de la compañía y la reconozca cuando se hable de ella, a medida que transcurre el tiempo sus clientes conocerán que está ofreciendo, puede ser un producto o servicio de calidad, es decir que este en la mente del consumidor.

### **Tipos de posicionamiento**

- **Mediante diferencias en el producto**

Destacando las diferencias que tenga el producto para lograr una posición distinta de

la competencia. Definitivamente si ese posicionamiento se basa en algo intrínseco del producto, su posición será privilegiada.

- **Mediante una característica clave**

De todos los beneficios que ofrece el producto debemos buscar que sea único y que el consumidor toma como excepcional. No es cuestión de inventarle características, si no buscar entre las que ya tiene y que aún no ha sido explotada.

- **A través de los consumidores**

Buscando posicionar el producto ofreciéndole en un lugar fijado, unas características determinadas y a un grupo específico de consumidores.

- **Mediante el uso**

Prestando atención al uso que le da el consumidor al producto, es decir, teniendo en cuenta cómo y dónde lo utiliza y mostrando que es el mejor cumpliendo esa misión.

- **Contra un competidor**

Se posiciona al producto enfrentando a uno o varios competidores, afirmando que sobresale por encima de ellos. Este método puede tener resultados a corto plazo pero hay que analizar, dependiendo de ciertas variables, si es conveniente hacerlo o no.

- **Mediante asociación**

Se utiliza generalmente cuando nuestro producto tiene un competidor muy fuerte y no posee un beneficio que lo destaque frente a los demás. Lo que se busca es asociar

el producto a algo que tenga una posición ya consolidada, es un método de bajo costo.

- **Por calidad o precio**

El producto se posiciona como el que ofrece el mejor valor, es decir, la mayor cantidad a un precio razonable. Logrando así una diferenciación relevante en la economía de un determinado producto, mismo que el cliente potencial logra captar en primera instancia.

*Posicionamiento: Un posicionamiento construido a partir de una diferenciación significativa, apoyado por una estrategia y una implementación adecuadas, podría ayudar a una compañía a lograr ventaja competitiva.*(Kotler, 2012).

El posicionamiento apoyado de una diferenciación significativa y de la mano con una estrategia puede ayudar a la compañía a lograr una ventaja competitiva frente a las demás haciendo que sus clientes se sientan identificados con el producto o servicio ofrecido, llegando así a la satisfacción plena.

*Estrategia según von Neumann y Morgentern.- Quienes definieron la estrategia empresarial como una serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta.*

La Estrategia es una serie de actos que se ejecutan para llegar a obtener la mejor ventaja posible en aquellas situaciones en donde se necesite ejecutarla como los planes de marketing o planes estratégicos.

*Estrategia según Kenneth Andrews, De la escuela de negocios de Harvard*

*presentó su definición "la estrategia representa un patrón de objetivos propósitos o metas así como las políticas y los planes principales para alcanzar estas metas, presentándolos de tal manera que permiten definir la actividad a la que se dedica la empresa, o a la cual se dedicará, así como el tiempo de empresa que eso será".*

La estrategia representa un sin número de patrones como objetivos, propósitos y metas presentando los mismos para definir la actividad.

*Estrategia según Igoransoff 1965: Realizó una definición más analítica orientada a la acción. Ansoff consideraba que la estrategia era un " hilo conductor " que corría entre las actividades de la empresa, los productos y los mercados. Por lo cual la estrategia es una regla para tomar decisiones; un hilo de cuatro componentes: el alcance del producto/mercado, el vector de crecimiento, la ventaja competitiva y la sinergia.(Laura, 2012).*

La Estrategia según Ansoff definía como un hilo conductor, que se da en las actividades de la empresa, la cual es una manera de tomar decisiones que puedan ser buenas para la empresa, el alcance del producto o mercado que tenga futuros clientes.

## **2.9. Beneficio de un plan de marketing**

*Tan sólo habría que analizar las estrategias de las 50 primeras empresas de nuestro país, para comprender que el plan de marketing es uno de los principales activos en la obtención de los resultados. Pero además, aporta a la compañía que opera, bajo una óptica de marketing, una visión actual y de futuro que le servirá para marcar sus directrices con el mínimo error y las máximas garantías."(González, 2010)*

Es necesario mencionar que en todo emprendimiento, negocio, empresa, organización o industria, obtendrán como beneficio de un plan de marketing

conocimiento del mercado, competidores, situación actual del mercado, situación actual de la empresa, cambios tecnológicos, leyes que regulan la actividad económica del negocio, recursos que posee la empresa, así como detectar con anterioridad las oportunidades y posibles problemas que se presentarán en un período futuro y que permita planificar cambios para obstáculos que podrían generar pérdidas dentro de la organización.

*Beneficios de un plan de marketing: Las compañías por lo general elaboran planes de marketing anuales, aunque algunos planes cubren un periodo más largo. Los mercados logos empiezan a planear mucho tiempo antes de la fecha de implementación para tener la oportunidad de realizar una investigación de mercado, análisis profundos, y revisiones gerenciales así como para coordinar a los departamentos. Luego, después de que cada programa de acción se inicia los mercados logos revisan el resultado actual, los comparan con lo proyectado, analizan cualquier diferencia y toman medidas correctivas en caso necesario.*

*Para lograr una implementación y un control eficaces, el plan de marketing deberá definir como se medirá el avance hacia los objetivos. Los gerentes suelen utilizar presupuestos programas agendas y estándares de desempeño para supervisar y evaluar los resultados. (Kotler, 2012)*

El Beneficio del Plan de Marketing es planear al momento que se está implementando ideas lo que se quiere conseguir en un futuro, es por eso que se hace una investigación de mercado comparando los resultados actuales con lo proyectado y saber si se cumplió con la meta fijada.

Para lograr un control efectivo y una implementación se deberá definir los objetivos, considerando los resultados obtenidos, supervisando y evaluando.

## FODA

- ✓ **Fortalezas:** *aquello que permite a la empresa enfrentar cualquier situación que se presente en el mercado, y de la cual la empresa debe ser consciente.*(Gerolevaggi, 2007)

Las fortalezas son la principal arma para las empresas enfrentando se así a los cambios sin que les afecte en sus procesos.

- ✓ **Amenaza:** *aquello que impacta negativamente en el negocio y no puede controlarse, o aquello que no se llegó a vislumbrar sino hasta que se hizo presente.*(Gerolevaggi, 2007)

Las amenazas son perjudiciales para el crecimiento de la empresa, ya que no puede ser controlada por la misma.

- ✓ **Oportunidades:** *mercado en crecimiento, suba los aranceles de importación, posibilidades de exportar*(Gerolevaggi, 2007)

Las oportunidades son aquellas que le muestran una ventaja en la empresa viendo un panorama más amplio en la cual se pueda crecer como empresa.

- ✓ **Debilidades:** *falta de capital de trabajo, recursos humanos no suficientes sin capacitación y totalmente desmotivados, misión y objetivos pocos claros sin planificación ni control.*(Gerolevaggi, 2007).

La debilidad en una empresa puede afectar a sus procesos en caso que no sea analizado a tiempo, ni le permite mejorar, avanzar a lo que se ha propuesto, objetivos, o metas claras.

*FODA: la matriz FODA (dafo, oswot por sus siglas en inglés) es una herramienta de fácil uso para obtener una visión general de una compañía. Tiene múltiples aplicaciones y puede ser usada por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis, tales como producto, mercado, relación producto-mercado, línea de productos, corporación división, unidad estratégica de negocios, etc.(Hernández, 2012)*

- *Fortalezas: por ejemplo, ventajas en administración, atención al cliente, bajos costos de operación, mercadotecnia, investigación y desarrollo, etc. (Hernández, 2012).*

Por ejemplo valor agregado en el producto, capacidad de respuesta rápida hacia el cliente.

- *Debilidades: por ejemplo, mermas, errores de calidad, fallas en el servicio, recursos insuficientes, etc.(Hernández, 2012).*

Materia prima importante para la empresa que se desperdicia, mal uso de los materiales o maquinas, producto inconforme.

- *Oportunidades: por ejemplo, condiciones económicas actuales y futuras; cambios políticos y sociales, nuevos productos y servicios que pueden agregarse a la línea de productos ya existente (considérense también los riesgos) etc.(Hernández, 2012).*

Cambios políticos o climáticos que beneficien a la empresa, alianzas estratégicas, nuevos mercados aun no conocidos.

- *Amenazas: por ejemplo, incremento en el número de establecimientos con productos y servicios superiores en calidad, aumento de*

*precios en insumos, situación política inestable, etc.*(Hernández, 2012)

Costos de materia prima elevados, cambios políticos, competencia.

## **2.10. El reciclaje**

*El Reciclaje transforma materiales usados, que de otro modo serían simplemente desechos, en recursos muy valiosos. La recopilación de botellas usadas, latas, periódicos, etc. son reutilizables y de allí a que, llevarlos a una instalación o puesto de recogida, sea el primer paso para una serie de pasos generadores de una gran cantidad de recursos financieros, ambientales y cómo no de beneficios sociales. Algunos de estos beneficios se acumulan tanto a nivel local como a nivel mundial.*(El Reciclaje, 2010).

El reciclaje es la transformación de materiales que una vez usados pueden rehusarse para sacar uno nuevo en base al reciclaje, además que esto ayuda a reducir tiempo, costo y recursos que puedan usarse en otras cosas, una de las características más relevantes es el cuidado del medio ambiente y que se tenga conciencia social al proteger los recursos existentes para que sean beneficiados.

## **2.11. Beneficio del reciclaje**

Éstos son algunos de los beneficios del reciclado de plástico:

- ✓ El plástico reciclado puede convertirse en madera plástica, que es más durable.
- ✓ Reduce las emisiones de gases de efecto invernadero.
- ✓ Puede ser utilizado para hacer juguetes, elaborar asientos de los parques, piezas de automóviles, tubos de drenaje y más.

- ✓ El reciclado de botellas de soda puede ser reutilizado para hacer el relleno para almohadas y chaquetas.
- ✓ El negocio de reciclaje de plástico crea más de 300.000 puestos de trabajo en el mundo.
- ✓ Al reciclar el plástico se pueden crear millones de nuevos productos útiles.
- ✓ Se puede elaborar viviendas habitacionales a base de material reciclado y así beneficiar a las clases sociales de un determinado país.
- ✓ Ayuda a mejorar el hábitat de la fauna y la flora.
- ✓ Una de las mejores soluciones frente al impacto ambiental del ser humano es el reciclaje.

## **2.12. Tipos de reciclaje**

Reciclaje de plástico: El plástico tarda en degradarse en unos 180 años, es por eso que se debe reciclar ya que al fundirse el plástico como materia prima se puede formar varios artículos, pero antes de eso se lo tiene que recolectar, limpiar, cortar y clasificar.<sup>1</sup>

Reciclaje de papel: En el proceso que tiene el papel se pueden producir otros artículos, cabe indicar que el 90% de este material se produce con madera, es por eso que se da el proceso por el cuidado que se debe tener para cuidar al medio ambiente evitando la tala de árboles.

---

<sup>1</sup>Referencia: (Tiposde.org)

Reciclaje de baterías y pilas: El material como compuestos químicos y metales pesados hacen que las baterías y pilas sean perjudiciales para el medio ambiente ya que no solo afecta al suelo sino también al agua, por esta razón se debería reciclarlas.

Reciclaje de aluminio: El proceso que se da con el aluminio al fundirlo es muy sencillo y económico ya que implica en usar un 5% tanto del gasto de energía y allí el de sus ventajas en comparación de la producción del mismo.

Reciclaje de vidrio: Se ahorra un 30% de energía en el proceso de reciclado y en ilimitada cantidad de veces además que no pierde sus componentes en comparación a la producción de material virgen.

Reciclaje de cartón: la elaboración del cartón es muy similar a la del papel, por lo cual se debe reciclarlo debido a que con esta actividad se evitaría gastar cerca 140 litros de petróleo y 50.000 litros de agua aproximadamente.

### **2.13. ¿Necesidad de reciclar?**

Los envases de plástico tardan cientos de años en descomponerse y cuando lo hacen siguen causando perjuicio al medio ambiente. Por esta razón no se debe tirar los envases de plástico con el resto de la basura, pues tendrían que ser tratados de forma diferente. El reciclaje de los envases de plástico es lo que puede ayudar a combatir el problema. Se debe tener claro que al tirar la bolsa de envases de plástico en otro contenedor será beneficioso para el medio ambiente. El reciclaje puede ahorrar muchos recursos naturales no renovables. En algunos lugares del mundo el reciclaje de envases de plástico ha supuesto el nacimiento de una nueva forma de ganarse la vida. Mucha gente se dedica a recoger envases de plástico y llevarlos a las plantas de reciclaje.

Los plásticos tardan años en descomponerse, los mismos que causan perjuicios al medio ambiente, la mayoría de las personas no tienen conocimiento que por medio del reciclaje podrían ayudar a ahorrar recursos naturales no renovables y hacer de esta actividad un ingreso económico.

#### **2.14. Marketing ecológico**

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el hombre ha disfrutado de mejores condiciones de vida, los productos de la investigación científica y tecnológica han permitido más comodidades como autos veloces, maquinas eficientes, envases desechables, comida rápida, información al instante, medicamentos eficaces etc. Sin embargo difícilmente se piensa que en última instancia de la existencia no depende de estos avances, sino de los recursos naturales del planeta y en particular de lo que producen los ecosistemas.

La ecología o ciencia y de las relaciones con los organismos y sus medios enseñan que todos los sistemas para poder subsistir deben mantener un equilibrio.(Lopez, 2006).

El marketing ecológico forma parte de la estrategia comercial de muchas empresas. Cada vez son más las compañías que apuestan por esta herramienta de marketing por dos motivos: ganar clientes y combatir la contaminación ambiental.

Hay que distinguir entre dos tipos de marketing ecológico: desde una perspectiva social y desde una perspectiva empresarial.

Desde la perspectiva social, el marketing ecológico se lo define como un conjunto de actividades que busca incentivar a la sociedad para crear conciencia

ecológica, y mejorar comportamientos que podrían ser mucho más beneficiosos para el medio ambiente y llegar a difundir ideas medioambientales deseables entre los ciudadanos y las instituciones de los países.

Desde la perspectiva empresarial, se puede decir que es el que se aplica para vender productos ecológicos, es decir, el que busca satisfacer necesidades sin dañar al medio ambiente. Es un distinto modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio. Todas las partes tienen que salir ganando, la empresa, los consumidores y el planeta.(Ecología verde, 2013).

La ecología asumiéndola como un componente de suma importancia en la cultura organizacional de hoy en día, nos da apertura al marketing ecológico, tomando en cuenta al momento de elaborar y comercializar un producto o servicio tiene que cubrir con la necesidades y satisfacción de los consumidores, que deben estar fusionados con a los intereses del entorno social en la cual se desenvuelven.

En primera instancia el fin del marketing es incrementar ventas y posicionar en el mercado actual un determinado producto o servicio, es decir que el marketing ecológico va direccionado a un mercado preocupado por el medio ambiente y la responsabilidad que esta implica, el cual tiene efectos muy relevantes y positivos en la actitud refleja la empresa respecto al cuidado del planeta, de esta manera una organización se vuelve concientizadora de clientes y proveedores sobre el consumo responsable.

*“Marketing verde (Green marketing) es el marketing de productos que se presume se encamina a salvaguardar el medio ambiente. De esta forma, se entiende que este incorpora actividades de modificación de diseños del producto, de los procesos de producción, empaques biodegradables, así como mejores prácticas de*

*distribución y de publicidad para que el producto sea más amigable con el ambiente. American Marketing Asociación (2011)”*

### **2.15. Importancia del marketing ecológico**

Con el pasar del tiempo la notable contaminación ambiental que se puede percibir en el planeta ha aumentado, por tal razón las empresas y organizaciones que no adopten una filosofía ambiental podrían desaparecer o en su defecto serían absorbidas por empresas más grandes que ya posean este tipo de estrategia. Toda empresa dedicada a la realización o comercialización de un determinado producto, posee un proceso de elaboración de cierta manera sencillo; pero al transcurrir el tiempo y seguir con la distribución de dicho producto no tienen en cuenta cual es la tendencia actual del mercado, posiblemente perderán posicionamiento tanto como empresa e imagen corporativa y es en ese preciso momento donde cada organización que visualiza un futuro más agradable debe obtener más responsabilidad social y así generar un entorno más fructífero que no solo va a captar la atención de los consumidores ecológicos; sino que también la competencia al observar este tipo de rendimiento que se obtendrá aplicarán un benchmarking creando así una nueva cultura en el consumidor y en la competencia.

Al momento de toda empresa adoptar como estrategia un marketing ecológico obtendrá un beneficio económico, será más competitiva, mejorará notablemente su imagen corporativa, pero como toda nueva implementación requiere una inversión y esfuerzos debido a que la empresa debe poner información necesaria, precisa y concisa para que el consumidor pueda aceptar el producto o servicio y de esta manera pueda tener esta nueva estrategia la suficiente credibilidad.

## 2.16. Beneficios del marketing ecológico

Considerando los tiempos actuales en la cual, el ecosistema forma parte fundamental del hábitad empresarial y humano. Se manifiesta que cada recurso utilizado en una actividad cotidiana tiene que ser explotado al máximo y es así como se debe usar el término sostenibilidad ambiental<sup>2</sup> que en el ámbito empresarial tiene ciertos beneficios:

- **Rentabilidad.-** En la economía que se rige el país, la sostenibilidad ambiental posee un valor diferenciado, debido a que cada organización podrá diferenciarse de la competencia y así de esta manera mejorar el posicionamiento que mantiene en el mercado y se hará más competitiva. Como dato adicional si la organización aplica un buen marketing ecológico podrá captar nuevos consumidores creando conciencia ambiental.
- **Productividad.-** Como toda organización una de las bases fundamentales es el cliente interno que posee cada organización al momento de crear un modelo de sostenibilidad ambiental, crea un lazo social entre el empleado y el fin por el cual se está trabajando, creando así motivación logrando aumentar la productividad de la empresa.
- **Imagen de la marca.-** En el momento que se aplica un marketing ecológico automáticamente se va a realzar la imagen de la marca debido a la

---

<sup>2</sup>**Sostenibilidad Ambiental:** Se refiere a la capacidad de poder mantener los aspectos biológicos en su productividad y diversidad a lo largo del tiempo y de esta manera ocupándose por la preservación de los recursos naturales a fomentar una responsabilidad consciente sobre lo ecológico y al mismo tiempo crecer en el desarrollo humano cuidando el ambiente donde vive.

responsabilidad social que esta transmitiendo hacia los consumidores y proveedores que rodeen la organización, convirtiéndose así la sostenibilidad ambiental parte fundamental que genera confianza a la marca.

- **Factor económico.-** Como beneficio del marketing ecológico afectando al factor económico es beneficioso tanto a nivel interno como externo de toda empresa debido a que se debe sacar provecho de los desperdicios que se producen en la vida cotidiana de una organización.

## **2.17. Principales competidores de la empresa**

Para toda organización un aspecto clave para realizar un buen análisis de mercado es el estudio de la situación actual de la competencia, para de esta manera determinar si el negocio es viable o no. En caso de no realizarse este análisis podría ponerse en total riesgo la iniciativa empresarial ya que se estaría obviando comportamientos, tendencias y estrategias que usarían los competidores ante la presencia de algo nuevo.

En el caso de Arcadia Soluciones S.A., tiene como competencia directa a todas las empresas dedicadas a la elaboración de fundas de todo tipo en la ciudad de Guayaquil entre las principales según la revista Ekos se mencionan las siguientes:

- Plásticos del litoral plastlit S.A.
- Disan Ecuador s.a.
- Plásticos koch Cía. Ltda
- Expilaste
- Hansaplast S.A.

- EcuamundoCorp.
- Grupo Mario Bravo

Según los datos tomados de la revista Ekos se ha determinado las ocho principales empresas competidoras de la ciudad de Guayaquil.

#### **2.18. Matriz PEST.**

#### **2.19. Situación política**

En el Ecuador se vive una realidad política muy diversa y cambiante desde el año 1996, debido a que desde este año ha ocurrido una transición muy notoria de mandatarios presidenciales, los mismos que al empezar su periodo de mandato aplican, crean, modifican y promueven normas, leyes y reglamentos a su conveniencia para de esta manera beneficiar a grupos políticos y a personas de forma individual, por obvias razones esto da como resultado la inestabilidad política, que da apertura a la corrupción en las instituciones y entes reguladores del estado ecuatoriano.

En el Ecuador las leyes son las que afectan de manera directa a las empresas, organizaciones o industrias, para lo cual cada decisión tomada a nivel político va afectar tanto el comportamiento habitual de la empresa como de la sociedad obstruyendo de esta manera la libertad e independencia con la que se manejan cada una de las partes.

En el país existe en la actualidad un ente departamental o municipal, las cuales tienen alto grado de influencia en las organizaciones, dirigiendo así una economía interna en cada provincia, es necesario mencionar que cada decisión

tomada por cada ente regulador son de suma importancia para las organizaciones o empresas debido a que al reformar una ley o colocar una nueva esta podía ser aprovechada por una organización la misma que le sea de utilidad creando así oportunidades y amenazas.

### **Situación económica**

La situación económica es la que determina si un país está en desarrollo o en recesión a nivel económico, la economía es un factor relevante que afecta de manera directa el desarrollo y bienestar de un país, de dicho desarrollo depende que cada organización obtenga buenos resultados económicos y de esta manera los Stakeholder definir el alto rendimiento de la organización.

Toda empresa debe estar muy pendiente de los principales pilares que mueven la economía de un país los cuales son:

- Tasa de interés.- Es el valor del dinero en el mercado, que puede variar cuando hay escasez la tasa sube y cuando hay mucho dinero en el mercado la tasa baja.
- Tasa de crecimiento económico.- Es la que permite observar el nivel de empleo y el gasto de todos los consumidores en un tiempo determinado.
- Inflación.- Es el factor económico que da a notar el aumento en el precio de bienes y servicios actuales en un mercado en un plazo en el tiempo.
- Tipo de Cambio.- Es el precio económico que posee la divisa de un país que puede ser cambiada por divisas de otro país a un precio pactado por el mercado.

- Inversión extranjera.- Es la colocación o inversión de capitales en un país extranjero con fines de lucro.

### **Situación social**

En el Ecuador debido a las crisis de diversos tipos que se ha suscitado a lo largo de los años, se ha podido delimitar en dos bandos las que tiene un poder económico y político alto a los que se denomina clase explotadora; también a la clase de personas con un poder económico bajo los cuales en la mayoría de los casos son explotados, como resultado del conflicto entre estos dos bandos arrojará como saldo a una crisis social alta provocando que los seres humanos con el afán de satisfacer sus necesidades se involucren en otro tipo de negocios los cuales van desde la delincuencia, prostitución, narcotráfico, sicariato, etc. e incluso en algunos casos puede darse la explotación infantil y ante esta realidad diaria toda organización y capital humano tiene que lidiar para ser productivos para ambas partes.

### **Situación Tecnológica y ecológica**

- **Situación tecnológica**

A nivel mundial la tecnológica es cambiante debido a mejoras en los sistemas operativos que se generan día a día. En la actualidad todas las empresas deben actualizar sus maquinarias tanto a nivel administrativo como a nivel operativo para tener mejor rendimiento y así ser una empresa más productiva indistintamente de cuál sea su función.

En el caso de las empresas que se dedican a elaborar un tipo de producto es de vital importancia debido a que comparar una maquinaria con tecnología obsoleta

no rendirá de la misma manera que una con mejor tecnología.

En el 2010 una publicación del diario el Universo menciona lo siguiente:

*“Las importaciones del país en el primer semestre del año crecieron \$ 1.818,3 millones en comparación con igual periodo del 2009, reportan datos del Banco Central del Ecuador, lo que según analistas consultados podría reflejar una reactivación en el sector productivo. Esto debido a que el 42,54% del incremento corresponde a compras de materias primas (31,5%) y bienes de capital (maquinarias y equipos) (11,04%).*

*Roberto Aspiazu, director ejecutivo del Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE), argumenta que esas compras que hizo el país revelan que hay un aumento en la producción nacional, después de un año de decrecimiento.*

*Xavier Durán, presidente de la Cámara de Industriales de Guayaquil, anota que otro de los sectores que ha presentado un aumento en las importaciones de maquinaria es el de la industria plástica, que está conformado en el 97% por empresas medianas y grandes.*

*Un crecimiento de inversión entre el 5% y el 10% es lo que, Durán estima, en tecnología para ese sector este año.”(Universo, 2010)*

Según el reportaje realizado en el 2010 deja como cuadro histórico que el Ecuador como país en crecimiento económico y tecnológico está dando apertura y total apoyo al sistema industrial y en gran parte al sector de la industria plástica ayudando a adquirir mediante convenios económicos la importación de tecnologías nuevas.

- *Situación ecológica*

La situación ecológica en el país está en vía de desarrollo debido a que en el 2013 en la Cumbre Internacional del Medio Ambiente puso en práctica su proyecto de Plan Nacional de Gestión Integral de los Residuo Sólidos obtener una mejora en el tratamiento de materiales, proyecto que sigue en marcha con los respectivos municipios del país. Este proyecto va a influenciar tanto a los hogares, escuelas, colegio, empresas y organizaciones creando así una conciencia ecológica influyendo en temas climáticos, de movilización terrestre urbana, aérea o fluvial, comunicaciones, etc.

## **2.20. Cinco fuerzas de Michael Porter**

- ✓ Rivalidad entre los competidores existentes

Toda empresa grande o pequeña siempre va a tener competencia directa o indirecta y es en este preciso momento en donde se debe determinar de qué manera está afectando el desarrollo empresarial.

- ✓ La amenaza de entrada de nuevos competidores

A diario hay empresas con ideas innovadoras que entran al mercado del país con nuevos productos o servicios, para lo cual hay que determinar si a futuro representarán una amenaza para la empresa.

- ✓ Productos o servicios sustitutos

En el ámbito comercial la competencia siempre va a buscar la manera de abarcar más posición en el mercado para lo cual realizará cambios de cualquier índole al producto o servicio que ofrece la empresa siendo así una amenaza alta para la organización.

✓ El poder de negociación de los clientes

En este punto se hace referencia a los clientes para lo cual se menciona que el poder de decisión que ellos tienen al momento de buscar la manera de satisfacer alguna necesidad, influye mucho en la relación que se tiene con la empresa debido a que al realizar una compra pueden ser partícipe de un tipo de descuento o servicio especial y pactar así pagos, precios y volumen a su conveniencia obteniendo una ganancia tanto para la empresa como para el cliente.

✓ El poder de negociación de los proveedores

Es importante tener claro cuáles son los proveedores que proporcionan la materia prima para el producto que se realizará, ya que depende mucho de ellos el ahorro económico y la calidad que se ofrece.

## **2.21. Marco legal**

La empresa "Arcadia Soluciones" está legalmente constituida desde abril del 2011 por dos socios que son personas naturales, regulada por la ley de régimen tributario interno, por la Superintendencia de Compañías, el Código de Trabajo.

Es importante mencionar que debido a que se elabora un producto que afecta al medio ambiente, hay que tener en cuenta las leyes medio ambientales que rigen en el Ecuador que son de vital importancia para la realización del Plan de Marketing Ecológico.

Según el plan nacional del Buen Vivir el **Objetivo 7** en su literal **7.1.A**, de acuerdo con sus políticas y lineamientos con la aplicación de proyecto se está cumpliendo con garantizar los derechos de la naturaleza, al no realizar daños repetitivos, ni afectaciones a la naturaleza.

En el **Objetivo 7** literal **7.1.B**, del plan de Buen Vivir, el estado mediante sus organismos de control puede establecer sanciones en caso de realizarse algún incumplimiento que afecte los derechos de la naturaleza.

En mención al **Objetivo 7** literal **7.2. B** del plan de Buen Vivir, al momento de realizar el proyecto y de acuerdo al producto que la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” ofrece, estará cumpliendo con los principios basados en la sustentabilidad y responsabilidad social que requieren los derechos del medio ambiente... (Véase Anexo1).

Dentro de las normas y certificaciones que deben cumplir toda empresa encaminada a realizar una actividad económica es necesario tener en cuenta las siguientes:

- Licencia ambiental (Esta licencia la otorga el Ministerio del Medio Ambiente).
- Normas ISO 140001 en Gestión Ambiental.
- Normas ISO 90001 en Gestión de Calidad.
- Licencia Ambiental (Esta licencia la otorga la Municipalidad de Guayaquil).
- Reconocimiento Ambiental Punto Verde (El reconocimiento lo otorga el Ministerio del Medio Ambiente).

## Capítulo 3

### Metodología

#### 3.1. Población y muestra

El tipo de muestreo que se utilizó para el presente estudio fue el no probabilístico por conveniencia, debido a que es un proceso en el cual el investigador selecciona de manera directa e intencional los elementos que conformarán la población.

En el estudio se consideró la cantidad actual de hogares en la ciudad de Guayaquil que es de 459.610(INEC, 2010), según las cifras proporcionadas por el INEC., debido a que la cantidad de la muestra es de gran volumen se utilizará la fórmula para calcular poblaciones finitas presentadas a continuación:

$$n = \frac{(z^2) (p) (q) (N)}{N(e^2) + (z^2) (p) (q)}$$

Dónde:

- N = 459.610
- e = 5%
- Z = 1,96

- $p = 0,5$
- $q = 0,5$

$$n = \frac{3,84 \times 0,50 \times 459.610,00}{459.610,00 \times 0,025 \times 3,84 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{441.409,44}{1.149,99}$$

$$n = 385$$

El tamaño de la muestra fue de 385 hogares, los mismos que se procedió a realizar la encuesta. Los hogares a considerarse dentro de las encuestas se tomaron para que dicha población sea representativa para la ciudad de Guayaquil.

### **3.2. Nivel metodológico**

El tipo de investigación aplicado para el desarrollo del plan será mixta, es decir, documental porque ahorra tiempo, es de fácil adquisición, la información se la puede verificar y aumenta conocimientos; decimos también que es de campo debido a que proporciona un margen de error bajo, es más confiable y exacta.

### **3.3. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que fue aplicada para el desarrollo del plan será mixta, es decir, documental y de campo, el nivel de investigación tendrá un enfoque cualitativo y cuantitativo, puesto que se analizó un estudio colectivo extenso, adicionalmente se estimó cantidades y se realizó los respectivos análisis estadísticos obteniendo así un resultado exacto.

### **3.4. Técnica de recolección de datos**

#### **✓ La Observación directa**

Es la forma en que los sentidos aprecian el mundo objetivo y la realidad. Debe servir para lograr resultados de los objetivos planteados en la investigación; debe tener fundamentación científica, planificación y sistematización, es decir, hay que planificar lo que va a observar y mediante hipótesis, predecir sus resultados.

Los tipos de observación aplicados en la investigación serán la directa, pues existe una relación entre el sujeto y el objeto de la investigación; de campo, pues se realizó en el lugar de los hechos y se observó y se captó los fenómenos tal como se presentaron.

#### **✓ La encuesta**

Es una de las técnicas más utilizadas para recopilar información primaria y tal vez la más fácil de aplicar. Brinda mucha información de cualquier universo en corto tiempo. Consiste en formular una serie de preguntas referentes a un tema, también se lo realiza como una forma de sondear la opinión pública sin necesidad de tomar control, ni someter a modificación el proceso que está en periodo de observación.

#### **✓ Focus group**

En el grupo de discusión se siguen procedimientos donde el investigador previamente ha seleccionado a las personas de su interés, se recopila información la cual cada uno manifiesta su manera de pensar y actitudes frente a un tema específico como innovación de un producto, un servicio, situación política.

Considerando que la información proporcionada por las personas seleccionadas van hacer de interés para el evaluador y saber qué decisión podrá tomar frente a las opiniones expuestas en el grupo focal.

En conclusión la recolección de datos ayudara a tener mayor conocimiento al investigador si su proyecto o programa podrá ser aplicado en las condiciones propuestas por el mismo.

### ✓ La entrevista

Es una de las herramientas que se considera como el método más antiguo, en donde existe la interacción de dos personas la cual se llamará el entrevistador y el entrevistado con el fin de obtener información de acuerdo a elementos establecidos.

La entrevista tiene un objetivo diferente de lo que sucede con otras técnicas de investigación social, porque se manifiesta la opinión de una persona específica permitiendo así al entrevistador tener una conclusión específica.

## 3.5. Análisis e interpretación de los resultados

### a) Análisis de la encuesta

	<b>Herramienta:</b> Encuesta
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Dirigido a:** Los consumidores para conocer el comportamiento y el hábito de usar un producto hecho a base de material reciclado.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

Para el desarrollo de la presente por favor marcar con un X los campos a llenar

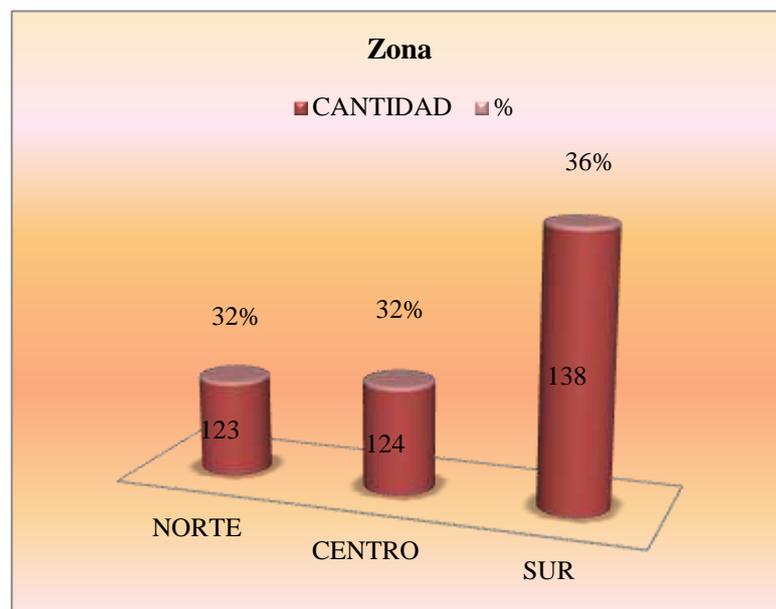
Zona:

**Tabla 3. 1 Zona Urbana**

ZONA	CANTIDAD	%
NORTE	123	32%
CENTRO	124	32%
SUR	138	36%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Los autores, 2015

**Gráfico 3.1 Zona Urbana**



Elaboración: Los autores, 2015

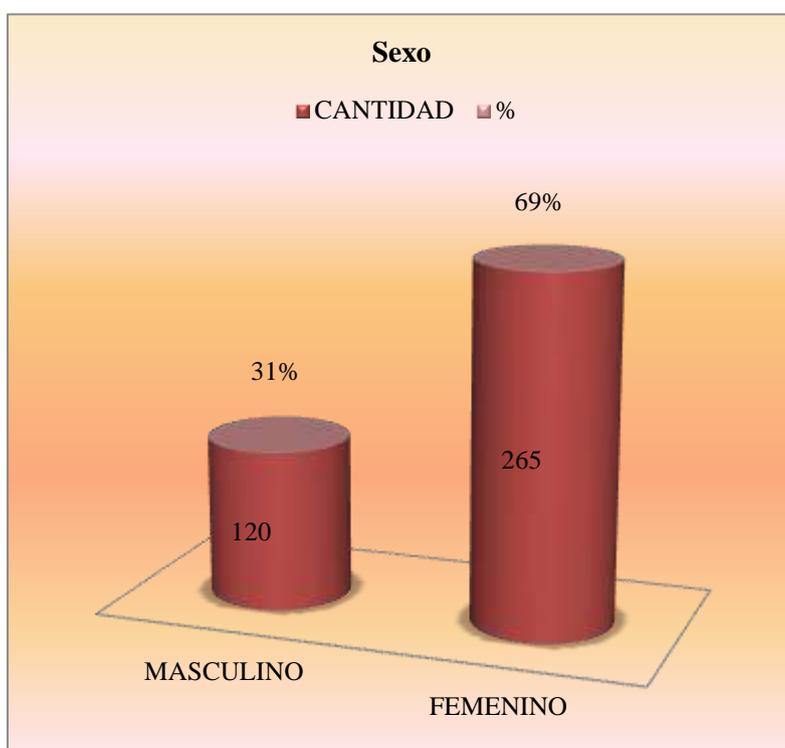
### Análisis

El objetivo de determinar cuáles son las zonas en la ciudad de Guayaquil donde se represente el mayor segmento de mercado para Arcadia Soluciones, es así que se pudo observar en el gráfico expuesto la mayor parte de las personas encuestadas viven en la zona sur con un porcentaje del 36%, siendo esta la zona de mayor demanda y con una parte minoritaria la zona centro con 32% y norte 32%,

**Sexo:****Tabla 3.2 Tipo de sexo**

<b>SEXO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
MASCULINO	120	31%
FEMENINO	265	69%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.2 Tipo de sexo**

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Análisis**

El objetivo de considerar que sexo consume las fundas plásticas, se proporcionó que el mayor porcentaje lo obtuvieron fueron las mujeres Con un 69% de las personas encuestadas fueron el sexo femenino, teniendo poca participación en la encuesta el sexo masculino con un 31%.

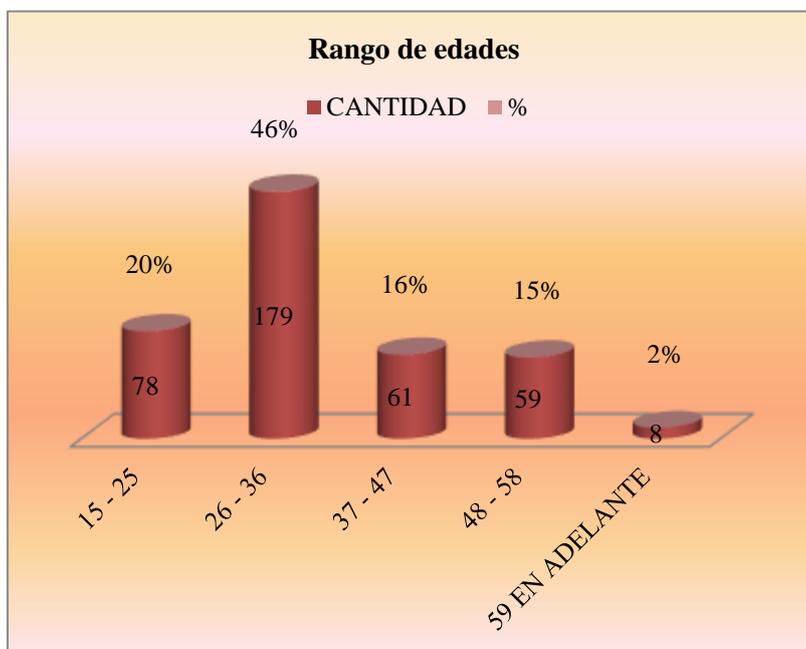
## 1. Edad:

**Tabla 3.3 Rango de edades**

RANGO DE EDAD	CANTIDAD	%
15 - 25	78	20%
26 - 36	179	46%
37 - 47	61	16%
48 - 58	59	15%
59 EN ADELANTE	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Los autores, 2015

**Gráfico 3.3 Rango de edades**



Elaboración: Los autores, 2015

### Análisis

Se pudo observar que la edad de quienes colaboraron con la encuestas la mayoría se encuentran en un rango de 26-36 quienes podrán utilizar las fundas, conociendo que este rango de edad será el segmento mayor y con un 46%, el rango minoritario de edad es de 59 en adelante con un 2%.

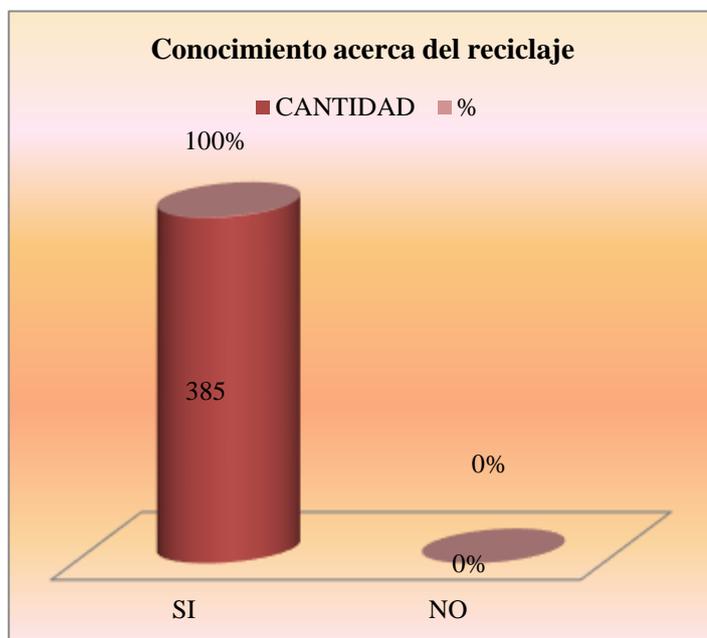
## 2. ¿Conoce usted acerca del reciclaje?

**Tabla 3 4 Conocimiento del negocio**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	385	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Los autores, 2015

**Gráfico 3.4 Conocimiento del negocio**



Elaboración: Los autores, 2015

### Análisis

Se determinó que en el momento de consultar sobre el conocimiento acerca del reciclaje, la encuesta arrojó como resultado que existe un 100% de personas que poseen cierta información del tema en la ciudad de Guayaquil y la conciencia social que se debe tener para la preservación del ambiente.

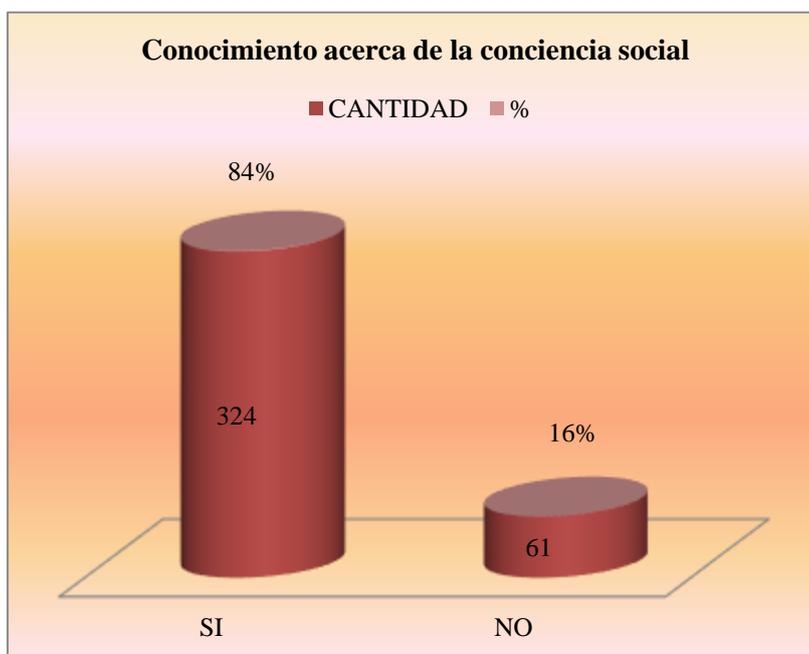
### 3. ¿Conoce usted acerca del término conciencia social?

**Tabla 3.5 Consulta acerca del término conciencia social**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	324	84%
NO	61	16%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.5 Consulta acerca del término conciencia social**



**Elaboración: Los autores, 2015**

#### **Análisis**

Mediante la encuesta realizada sobre la pregunta acerca de la conciencia social la mayor parte de las personas representadas por el 84% manifestaron un sí, y un porcentaje minoritario contestaron un no al desconocer lo que es conciencia social, lo que le permitirá a Arcadia Soluciones una ventaja, ya que la mayor parte de los encuestados conoce el término.

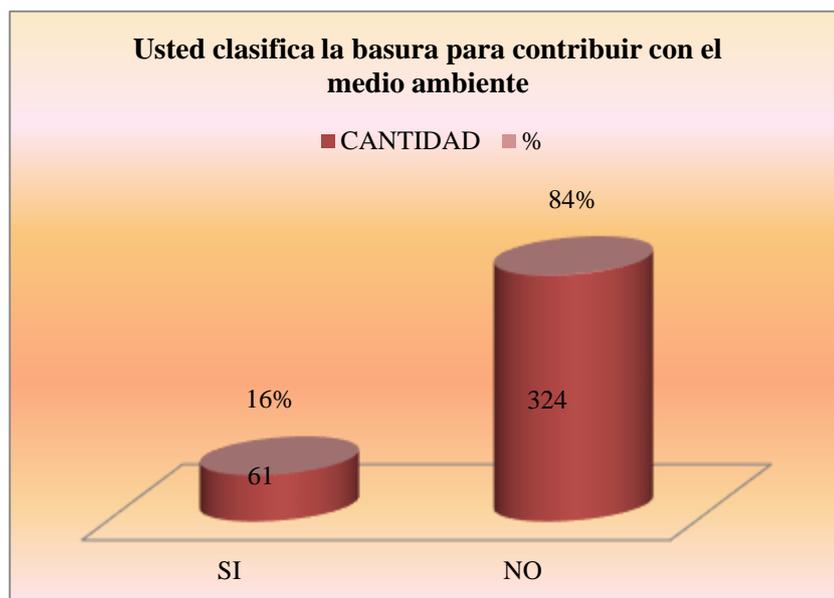
**4. ¿Dentro de su hogar usted clasifica la basura para de esta manera contribuir al medio ambiente?**

**Tabla 3.6 Clasificación de basura dentro del hogar**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	61	16%
NO	324	84%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Los autores, 2015

**Gráfico 3.6 Clasificación de basura dentro del hogar**



Elaboración: Los autores, 2015

### **Análisis**

Se determinó que en el momento de consultar sobre la clasificación de la basura en cada hogar de las personas encuestadas manifestaron con un 84% que no lo hacían y solo un 16% manifestó que si clasificaba la basura en el momento de botarla lo que permitirá a Arcadia Soluciones contribuir con una mejor comunicación del beneficio de clasificar la basura y que se pueda generar ingresos económicos.

## 5. En la siguiente pregunta marque más de una opción

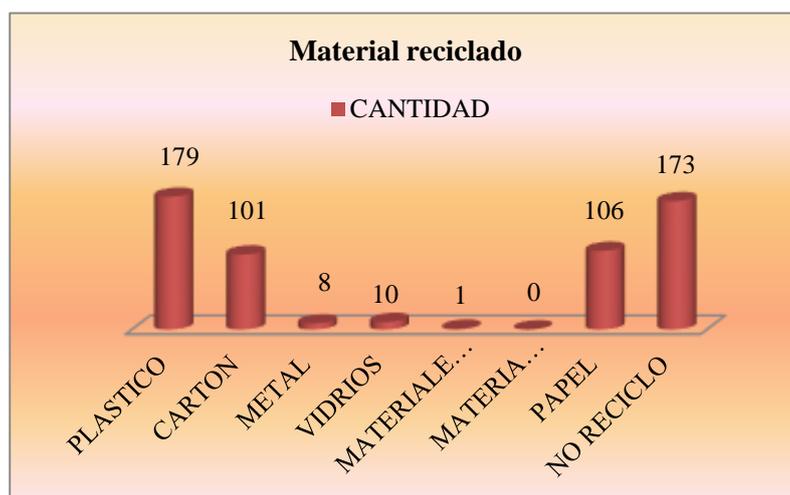
¿Qué tipo de material recicla?

**Tabla 3.7 Tipo de Material reciclado**

MATERIAL	CANTIDAD	%
PLASTICO	179	31%
CARTON	101	17%
METAL	8	1%
VIDRIOS	10	2%
MATERIALES TEXTILES	1	0%
MATERIA ORGANICA	0	0%
PAPEL	106	18%
NO RECICLO	173	30%
<b>TOTAL</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.7 Tipo de Material reciclado**



**Elaboración: Los autores, 2015**

### Análisis

En el momento de preguntar qué material recicla el plástico obtuvo el mayor puntaje con 179 opiniones, este material es el más reciclado por las personas ya que es bien pagado, y el más accesible para todos, lo que permitirá que Arcadia Soluciones comercialice este material reciclado ya que se los encuentra en todo lugar, pero hay que considerar que un 173 opiniones contestaron que no reciclaban, es decir desechan todo material.

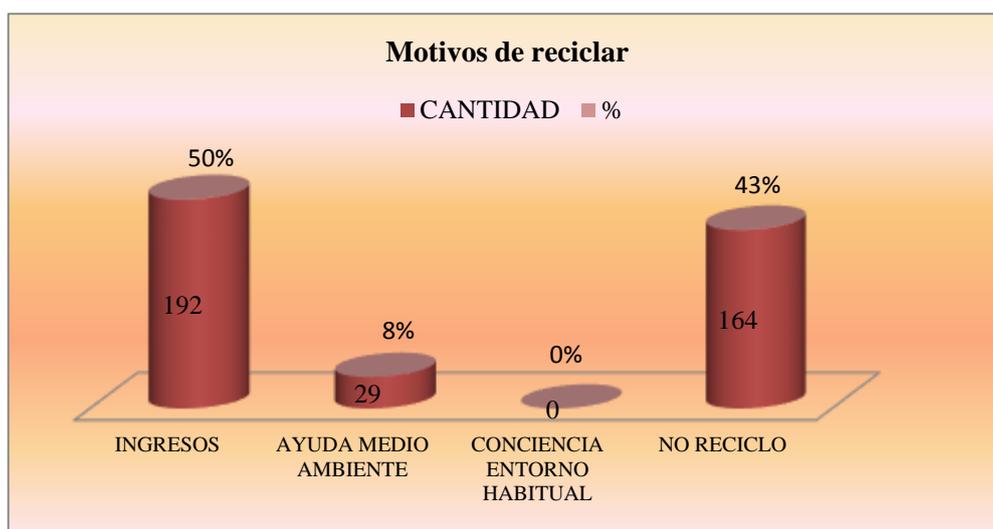
## 6. ¿Cuál es el principal motivo por el cual recicla?

**Tabla 3.8 Motivos de reciclar**

MOTIVOS	CANTIDAD	%
INGRESOS	192	50%
AYUDA MEDIO AMBIENTE	29	8%
CONCIENCIA ENTORNO HABITUAL	0	0%
NO RECICLO	164	43%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.8 Motivos de reciclar**



**Elaboración: Los autores, 2015**

### Análisis

Se determinó que las personas encuestadas manifestaron que lo hacían por ingresos con un 50%, permitiéndole a Arcadia Soluciones poder considerar a este grupo como sus futuros proveedores llegando a obtener ingresos económicos en ambas partes y solo un 8% lo hacía por cuidado del medio ambiente y un 43% no recicla, lo que se interpreta es que se necesita impulsar más el reciclaje de desechos que son perjudiciales para el ecosistema.

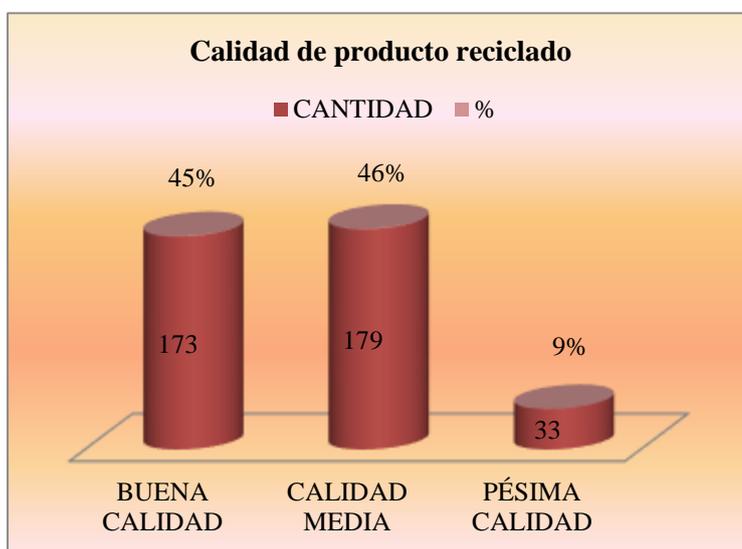
## 7. ¿Cómo cataloga usted un producto reciclado?

**Tabla 3.9 Calidad de producto reciclado**

OPCIONES	CANTIDAD	%
BUENA CALIDAD	173	45%
CALIDAD MEDIA	179	46%
PÉSIMA CALIDAD	33	9%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Los autores, 2015

**Gráfico 3.9 Calidad de producto reciclado**



Elaboración: Los autores, 2015

### Análisis

Se determinó que al momento de consultar sobre cómo se cataloga la calidad de un producto reciclado, generaría aceptación dando como resultado un 46% de calidad media, es decir que no confían un cien por ciento en un producto reciclado, un 45% de buena calidad es decir les agrada la idea de comprarlo y solo un 9% dio a conocer que son de pésima calidad. Lo que permitirá a Arcadia Soluciones trabajar en su producto para que pueda dar a conocer que el mismo es igual de calidad que un producto con materia prima virgen.

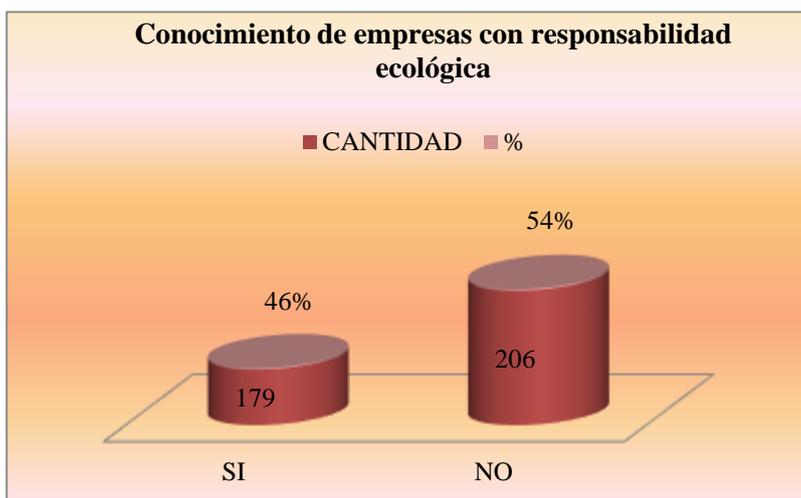
**8. ¿Conoce usted acerca de empresas que desarrollen sus productos u ofrezcan servicios con responsabilidad ecológica?**

**Tabla 3.10 Conocimiento de empresas con responsabilidad ecológica**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	179	46%
NO	206	54%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.10 Conocimiento de empresas con responsabilidad ecológica**



**Elaboración: Los autores, 2015**

### **Análisis**

El 54% manifestó el desconocimiento que tiene acerca de las empresas con responsabilidad ecológica, es decir que aun estas empresas no las conoce el mercado, y solo un 46% contestó que si conoce empresas que se dediquen al reciclaje. Esto permitirá que Arcadia Soluciones sea la diferenciación ya que contribuiría a la preservación del medio ambiente.

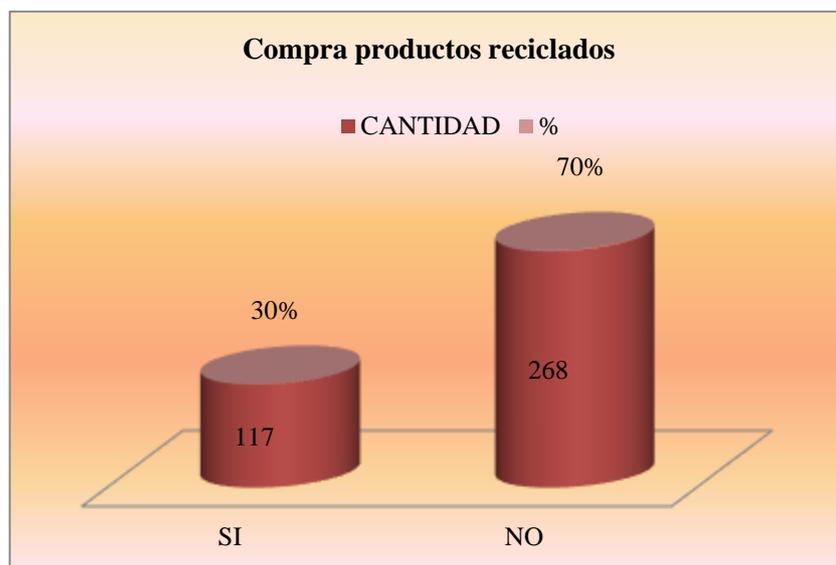
**9. Dentro de su hogar usted compra algún tipo de producto que haya sido elaborado a base del reciclado**

**Tabla 3.11 Compra de productos reciclados**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	117	30%
NO	268	70%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.11 Compra de productos reciclados**



**Elaboración: Los autores, 2015**

**Análisis**

Con respecto a la pregunta sobre la compra de productos reciclados se obtuvo el siguiente resultado, un 70% no compra productos, lo que se puede analizar es que estos productos no se encuentran en el mercado en gran volumen, la falta de distribución o por el costo de los mismos en el que Arcadia Soluciones trabajaría para que genere mayor demanda y poder introducirlos en el mercado y solo un 30% manifestó que si compran productos reciclados.

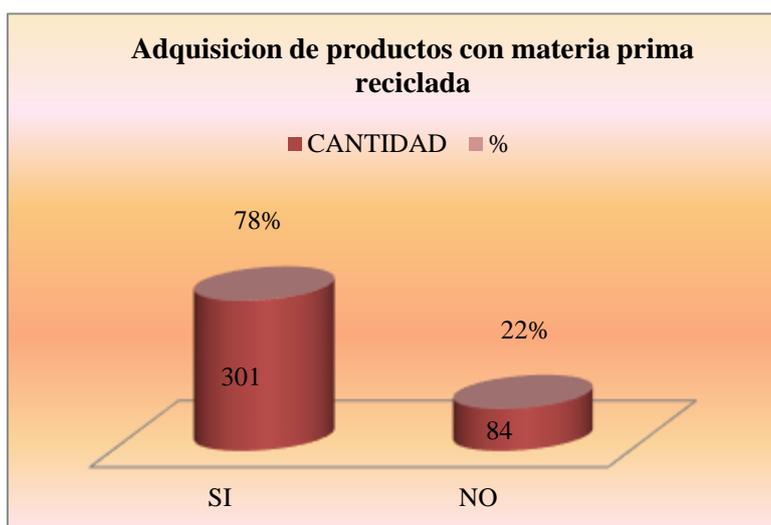
**10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un producto hecho con materia prima reciclada?**

**Tabla 3.12 Adquisición de productos reciclados**

<b>OPCIONES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
SI	301	78%
NO	84	22%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Elaboración: Los autores, 2015

**Gráfico 3.12 Adquisición de productos reciclados**



Elaboración: Los autores, 2015

**Análisis**

Al preguntar sobre la adquisición de productos con materia prima reciclada un 78% contestó que sí, permitiendo una ventaja para Arcadia Soluciones poder diversificar sus productos a base del reciclado, y un 22% indicó que no compraría.

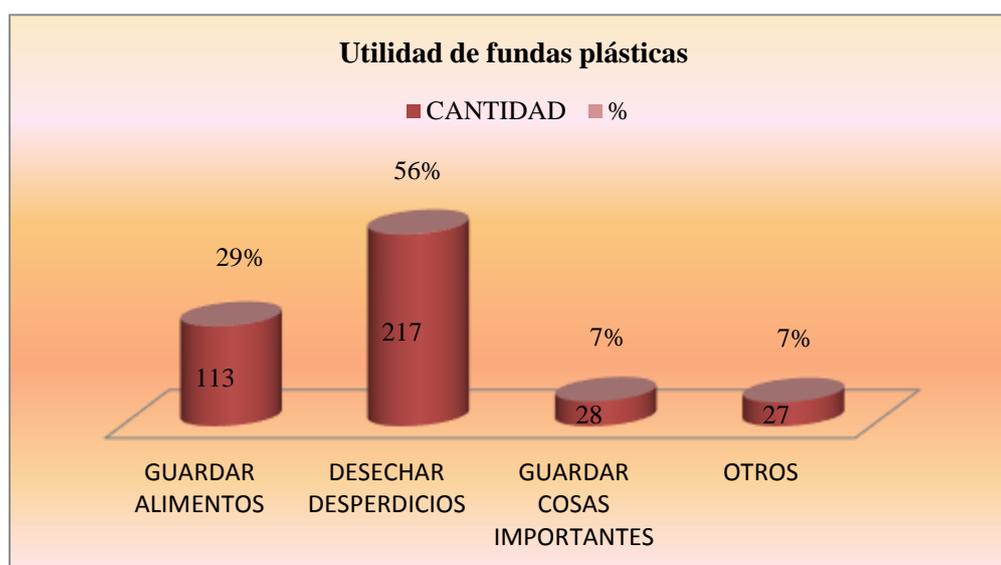
## 11. En su diario vivir qué tipo de utilidad le da a las fundas plásticas

**Tabla 3.13** Uso de Fundas plásticas

OPCIONES	CANTIDAD	%
GUARDAR ALIMENTOS	113	29%
DESECHAR DESPERDICIOS	217	56%
GUARDAR COSAS IMPORTANTES	28	7%
OTROS	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.13** Uso de Fundas plásticas



**Elaboración: Los autores, 2015**

### Análisis

Al preguntar el uso de las fundas plásticas en los hogares el mayor fue el de desechar desperdicios con un 56%, de esta manera permitirá que Arcadia Soluciones pueda crecer con la diversificación de fundas plásticas de acuerdo a las exigencias del mercado, siguiéndole así el uso de guardar alimentos con un 29% y la diferencia fue muy baja con el uso de guardar cosas importantes, y otros.

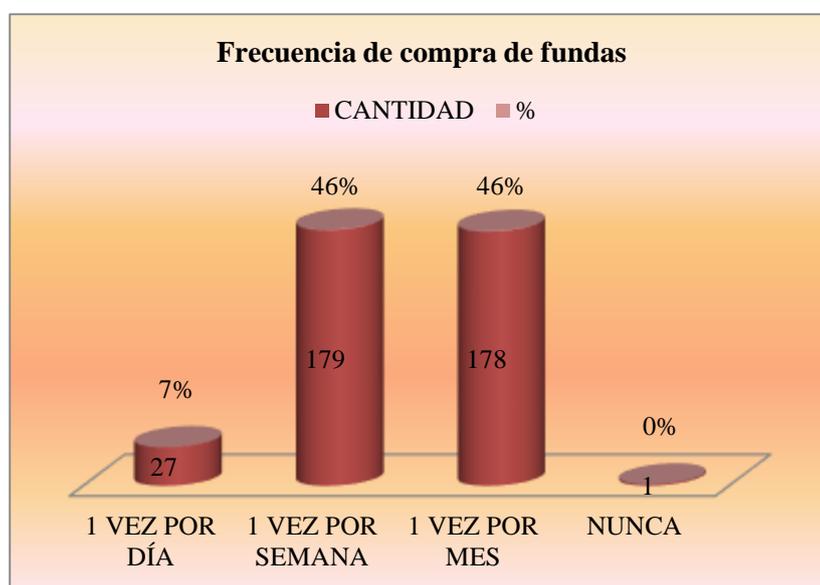
## 12. ¿Con qué frecuencia usted compra fundas plásticas?

**Tabla 3.14 Frecuencia de compra de fundas**

OPCIONES	CANTIDAD	%
1 VEZ POR DÍA	27	7%
1 VEZ POR SEMANA	179	46%
1 VEZ POR MES	178	46%
NUNCA	1	0,3%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

**Gráfico 3.14 Frecuencia de compra de fundas**



**Elaboración: Los autores, 2015**

### Análisis

La frecuencia con la que se compran las fundas se obtuvo un 46% en una vez por semana y 1 vez por mes, considerando que es importante para las amas de casa el uso de las mismas, así mismo solo un 7% indicó que 1 vez por día compraba y solo un 0% nunca usa fundas plásticas, lo que beneficiaría a Arcadia Soluciones llegar de manera rápida a su mercado meta como lo son las amas de casa considerando su uso de manera continua y trabajando constantemente en este mercado por las posibilidades de crecimiento a futuro.

## **Conclusión**

El resultado que arrojó de manera general las encuestas realizadas en los hogares que se encuentran dentro de la ciudad de Guayaquil permitió saber que si existe una población que está dispuesta a adquirir productos hechos a base de material reciclado, considerando que la mayoría de personas viven en el sector sur, y el sexo femenino que oscila entre 26 y 36 años, las cuales conocen acerca del reciclaje.

Sobre cómo se cataloga un producto reciclado las amas de casa tienen una percepción en que la calidad es media, la cual se consideró que la respuesta son artículos varios.

En la adquisición de un producto reciclado se obtuvo como resultado que sí estaría dispuesto la población guayaquileña a adquirir un producto con estas características, pero de la misma manera otro grupo de personas manifestaron que no, se debe a que no han recibido la suficiente información o capacitación acerca de los beneficios que conlleva el reciclaje.

Cuando se consultó sobre el uso frecuente de las fundas plásticas a las amas de casa, estas contestaron que las utilizan una vez por semana y en otros casos una vez por mes. El resultado que se obtuvo sobre el uso de fundas recicladas por las amas de casa fue satisfactorio, considerando que es importante el uso de las mismas en sus hogares concluyendo que por sus diferentes usos, le va a permitir a las personas encargadas del hogar saber recolectar los desechos en el lugar que corresponde, lo que le interesaría a Arcadia Soluciones es que exista una oportunidad económica dentro de esta población por el uso constante en cuanto a la compra de dicho producto y de esta manera los clientes potenciales contribuirán al cuidado de medio ambiente.

## b) Análisis del Focus Group

	<b>Herramienta:</b> Focus Group
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Dirigido a:** Personas que se dedican a recolección de desperdicios y de esta manera conocer la percepción que tienen acerca de esta actividad.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

A continuación se presentara el análisis por pregunta que se realizó en el Focus Group:

### 1. ¿Qué tipo de material reciclan con más frecuencia ustedes? ¿Por qué?

El 100% de las personas participantes en los dos focus group recogen plásticos debido a que es el material que encuentran más y por el cual les dan una mejor paga a diferencia de otros materiales.

### 2. ¿Desde cuándo se dedican a esta actividad?

Como resultado de las preguntas en general se comprobó que el rango de edades de personas que se dedican a esta actividad es de 15 años a 47 años las cuales llevan hasta 10 años trabajando de esta manera.

### **3. ¿Cuál es la manera en la que recolectan el material reciclado?**

El 60% de las personas que se dedican a esta actividad comienza sus actividades a partir de las 10h00 am hasta la 01h00 am debido a que de esta manera pueden recolectar más material, ya que no tienen un lugar fijo a donde recolectar, mientras que el 40% restante comienzan a partir de las 14h00am hasta 02h00am porque van a lugares específicos como colegios, universidades, ciudadelas privadas, empresas.

### **4. ¿A qué empresa ustedes venden el material reciclado?**

El 100% de los participantes mencionaron que el material recogido se lo venden a personas independientes en distintos sectores de Guayaquil y según el dato que proporcionaron dichas personas le venden a las empresas que procesan el material para ser reutilizado.

### **5. ¿Cuál es el material reciclado por el cual perciben mayores ingresos?**

El material por el cual reciben mayores ingresos es el material PET y plástico de baja y de alta debido a que ellos venden a ctvs. 0,75 el kilo, a diferencia de otros materiales.

### **6. ¿Qué opinan sobre clasificar la basura en contenedores específicos de acuerdo a su material?**

Al consultarles que piensan sobre clasificar la basura en contenedores de acuerdo al desperdicio que arrojan los hogares, colegio, universidades, empresas, lugares

públicos, etc. El 70% estuvo en total acuerdo debido a que esto les facilita el trabajo y los previene de pescar algún tipo de enfermedad o accidente, aunque el 30% restante menciona que no están de acuerdo debido a que si ya está el material clasificado cualquier persona puede tomar estos materiales y venderlos a diferencia que si están en la calle no se ensuciarían.

**7. ¿Cuál es el peso mínimo que deben recolectar para que la empresa a la cual venden su recolección acceda a comprarles?**

El peso mínimo que deben recolectar cada una de las personas que se dedican a esta actividad es de 1 kilo sea cualquier material el que recojan.

**8. ¿Aproximadamente que tiempo demoran en lograr el peso mínimo de recolección para poder venderlo?**

Tanto los hombres como mujeres integrantes del grupo focal mencionaron que el máximo que demoran en recolectar un kilo de material plástico es de una hora mínimo.

**9. ¿Cuál es el precio mínimo que las empresas le dan por cada material reciclado?**

El 100% de los participantes mencionaron que las personas a las cuales les venden el material reciclado son de ctvs. 0,75 el kilo.

**10. ¿Cree usted que las personas están realmente informadas de la importancia del reciclaje? ¿Porque?**

Pues todos riéndose dijeron no, porque si las personas de cada hogar supieran de los beneficios que estos tienen ellos no tendrían trabajo.

**Conclusión**

En las calles de la ciudad de Guayaquil hay gran cantidad de chamberos de toda edad que podemos contratarlos como proveedores ofreciéndoles un buen precio por la cantidad y peso del material PET recogido. Están gestión los ayudara a ellos económicamente y mejorando de cierta manera su estilo de vida.

Al ofrecerles un mejor precio a los chamberos indirectamente se ejerce presión a que recojan más material por día y de esta manera se ayudará a ambas partes de interés, en primera instancia se mejorará la calidad del medio ambiental en el que viven los habitantes de la ciudad de Guayaquil, así como la imagen de la misma y al segundo grupo es a tener mayores ingresos a estas familias que viven en una clase económica media baja.

Como dato adicional es necesario mencionar que las personas que se dedican a esta actividad, sienten una preocupación al generar una campaña de concientización al público en general o en hogares, debido a que para ellos sería una competencia relevante y así bajarían la cantidad de material reciclado por día, ya que habría menos lugares donde recoger la materia prima que venderían, lo que obliga a la empresa a buscar un equilibrio entre ambas partes y la fidelización de las mismas.

c) **Análisis de Entrevista**

	<b>Herramienta:</b> Entrevista
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Dirigido a:** Gerente del Grupo Mario Bravo, para conocer acerca del comportamiento de las empresas al momento de generar desperdicios que podrían ser re utilizados.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

Para realizar este tipo de herramientas, se tomó como muestra a personas que están inmersas en toda la actividad y la industria del reciclaje en general, entre los entrevistados tenemos a los siguientes:

1. **Ing. Mario Emilio Bravo**

**Cargo:** Gerente Comercial

**Empresa:** Grupo Mario Bravo

2. **Ing. Alejandro Haddad**

**Cargo:** Gerente General

**Empresa:** Recynter S.A.

3. **Ing. Fabricio Ordoñez**

**Cargo:** Gerente General

**Empresa:** Proceplas S.A.

**4. Ing. Ronald Bravo**

**Cargo:** Gerente General

**Empresa:** Reciplástic. S.A.

**5. Ing. Mario Bravo**

**Cargo:** Gerente General

**Empresa:** Inbrave

A continuación se presenta el análisis de cada pregunta que se realizó en las entrevistas:

**1. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?**

La actividad económica de las empresas a las cuales se realizó la entrevista son el procesar materiales ferrosos y no ferrosos, producir tuberías de alta calidad e impulsar el desarrollo de las empresas recicladoras de materiales como los polietilenos, recuperación de materiales plásticos, mejoramiento del medio ambiente, a más de contar con centros de acopio en todo hacen su preparación para que su material pueda ser exportado.

**Análisis**

La ciudad de Guayaquil cuenta con empresas que realizan sus actividades enfocadas al cuidado del medio ambiente y a procesar materiales plásticos, mismos que pueden

ser reutilizados, esto da a conocer que se posee una buena oportunidad en este ámbito empresarial.

## **2. ¿Tipo de empresas que maneja el grupo Mario Bravo?**

- RECYNTER S.A., gerente Ing. Alejandro Haddad
- PROCEPLAS S.A., gerente Ing. Fabricio Ordoñez
- RECIPLASTICOS S.A., gerente. Ing. Ronald Bravo
- INBRAVE, gerente Ing. Mario Bravo

### **Análisis**

Constatamos que dentro del mercado guayaquileño hay competencia y de la misma manera empresas o personas naturales que están dispuesta a vender sus desecho reutilizables, lo cual económicamente hay oportunidad comercial.

## **3. ¿Qué tipo de material recicla?**

El material que reciclan las empresas entrevistadas son:

- Plástico polietileno de baja densidad
- Plástico polietileno de alta densidad
- Metales ferrosos y no ferrosos
- Papel bond, archivo y mixto
- Botellas plásticas ( PET )
- Cartón

### **Análisis**

Se comprobó que existe gran cantidad de desechos que las fábricas, empresas y

personas acumulan en el diario vivir, las mismas que están siendo aprovechadas por un grupo pequeño de empresas que como “Arcadia Soluciones S.A” les permite comprar la materia prima suficiente para la elaboración de un producto a ofrecer.

**4. ¿Para qué finalidad le gustaría que se elaboraran los artículos a base de materiales reciclables?**

Los entrevistados en general mencionaron que les gustaría que se elaboraran materiales a base de material reciclado para de esta manera poder atender sectores de construcción y al sector ferretero. También hicieron mención que les gustaría que el gobierno realice un proyecto en el cual se utilicen materiales reciclados, de esta manera se crearía un impacto y así poder crear concientización en los hogares de la población guayaquileña.

**5. ¿Qué haría usted para empezar a incentivar a las personas y crear en ellos conciencia social en el reciclaje?**

En la entrevista el Ing. Mario Bravo menciona “Crear un plan de reciclaje en las universidades y elaboración de proyectos a los alumnos de centros de acopios en las comunidades donde la universidad califique el desempeño mediante el desarrollo del mismo.”

**Análisis**

Las empresas que manejan este tipo de productos como las del Grupo Mario Bravo, están dispuestas a crear campañas creando conciencia social, la cual es muy productiva tanto para el desarrollo económico y para el medio ambiente.

## **Conclusión**

Después de realizar la entrevista a cada uno de las personas antes nombradas, cabe recalcar que estas son gerentes de empresas dedicadas a la exportación y tratamiento de materias primas hechas a base de reciclaje. Aplicando este método de recolección de datos se demostró que en el mercado guayaquileño existe una oportunidad de negocio que aún no ha sido considerada tanto a nivel empresarial como a nivel de hogares, basado en la experiencias de cada una de estas empresas, es necesario mencionar que las fábricas que producen gran cantidad de desperdicios, no saben qué hacer debido a que no poseen espacio físico idóneo dentro de sus organizaciones, destinados para los mismos y optan por vender los materiales que se puedan reutilizar y así sacar una ganancia de los desechos, pero el problema está en que no hay demanda suficiente en el mercado.

De la misma manera los entrevistados apuestan a crear conciencia ecológica en las personas, no solo a nivel de Guayaquil si no a nivel país o por qué no mundial, para forjar conciencia social y crear un mejor ambiente para ecosistema.

Las empresas que están tramitando una certificación ISO, se ven en la obligación de cumplir ciertas disposiciones de las cuales se beneficiará el medio ambiente, lo cual implica crear espacios para depositar los desperdicios llegando a clasificarlos de acuerdo al material como vidrios, plásticos, cartones, papeles, etc., con el fin de provocar menos contaminación al medio ambiente y de esta manera las empresas dedicadas a la actividad del reciclaje puedan ayudar a la compra de este material reutilizable y generar para ambas sus propios beneficios sea económico o a nivel de materias primas.

### **3.5.1. Análisis general de los métodos de investigación aplicados**

La cultura que se maneja dentro de la ciudad de Guayaquil, tanto a nivel personal, como a nivel empresarial, es un poco baja y poco comprometida con la ciudad y con el medio ambiente, debido a que se producen desechos diarios y no todos cumplen con las normas de urbanidad y municipales al momento de deshacerse de las mismas, por esta razón indirectamente se ha creado otra fuente de ingreso en el cual se involucra a hombres y mujeres de todas las edades, y estratos sociales y de dicha actividad es la recolección individual o grupal de desperdicios que pueden ser reutilizables como lo son plásticos o materiales PET, cartones, papeles, vidrios, metales, etc., mismos materiales que posteriormente son comprados por empresas dedicadas a la creación y procesamiento de materia prima o realización de productos hecho a bases de estos materiales los cuales son en algunos casos vendidos al exterior provocando así un mayor ingreso para ambos sectores.

A nivel país, es importante la exportación de cualquier tipo de material debido a que genera más salida de divisas, teniendo así mayor participación en el mercado internacional.

Por otra parte es necesario mencionar que las personas y hogares en general al no tener una conciencia ecológico conocimiento acerca de la ventaja que se tiene al reciclar se está afectando el medio ambiente provocando así una daño relevante en el ecosistema, mismo que al verse afectado tiene repercusiones graves en la salud humana y daña la capa de ozono, la cual protege a la tierra de los rayos del sol y no permite el derretimiento de los polos.

## **Capítulo 4**

### **Plan de marketing**

#### **4.1. Sumario o resumen ejecutivo**

La propuesta a presentar pretende implementar un plan de marketing ecológico, que sirva para aumentar el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la población guayaquileña creando así una conciencia social y de esta manera contribuir al medio ambiente.

El plan de marketing está constituido de una serie de eventos, dichos eventos tendrán como objetivo promover el reciclaje de materiales plásticos y de esta manera no solo cuidar al medio ambiente, si no crear un hábito en las personas para que con su aporte puedan proveernos de materia prima para elaborar nuestro producto.

La ciudad de Guayaquil es una ciudad en la cual existe gran cantidad de hogares, para lo cual el marketing ecológico identifica claramente el mercado potencial debido a que están dispuestos a vender sus desperdicios plásticos y a la vez a adquirir un producto hecho a base de material reciclado.

Posteriormente se va a demostrar y a detallar de manera más didáctica las estrategias que se utilizarán, como el presupuesto y eventos a realizar las cuales son una pieza clave para realizar el plan de marketing. Es necesario aclarar que el proyecto está enfocado a población guayaquileña, pero no se descarta la posibilidad de ser implementado y aplicado en otras ciudades.

## **4.2. Análisis de la situación del mercado**

Este análisis de mercado nos permite conocer en qué situación se encuentra la organización el cual comprende el ambiente interno y externo. Así mismo se establecen en el marco teórico los componentes para un estudio de los mismos.

### **4.2.1. Análisis externo**

“Arcadia Soluciones S.A.” es una empresa dedicada a la elaboración de fundas hechas a base de material reciclado mismo que se encuentra en etapa de crecimiento, es por ello que el análisis externo se compone del entorno, sector y mercado que no se pueden controlar y se encuentran involucradas las estrategias que van a beneficiar a la empresa.

#### **4.2.1.1. Análisis del entorno**

El análisis que se usará será el PEST, comprendido por los componentes Político, Económico, Social y Tecnológico. El desarrollo de cada uno de ellos permitirá una idea más clara de la influencia que tiene el ambiente externo para el desarrollo de las actividades.

### ✓ **Componente político**

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su artículo #55 establece que los responsables directos del manejo de sus desechos sólidos son los gobiernos autónomos descentralizados municipales. La situación a nivel nacional desde el año 2002-2010 no había variado significativamente considerando que de 221 municipios solo 160 disponían sus desechos en botaderos , donde se podía a simple vista observar la contaminación del suelo, agua y aire afectando la salud de las personas a su alrededor

Frente a este tema de suma importancia el Ministerio del Ambiente realiza un seguimiento y control constantemente en estos sitios. En el año 2010 en el mes de abril se creó el Plan Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos (PNGIDS), Con el objetivo principal de impulsar la gestión de residuos sólidos de los municipios existentes en el País, con enfoque integral, sostenible y de disminuir la contaminación ambiental, además ayuda al desarrollo de una política integral.<sup>3</sup>

### ✓ **Componente económico**

El componente Económico es muy importante porque se reflejan modelos de gasto y compra que se ven afectados por factores macroeconómicos como Producto Interno Bruto, Inflación, Renta Nacional. La parte economía ayuda al plan de marketing ya que el ministerio de finanzas realiza la creación de una estructura y

---

<sup>3</sup>Fuente: <https://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>

realiza el presupuesto con el que financian todos los planes del MAE (Ministerio de Ambiente del Ecuador).

#### ✓ **Componente social**

Este factor estudia los problemas de la sociedad que se interesan en ellos sus percepciones y comportamiento, si les llama la atención un producto reciclado y de qué manera lo van a usar. Mediante el programa dirigido por el ministerio de ambiente se busca concientizar el buen uso de los recursos mediante el reciclaje.

#### ✓ **Componente tecnológico**

Una de las consecuencias para la elaboración de las fundas es el trabajo científico ya que es deficiente en comparación a países de primer mundo lo cual no permite incorporarse 100 % frente a productos de calidad reciclados, lo cual se lo puede atribuir a una amenaza.

#### **4.2.1.2. Análisis Porter**

Va a permitir magnificar el éxito del plan para la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” relacionando las actividades en donde se va a enfrentar con algunos aspectos como la competencia, productos sustitutos poder de negociación de clientes y proveedores.

#### **Rivalidad entre los competidores existentes**

En Arcadia existen tres competidores grandes como Trilex y Supralive e Intercia, Grupo Mario Bravo los cuales cuentan con una infraestructura bien establecida , permitiéndoles generar más clientes e ingresos, Arcadia Soluciones también ofrece

el mismo producto, es decir fundas recicladas , pero no cuenta con una estrategia de precio que lo diferencia de la competencia, ya que ellos principalmente le compran a distribuidores autorizados en lo que se refiere a materia prima y material reciclado.

**Ilustración 4. 1 Logo Trilex**



**Fuente:**(Trilex)

**Ilustración 4. 2 Logo Supralive**



**Fuente:**(Supralive)

**Ilustración 4. 3 Logo Intercia**



**Fuente:**(Intercia)

**Ilustración 4. 4 Logo Inbrave**



**Fuente:** (Grupo Mario Bravo)

**Ilustración 4. 5 Logo Proceplas**



**Fuente:** (Grupo Mario Bravo)

**Ilustración 4. 6 Logo Recynter**



**Fuente:** (Grupo Mario Bravo)

**Ilustración 4. 7 Logo Reciplásticos**



**Fuente:** (Grupo Mario Bravo)

**La amenaza de entrada de nuevos competidores**

La amenaza de los nuevos competidores puede depender de las barreras que encuentren al momento de realizar la misma actividad económica, el cual se requiere de equipos, inversión, proveedores con material altamente calificado.

Por lo general el precio y la calidad son unos de los factores donde juega un papel importante, Arcadia Soluciones S.A. no tiene la experiencia que se debe tener en el campo de elaboración de fundas, siendo este un sector muy exigente, para lo

cual tendrá que aplicar estrategias diferenciadoras y poder disminuir el riesgo al igual que la competencia, dichas estrategias será redactadas en el capítulo posterior.

#### **Productos o servicios sustitutos**

Productos sustitutos, podrían ser las fundas elaboradas con materias primas vírgenes, que permitan mayor protección para sus diferentes usos.

#### **El poder de negociación de los clientes**

El plan de Marketing Ecológico será dirigido a clientes que compren productos reciclados, lo cual se va a considerar como clientes potenciales a los hogares de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se plantearán estrategias detalladas posteriormente.

#### **El poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores de materia prima con los que cuenta “Arcadia Soluciones S.A.” no son fijos, para lo cual se tomará en cuenta buscar alianzas estratégicas con proveedores cercanos, los cuales serán, chamberos, industrias o empresas que vendan su material pos industrial y los importadores de los químicos. Realizando una compra con anticipación evitando los despachos parciales y no se vea afectado el cliente.

### **4.2.1.3. Análisis del mercado**

El Análisis que se desarrollará del sector comprende 3 importantes tendencias como lo son: Mercado General, Competencia y Sector llegando a especificar las características más importantes.

➤ **Mercado en general**

- ✓ Se ha producido un incremento en la demanda de productos de todo tipo de material reciclado permitiendo a las personas conciencia social.
- ✓ El mercado se ha vuelto más sensible a los precios en el momento de comprar un producto reciclado, ya que esto implica el venderlo a bajo costo.
- ✓ El mercado de los clientes potenciales se encuentra en crecimiento.

➤ **Competencia**

- ✓ Los competidores se mantienen en estos últimos años.
- ✓ La propensión a aumentar los costos de materia prima reciclada.
- ✓ El efecto de globalización, financiamiento y tecnología incursionen en este campo

➤ **Sector**

- ✓ Existe la posibilidad de hacer alianzas con los importadores y proveedores locales.
- ✓ La creación de nuevos usos y materiales como vidrio, cartón, papel etc. de productos reciclados.

#### **4.2.2. Análisis interno**

Al analizar el ambiente interno de una empresa u organización es necesario tener en cuenta ciertos factores que veremos a continuación:

#### **4.2.2.1. Sistema de información de marketing (SIM)**

El sistema de información de marketing tiene como objetivo principal que toda organización este en perfectas condiciones para evaluar y analizar las necesidades que poseen, utilizando sistemas con la finalidad de que la toma de decisiones sea más acertada con la suficiente e idónea información.

La empresa “Arcadia Soluciones S.A.” por el momento no cuenta con un sistema integro de SIM, lo que nos da como resultado la falta de estrategias para tener un mejor nivel competitivo.<sup>4</sup>

#### **4.2.2.2. Productos**

En toda empresa u organización el producto es una de las partes más relevantes, debido a que si no existe un producto de calidad para satisfacer las necesidades del cliente, no generaría ingresos, en “Arcadia Soluciones S.A.” solo produce fundas con material reciclado de una manera estándar a diferencia de la competencia que producen fundas con material reciclado de todo tipo, grosor y color que requiera el cliente, mismas que por su durabilidad y resistencia a tenido buena acogida dentro de los clientes.

#### **4.2.2.3. Distribución**

La distribución consiste en colocar el o los productos de tal manera que sea de fácil acceso para los clientes objetivos.

“Arcadia Soluciones S.A.” actualmente no cuenta con un canal de distribución

---

<sup>4</sup> Fuente: (Perisse)

establecido la razón se debe a la falta de flujo, esto da como consecuencia el no poder colocar más sucursales en lugares accesibles para los clientes actuales y potenciales, para que de esta manera puedan tener más familiarización con la actividad de la empresa. Permitiendo así ganar mayor participación en el mercado ante la competencia directa e indirecta.

#### **4.2.2.4. Fuerza de ventas**

La organización comercial o también llamada fuerza de ventas es el conjunto de personas encargadas de contactar, tratar y enganchar a los clientes con la empresa.

“Arcadia Soluciones S.A.” actualmente no posee un equipo de ventas el cual asista con la comercialización del producto, la encargada de conseguir los clientes es directamente la gerente general, por tal motivo nos vemos en la necesidad de implementar una estrategia de ventas la cual mencionaremos posteriormente.

#### **4.2.2.5. Comunicación**

En toda organización la comunicación que se maneje ya sea a nivel interno o externo es de vital importancia y de esta manera mejorar los procesos que se ven implícitos en las actividades diarias de una empresa.

Actualmente “Arcadia Soluciones S.A.”. Solo maneja un sistema de comunicación el cual consiste en llegar a los clientes de manera telefónica y así de esta manera hacer conocer el producto que ofrece la empresa.

A nivel interno se realizan reuniones diarias con los operadores para evaluar el nivel de productividad que están manejando el cual resulta provechoso debido a que

se motivan al saber que la gerencia se preocupa por el bienestar del empleado haciendo más productivo al personal.

### **4.3. Análisis de oportunidades y amenazas puntos fuertes y débiles**

En este análisis es relevante para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en donde se expondrá el marketing ecológico que se va a realizar.

#### **4.3.1. Análisis interno**

##### **➤ Fortalezas**

Propuesta y Contribución al sistema ecológico.-Las campañas que ofrece un producto son bien vistas porque desarrollan y promocionan temas ambientales, además que permite a la contribución de recursos y dejar a un lado la contaminación ambiental tomando como objetivo enseñar la cultura del reciclaje.

Clientes potenciales identificados.-Se tiene identificado que los clientes son amas de casa o jefes de hogares, gerentes de empresas y aquellas personas dedicadas a la recolección de material desechado en Guayaquil donde se mostrara las ventajas de comprar productos elaborados a base de productos reciclados , haciendo conciencia social de los clientes.

Precio.-Las fundas recicladas que se ofrecen tienen un precio menor que el de la competencia, y la calidad junto con el servicio hacen la diferencia lo cual nos da una ventaja con los clientes que se preocupan por el precio.

##### **➤ Debilidades**

Falta de Conciencia de la Marca.- “Arcadía Soluciones S.A.” no ha establecido una

marca o imagen en el mercado como otros rivales los cuales poseen un fuerte reconocimiento de marca.

Capital Insuficiente.- No se cuenta con los recursos suficientes para la implementación de la campaña ecológica.

Inexperiencia en el Mercado.- Al no estar consciente de la importancia de la publicidad, “Arcadia Soluciones S.A.” no ha podido aumentar su cartera de clientes y tener un reconocimiento más alto en el mercado y aunque solo ellos tienen un marketing de boca a boca lo cual es una barrera para seguir creciendo.

#### **4.3.2. Análisis externos**

##### **➤ Oportunidades**

Tendencia al desarrollo y el cuidado del medio ambiente.- En la actualidad se han adoptado tendencias que desarrollan el reconocimiento de marca con campañas esto permitirá una oportunidad a Arcadia.

Fuentes de Financiamiento.- La CFN otorga microcréditos para proyectos emprendedores y más aún si es para el cuidado del medio ambiente los mismos que ofrecen interés bajos y pagos acuerdo a la necesidad del cliente.

Competencia ineficiente.- Las campañas de los competidores no han obtenido resultados esperados, puede ser que se están enfocado en un solo producto, pero Arcadia ofrecerá también fundas para el sector bananero llegando así a más clientes.

##### **➤ Amenazas**

Imitación por la competencia de las estrategias.- Cuando se dan las propuestas

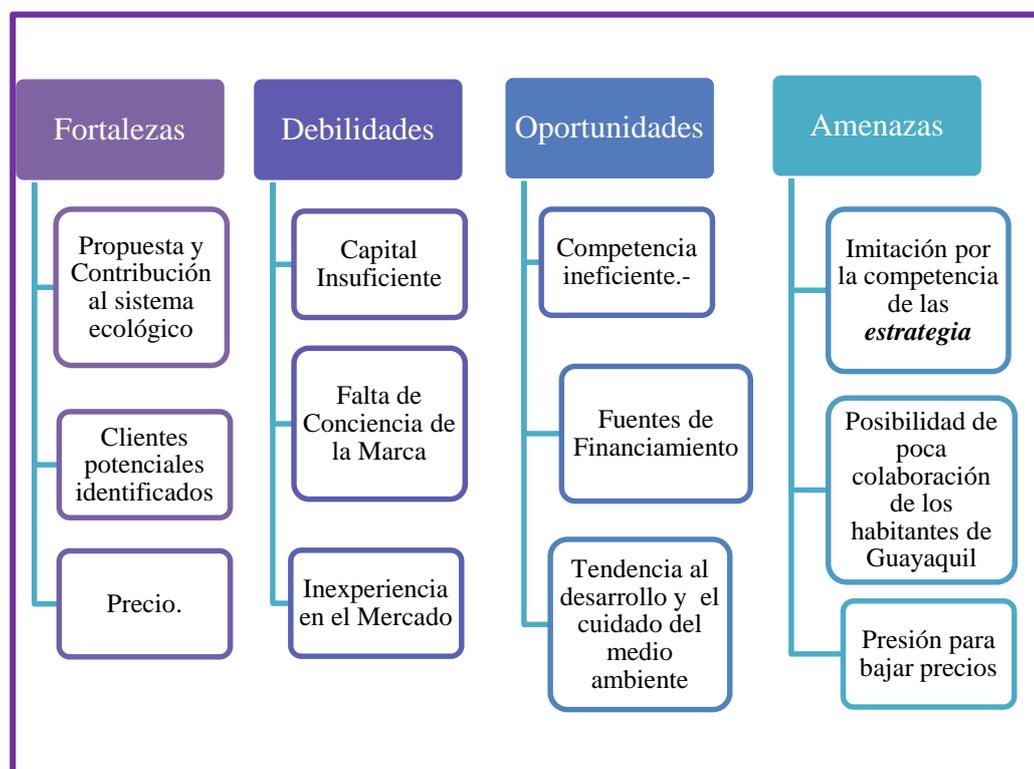
innovadoras suelen copiarse las estrategias que van enfocadas a los clientes potenciales.

Posibilidad de poca colaboración de los habitantes de Guayaquil.-Se puede dar el caso que no se tenga la atención de los ciudadanos debido al poco conocimiento que poseen sobre el reciclaje, pero las estrategias a aplicar ayudarán a la participación de los mismos.

Presión para bajar precios.- Aunque Arcadia por el momento no tiene una ventaja de precios.

La demanda que existe puede hacer que el precio baje a medida que se vayan cambiando reformas por parte del gobierno al darle prioridad a que todos los productos reciclados no poseen de un precio establecido.

#### Gráfico 4.1 Análisis FODA



Fuente: Los autores, 2015

#### **4.4. Análisis desde el punto de vista de la organización comercial**

Partiendo del análisis realizado en los puntos anteriores, notamos que a nivel comercial y desde el punto de vista del marketing, existen situaciones favorables para el crecimiento y posicionamiento de la empresa dentro del mercado actual.

A continuación mencionaremos algunas:

#### **4.5. Elementos del marketing mix**

Arcadia Soluciones S.A., es una empresa nueva en el mercado, por tal motivo es poco conocida en la ciudad de Guayaquil por lo cual no tiene una imagen baja y poco posicionamiento en el mercado, por esta razón se aplicaran las estrategias del Marketing ecológico que se detallaran a continuación:

##### **❖ Precio**

De acuerdo al mercado actual el precio de las fundas de basura normales tiene un precio ya establecido, pero debido a las alianzas estratégicas y por ser un producto con el cual se contribuirá el medio ambiente se adoptó la siguiente estrategia con la finalidad de captar más clientes potenciales.

##### **Estrategias a seguir**

Las estrategias a ser consideradas por la empresa Arcadia Soluciones S.A., al tratarse de un producto con material reciclado para el cuidado del medio ambiente serán las siguientes:

1. En el caso de los hogares que se encuentran dentro de la ciudad de Guayaquil se establecerán la diversificación de productos, para los cuales los precios variarían de acuerdo al grosor, al tamaño, calidad, cantidad de fundas las cuales pueden ser por unidad, bulto o paquetes.

La diversificación tendrá un realce que podrá permitirles a los clientes realizar un diseño de acuerdo a sus gustos y que por consiguiente serán precios más bajos que la competencia:

**Tabla 4.1 Costo de funda hogares**

Nº	Producto	Color	Unidades	Resistencia	Costo
1	Domestica 23 x 28	Negras, verde, roja, blancas	10 und x paquete	18 kg	0,48 + IVA
2	Domestica 30 x 36	Negras, verde, roja, blancas	10 und x paquete	20 Kg	0,90 + IVA
3	Domestica 39 x 50	Negras, verde, roja, blancas	10 und x paquete	30 kg	2,05 + IVA
4	Reforzada 23 x 28	Negras, verde, roja, blancas	10 und x paquete	20 kg	1,46 + IVA
5	Reforzada 30 x 36	Negras, verde, roja, blancas	10 und x paquete	25 kg	2,62 + IVA

**Elaboración: Los autores, 2015**

2. En el caso de las fábricas, agricultores productores se cobraría los siguientes precios debido a que ellos compran en gran cantidad debido a su giro de negocio:

**Tabla 4.2 Precio cantidades industriales**

N°	Producto	Color	Unidades	Resistencia	valor
1	Económica 32 x 68	verde/azul/negra	1000 Unidades por saco	18 kg	\$ 77,77
2	Mas reforzada 34 x 82	verde/azul/negra	1000 Unidades por saco	18 kg	\$ 86,69

**Elaboración: los autores, 2015**

Es necesario mencionar que el producto será realizado de acuerdo a las exigencias del cliente y dependerá de la cantidad, grosor, color, diseño y de más especificaciones que requiera el mismo, lo que provoca que Arcadia Soluciones S.A. elabore un programa de opciones de crédito hasta de 3 meses dependiendo de la cantidad que requieran.

**Ilustración 4. 8 Fundas con logo**

**Elaboración: los autores, 2015**

#### ❖ Producto

Actualmente Arcadia elabora un solo modelo estándar de funda para lo cual se va a aplicar las siguientes estrategias.

### **Estrategia a seguir**

1. Aplicar una estrategia diferenciadora, la cual consiste en realizar las fundas de basuras con 80% material reciclado y 20% material virgen.

#### **Ilustración 4. 9 Material reciclado**



**Elaboración: los autores, 2015**

#### **Ilustración 4. 10 Material pre fabricación**



**Elaboración: los autores, 2015**

#### **Ilustración 4. 11 Producto final**



**Elaboración: los autores, 2015**

2. Otra estrategia es la diversificación de productos con sus diferentes tamaños, grosor, calidad y color para proporcionarle al cliente, dependiendo del uso que le vaya a dar.

#### **Ilustración 4. 12 Diversificación de producto**



**Elaboración: Los autores, 2015**

3. En el caso que el cliente lo solicite se le añadirá una leyenda, Imagen con distintivo que requiera indicando como por ejemplo.

#### **Ilustración 4. 13 Funda con leyenda**



**Elaboración: Los autores, 2015**

#### **❖ Plaza**

Actualmente la empresa elabora y ofrece sus servicios en el norte de Guayaquil en el km 16 ½ vía Daule, dicha ubicación no permite llegar a otros sectores de la ciudad

de Guayaquil, pudiendo de esta manera abarcar más sectores, clientes y proveedores, este local estará ubicado al sur de Guayaquil, en la ciudadela Covién.

#### **Ilustración 4. 14 Activación de nueva sucursal**



**Elaboración: Los autores, 2015**

#### **❖ Promoción**

Debido a que la promoción es uno de los factores más relevantes en una organización y en el marketing mix, Arcadia Soluciones se ve en la obligación de aplicar las siguientes estrategias:

#### **Estrategias a aplicar**

- **Capacitación.-** dentro la publicidad se dictaran capacitaciones de concientización tanto para los clientes actuales como para los potenciales, para que puedan notar la importancia de reciclar productos.

#### **Ilustración 4. 15 Campaña de concientización**



**Elaboración: Los autores, 2015**

**Ilustración 4. 16 Flyer de evento**



**Elaboración: Los autores, 2015**

- **Campaña BTL.-** Se realizarán las campañas BTL en base a las buenas relaciones personales que se maneja la empresa Arcadia Soluciones, se dará campañas de concientización ecológicas, apoyo social y publicidad BTL, como flyers, trípticos, volantes.

**Ilustración 4. 17 Tríptico**



**Elaboración: Los autores, 2015**

**Ilustración 4. 18 Publicación**



**Elaboración: Los autores, 2015**

- Se realizará la creación de cuentas en redes sociales en la cual que creara campañas de concientización, se ofertara la compra de materia prima y venta de productos que realiza la empresa.

#### **Ilustración 4. 19 Creación de red social**



**Elaboración: Los autores, 2015**

- Se reforzará el marketing de boca a boca y en el caso de las fábricas, industrias y agricultores se le realizara llamadas ofertando el producto y se pactara una reunión con los gerentes de cada una para fortalecer la relaciones personales con el cliente.

#### **Ilustración 4. 20 Creación de red**



**Elaboración: Los autores, 2015**

- **Stand.-** en sectores estratégicos en la ciudad de Guayaquil se colocaran stand con el logo de la compañía, en los cuales se ofertaran las distintas fundas que ofrece Arcadia Soluciones S.A., acompañados de botes de basuras en el cual solo se podrá depositar materiales PET o plásticos y para las personas que se acerquen con un mínimo de 1 kilo de material PET en adelante se les dará \$1.00 por kilo y así de esta manera ir incentivando a las personas a vender sus desperdicios re utilizables.

#### Ilustración 4. 21 Modelo de stand



Elaboración: Los autores, 2015

#### Ilustración 4. 22 Publicidad en botes de basura



Elaboración: Los autores, 2015

- En días festivos como las fiestas de Guayaquil o las fiestas julianas mediante acuerdos con participantes de realitys show se iniciarán campañas de reciclaje de material PET, de esta manera el cliente potencial al ver que un personaje de renombre a nivel televisivo promueve la conciencia ecológica se sentirá enganchada a consumir nuestro producto.

**Ilustración 4. 23 Foto de bailarín Douglas Lascano**



**Elaboración: Los autores, 2015**

**Ilustración 4. 24 Lcda. En artes escénicas Carla González**



**Elaboración: Los autores, 2015**

## 4.6. Plan de acción de marketing

**Tabla 4.3 Plan de acción de Marketing**

ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACCIONES	PLAZO	RESPONSABLE
Estrategia de Producto	Diferenciación de productos	La marca y el logotipo a usarse en el producto fundas de diferentes tamaños y colores van hacer exhibidas en la campaña de marketing BTL	Mayo y Junio 2015	Dpartamento de Marketing y Departamento de Gerencia
Estrategia de Precio	Incrementar las ventas en un 10 %	Por ventas que superen los \$500 al mes habra un descuento del 2% sobre el precio y para los hogares el descuento va a variar de acuerdo a la demanda pero siempre ofreciendo un precio ma bajo que la competencia	Julio , Septiembre Y Noviembre 2015	Vendedores externos
Estrategia de Distribución	Mejorar el servicio de entregas a los clientes	Tomar su pedido via telefonica y pasarlo a bodega para su despacho en un lapso de 48 horas	Mayo 2015- Mayo 2016	Departamento Financiero y Departamento. Administrativo
Estrategia de comunicación de Marketing	Mantener contacto con el cliente usando la tecnología	Creacion de pagina web de la empresa, facebook , twitter y skype	Mayo 2015- Mayo 2016	Departamento de Gerencia
Promocion de Ventas	Captar nuevos Clientes	En las campañas se daran descuentos a los clientes que cancelen antes d la fecha de vencimiento dandoles beneficios	Agosto, Octubre y Diciembre 2015	Vendedores Externos
Publicidad	Conciencia Social y beneficios de reciclar	Entregar flyer por el dia del medio ambiente anunciando a nuestros clientes las capacitaciones al momento de realizar la compra de fundas por mes , sin importar el volumen de ventas	Junio y Diciembre 2015	Departamento Administrativo y Departamento de Gerencia

**Elaboración: Los autores, 2015**

## 4.7. Control del plan

El control se irá verificando en el transcurso de un año en donde se realizarán evaluaciones semestrales para verificar el cumplimiento de objetivos dados, si en las acciones mencionadas se presentan errores y no se consigue el objetivo planteado, se analizará las causas del por qué no se han realizados y se tomará las medidas necesarios para que se dé el cumplimiento del plan propuesto.

## 4.8. Presupuesto

### Recursos materiales

Son los necesarios para la realización el plan del marketing.

**Tabla 4.4 Recursos materiales**

<b>Recursos materiales</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
2	Mostrador de las fundas colores y tamaños	150,00	300,00
1	Útiles de Oficina	40,00	40,00
1	Roll up 80x20	70,00	70,00
1	Tacho de basura mediano	55,00	55,00
1	Tacho de basura grande	58,00	58,00
<b>Total</b>		<b>373,00</b>	<b>523,00</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

En lo que respecta a la adecuación de las campañas ecológicas se ha considerado el alquilar sillas y mesas en donde los clientes podrán hacer preguntas sobre las fundas recicladas, los diferentes diseños que se va a realizar, los colores que se comenzará a comercializar.

**Tabla 4.5 Adecuación de evento**

<b>Adecuación de evento</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
25	Alquiler de sillas	0,50	12,50
2	Alquiler de mesas con mantel	3,50	7,00
1	Música dj	360,00	360,00
1	Compra de stand	2,000	2,000
<b>Total</b>		<b>2. 364,00</b>	<b>2379,50</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

En cuanto al personal que atenderá al público se contará con las siguientes personas.

**Tabla 4.6 Personal para evento**

<b>Personal para evento</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Modelos de atache	100,00	100,00
2	Bailarines	600,00	1.200,00
<b>Total</b>		<b>700,00</b>	<b>1.300,00</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

Como se mencionó en puntos anteriores para el plan de marketing se realizará una campaña ecológica, que se promoverá por páginas web y trípticos.

**Tabla 4.7 Costo de publicidad**

<b>Costo de publicidad</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Creación de la Pagina Web	1,200	1.200,00
1	Diseñador	40,00	40,00
1000	flyer	0,10	95,00
1000	trípticos	0,18	180,00
<b>Total</b>		<b>41,48</b>	<b>1.515,00</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

### **Total de la Inversión**

El total que se invertirá para la realización de la campaña será \$ 5.717,50 tal como se muestra en la gráfica.

**Tabla 4.8 Inversión total**

<b>Inversión total</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Recursos materiales	523,00
Adecuación de eventos	2.379,50
Personal para eventos	1.300,00
Costo de publicidad	1.515,00
<b>Total de la inversión</b>	<b>5.717,50</b>

**Elaboración: Los autores, 2015**

## **Conclusiones**

Al término del estudio realizado para la elaboración de un Plan de Marketing Ecológico para el Posicionamiento de la empresa “Arcadia Soluciones S.A.”. En la ciudad de Guayaquil, se analizó y se determinó que si una empresa u organización desea llevar con éxito la comercialización de su producto o servicio, deberá de realizar un plan de marketing, en el caso de “Arcadia Soluciones S.A.” se pudo saber con exactitud el ambiente en el que se desarrolla, de la misma manera se estableció objetivos, estrategias, presupuesto y reducción de costos, obteniendo rentabilidad e incrementando sus ventas.

De acuerdo al análisis se puede determinar que la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” posee una gran ventaja competitiva debido a que cuenta con establecimiento propio y cuenta con una gran espacio físico en el cual puede clasificar el tipo de material que ingresa a las instalaciones e inclusive instalar nuevas máquinas de acuerdo a como va a ir generando las ingresos.

Mediante las encuestas que se realizó se posee información precisa y completa sobre los competidores y de la población a la que se direccionó el producto y servicio, esto permitió tener datos exactos sobre el comportamiento de los clientes potenciales y del mercado meta, donde se obtuvo una idea clara sobre el nivel socioeconómico de la ciudad de Guayaquil. Al momento de realizar una diversificación y diferenciación sobre la elaboración de las fundas que ofrece la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” se determinó que el segmento de la población a la que será dirigida cumple equitativamente con los objetivos planteados de posicionar y generar mayores ventas, destacando los beneficios de la materia prima con la que se realiza el producto.

## Recomendaciones

Mediante la elaboración del proyecto se pudo analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee la empresa “Arcadia Soluciones S.A.” tanto a nivel interno como externo, por esa razón se dan las siguientes recomendaciones:

- La empresa debe cumplir a cabalidad los procesos, estrategias y procedimientos, mismos que para el cumplimiento de los objetivos deben ser utilizados constantemente.
- Se deberá crear un Departamento de Marketing, en el que debe constar con personal idóneo que cubra las exigencias requeridas por la empresa y el cliente.
- Realizar capacitaciones al personal tanto administrativo, como obrero con relación al giro del negocio que realiza la empresa.
- Se recomienda aplicar el plan de marketing para de esta manera lograr la satisfacción de los clientes internos y externos.
- Es de suma importancia que la empresa siga considerando el impacto ecológico y de responsabilidad social que poseen.
- Buscar más innovaciones a los productos para de esta manera cumplir con las Normas del Buen Vivir.
- La empresa debe efectuar reuniones semanales y mensuales con todas las áreas de la empresa para evaluar los objetivos.
- Realizar estudios sobre la posición de la empresa cada 3 o 6 meses para efectos de desarrollar nuevas estrategias de ventas y posicionamiento, aplicando nuevas políticas y lineamientos.

## Bibliografía

- (2009). Obtenido de  
[http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=2189:](http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=2189)  
<http://www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=2189>
- (septiembre de 2013). *Revista EKOS*.
- Agrytec*. (29 de 7 de 2010).
- Amari, J. (2011). *Indogma*. (J. Amari, Ed.) Recuperado el 21 de julio de 2011, de  
<http://www.indogma.com/es/la-importancia-de-un-buen-plan-de-m-rketing/>
- Andres, G. B. (2012 de Julio de 2012). Proyecto para la instalacion de una planta procesadora de plasticos. 1-3. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Ballesteros, R. H. (2013). *Plan de Marketing diseño, implementación y control*. Bogota: Universidad Sergio Arboleda.
- Biblioteca 2 UCAB*. (07 de 12 de 2006).
- Comercio, E. (09 de Junio de 2011). *El Comercio.com*. Recuperado el 15 de Octubre de 2014, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/600-empresas-de-industria-del.html>
- Daniel, C. W. (2011). *Marketing*. Cengage Learning Editores S.A.
- Diario El Telégrafo*. (11 de 6 de 2011).
- Ecología verde*. (2013).
- EKOS. (Julio de 2014). *EkosNegocios.com*. Obtenido de  
[http://www.ekosnegocios.com/negocios/REV\\_paginaEdicion.aspx?edicion=243&pag=94&idr=1#](http://www.ekosnegocios.com/negocios/REV_paginaEdicion.aspx?edicion=243&pag=94&idr=1#)
- Ekos, R. (14 de Junio de 2014). Zoom al Sector del reciclaje. *Ekos*, 243.
- El Reciclaje*. (04 de 2010).
- El Reciclaje*. (2010).
- Gerolevaggi. (2007). *Herramientas para Analisis de Marketing Estrategico*. Argentina: German Editor.
- González, R. M. (2010). *Marketing en el Siglo XXI*. (Vol. 3ª Edición). Madrid, España.
- Grupo Mario Bravo*. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.grupomariobravo.com/empresas.htm>

- Hernández, J. A. (2012). *Administración Estratégica de la visión a la Ejecución*. Mexico: Alfa Omega Grupo Editor S.A.
- <http://fbusiness.wordpress.com>. (2008).
- <http://www.planverde.df.gob.mx/ecomundo/49-residuos-solidos/436-historia-y-reciclaje.html>. (2010). Obtenido de <http://www.planverde.df.gob.mx/ecomundo/49-residuos-solidos/436-historia-y-reciclaje.html>
- <http://www.significados.info/planeacion/>. (2014).
- <http://www.significados.info/planeacion/>. (2014).
- INEC. (2010). Obtenido de [http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n\\_del\\_Cant%C3%B3n\\_Guayaquil\\_por\\_edad](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Guayaquil_por_edad)
- INEC. (Diciembre de 2013). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el Modulo de informacion ambiental en hogares, de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Hogares-2013/201401\\_EnemduAmbientePresentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares-2013/201401_EnemduAmbientePresentacion.pdf)
- Intercia. (s.f.). Obtenido de <http://www.intercia.com/index.php/es/>
- Investigacion Ecuador y Peru . (Septiembre de 2013). *Ekos*(233).
- Jones, Harry. (2010). Mexico: Pearson Education.
- Kotler, P. (2012). *Marketing* (Vol. decima cuarta). Mexico: Pearson Education.
- Laura, L. M. (2012). *Planeacion estrategica (Fundamentos y Costos)* (Vol. 1). Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- Livia, W. P. (2004). *Envases y Medio Ambiente*. Bogota: Norma.
- Livia, W. P. (2004). *Envases y Medio Ambiente*. Bogota: Norma.
- Lopez, I. C. (2006). *Ecologia y Ambiente*. Ecuador: CODEU.
- Perisse, M. C. (s.f.). *Ciencia Tecnica Administrativa*. Obtenido de [http://www.cyta.com.ar/ta0104/articulos/mkt/mkt\\_sim.htm](http://www.cyta.com.ar/ta0104/articulos/mkt/mkt_sim.htm)
- Profesor en línea*. (2010).
- Responsabilidad Social: ¡Se puede más! (Septiembre de 2013). *Ekos*, 233, 42-62.
- Terry, G. r. (2012). Ballesteros.

*Tiposde.org*. (s.f.). Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de <http://www.tiposde.org/cotidianos/490-tipos-de-reciclaje/#ixzz3Nn1C47Rb> 2015Sirviendo para tus tareas y trabajos prácticos.

Trilex. (s.f.). Obtenido de [http://www.trilex.grupoberlin.com/default\\_nodo5.asp?idl=6](http://www.trilex.grupoberlin.com/default_nodo5.asp?idl=6)

Universo, E. (10 de Agosto de 2010). *El Universo*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://www.eluniverso.com/2010/08/10/1/1356/ecuador-aumenta-compra-maquinarias-materias-primas.html>

Vicuña, J. M. (1974). *El plan de marketing en la práctica 18° ed.* Los Angeles.

**ANEXO**

## **ANEXO 1.**

### **Leyes medio ambientales**

Según las leyes medio ambientales que rigen en nuestro país tenemos los siguientes artículos, mismo que para nuestro Plan de Marketing Ecológico para la empresa “Arcadia Soluciones S.A”. en la ciudad de Guayaquil, es de vital importancia conocerla:

Según el plan nacional del buen vivir es sus objetivos, políticas y lineamientos mencionamos los siguientes:

**7.1** *Asegurar la promoción, la vigencia y la plena exigibilidad de los derechos de la naturaleza.*

*7.1.a. Diseñar e implementar un marco normativo que garantice los derechos de la naturaleza e instaure mecanismos intersectoriales, transversales e integrados, de prevención, control, sanción y restauración integral de daños y pasivos socio ambientales, asegurando las compensaciones respectivas y la no repetición de los daños o afectaciones.*

*7.1.b. Desarrollar e implementar los mecanismos institucionales, en particular en la Función Judicial, las judicaturas de la naturaleza y el ambiente, en la Función de Transparencia y Control Social, y en la Superintendencia Ambiental, para hacer efectivos los derechos de la naturaleza y sancionar su incumplimiento.*

*7.2. Conocer, valorar, conservar y manejar sustentablemente el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre, acuática continental, marina y costera, con el acceso justo y equitativo a sus beneficios*

7.2. b. Fortalecer los instrumentos de conservación y manejo in situ y ex situ de la vida silvestre, basados en principios de sostenibilidad, soberanía, responsabilidad inter generacional y distribución equitativa de sus beneficios.

## ANEXO 2.

### MODELO DE ENTREVISTA

	<b>Herramienta:</b> Entrevista
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Proyecto:** Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil.

**Autores:** Henry Castillo y Viviana Alcívar

**Dirigido a:** Gerente del Grupo Mario Bravo, para conocer acerca del comportamiento de las empresas al momento de generar desperdicios que podrían ser re utilizados.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

**Nombre de la Empresa:** \_\_\_\_\_

**Persona entrevistada:** \_\_\_\_\_

**Cargo de la persona entrevistada:** \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?
2. ¿Tipo de empresas que maneja el grupo Mario Bravo?
3. ¿Qué tipo de material recicla?

4. ¿Para qué finalidad le gustaría que se elaboraran los artículos a base de materiales reciclables?
5. ¿Qué haría usted para empezar a incentivar a las personas y crear en ellos conciencia social en el reciclaje?

### MODELOS ENCUESTA

	<b>Herramienta:</b> Encuesta
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Proyecto:** Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil.

**Autores:** Henry Castillo y Viviana Alcívar

**Dirigido a:** Los consumidores para conocer el comportamiento y el hábito de usar un producto hecho a base de material reciclado.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

**Para el desarrollo de la presente por favor marcar con un X los campos a llenar:**

**ZONA:**

Norte:\_\_\_\_\_ Centro:\_\_\_\_\_ Sur:\_\_\_\_\_

**SEXO:**

Masculino\_\_\_ Femenino\_\_\_

1. **EDAD:** \_\_\_\_\_

a) 15 a 25 \_\_\_\_\_ b) 26 a 36 \_\_\_\_\_ c) 37 a 47 \_\_\_\_\_

d) 48 a 58 \_\_\_\_\_ e) 59 en adelante \_\_\_\_\_

2. **¿Conoce usted acerca del reciclaje?**

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

3. **¿Conoce usted acerca del término conciencia social?**

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

4. **¿Dentro de su hogar usted clasifica la basura para de esta manera contribuir al medio ambiente?**

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

5. **En la siguiente pregunta marque más de una opción**

**¿Qué tipo de material recicla?**

- Plástico
- Cartón
- Metal
- Vidrios
- Materiales textiles
- Materia Orgánica
- Papel
- No reciclo

**6. ¿Cuál es el principal motivo por el cual recicla?**

- Para venderlo y tener una fuente de ingreso
- Para ayudar al medio ambiente
- Para crear conciencia en su entorno habitual
- No reciclo

**7. ¿Cómo cataloga usted un producto reciclado?**

- Buena calidad
- Calidad media
- Pésima calidad

**8. ¿Conoce usted acerca de empresas que desarrollen sus productos u ofrezcan servicios con responsabilidad ecológica?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**9. Dentro de su hogar usted compra algún tipo de producto que haya sido elaborado a base del reciclado?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un producto hecho con materia prima reciclada?**

SI\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**11. En su diario vivir qué tipo de utilidad le da a las fundas plásticas**

- Guarda alimentos
- Desecha los desperdicios

- Guarda cosas importantes

**OTROS** \_\_\_\_\_

**12. ¿Con que frecuencia usted compra fundas plásticas?**

- 1 vez por día
- 1 vez por semana
- 1 vez por mes
- Nunca

**MODELO FOCUS GROUP**

	<b>Herramienta:</b> Focus Group
	<b>Lugar:</b> Guayaquil

**Proyecto:** Plan de Marketing Ecológico para el posicionamiento de la empresa Arcadia Soluciones S.A. en la ciudad de Guayaquil.

**Autores:** Henry Castillo y Viviana Alcívar

**Dirigido a:** Personas que se dedican a recolección de desperdicios y de esta manera conocer la percepción que tienen acerca de esta actividad.

**Objetivo:** Investigar sobre las opiniones, expectativas y demandas del mercado guayaquileño acerca de un producto hecho a base de material reciclado para ser re comercializado. La información obtenida será confidencial.

**Para el desarrollo de la presente por favor marcar con un X los campos a llenar:**

**1. SEXO:**

Masculino\_\_\_\_

Femenino\_\_\_\_

**2. EDAD:\_\_\_\_\_**

**b) 15 a 25 \_\_\_\_\_ b) 26 a 36 \_\_\_\_\_ c) 37 a 47 \_\_\_\_\_**

**d) 48 a 58 \_\_\_\_\_ e) 59 en adelante \_\_\_\_\_**

**3. ¿Qué tipo de material reciclan con más frecuencia ustedes? ¿Por qué?**

**4. ¿Desde cuándo se dedican a esta actividad?**

**5. ¿Cuál es la manera en la que recolectan el material reciclado?**

**6. ¿A qué empresa ustedes venden el material reciclado?**

**7. ¿Cuál es el material reciclado por el cual perciben mayores ingresos?**

**8. ¿Qué opinan sobre clasificar la basura en contenedores específicos de acuerdo a su material**

**9. ¿Cuál es el peso mínimo que deben recolectar para que la empresa a la cual venden su recolección acceda a comprarles?**

**10. ¿Aproximadamente que tiempo demoran en lograr el peso mínimo de recolección para poder venderlo?**

**11. ¿Cuál es el precio mínimo que las empresas le dan por cada material reciclado?**

**12. ¿Cree usted que las personas están realmente informadas de la importancia del reciclaje?**

**¿Porque?**

---