

## MEDICIÓN DE IMPACTO DEL PROYECTOS DE VINCULACION

**NOMBRE DEL PROYECTO:** USO DE LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA PARA LOGRAR EL ÉXITO DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL ESPECÍFICAMENTE EN EL MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS EN LA CIUDAD GUARANDA.

**CODIGO :** 31

**OBJETIVO:** Desarrollo de un plan de Marketing sobre el conocimiento ambiental, clasificación, manejo y valorización de residuos generados en la Provincia de Bolívar.

**COORDINADOR:** Ing. Charles Paul Viscarra Armijos

**INSTRUCCIONES:** El funcionario responsable de dar el seguimiento a los proyectos de Vinculación deberá marcar con una X en la opción que considere pertinente.

**1¿Cómo calificaría usted los resultados por objetivos planteados?**

Alta		Media	X	Baja
------	--	-------	---	------

Baja: menor del 50%

Media: mayor a 50% y menor a 80%

Alta: 80% en adelante

**2¿De acuerdo a la visita realizada a la entidad beneficiaria como califica la ejecución del proyecto y que aporte significativo generó?**

Social	X	Económico		Político		Otros
--------	---	-----------	--	----------	--	-------

**3¿Cómo calificaría usted los productos y/o resultados entregados en base al desarrollo del proyecto?**

Excelente		Bueno	x	Regular
-----------	--	-------	---	---------

**INDICADORES**

**1.-Eficacia**

**Grado de cumplimiento de productos entregados (a)**

GCP = (# Productos entregados / # Productos ofrecidos) \* 100

GCA = (1/1) \* 100 = 100 Transferencia de conocimiento

GCA = (1/1) \* 100 = 100 Plan

**Grado de cumplimiento de objetivos (b)**

GCO = (# Objetivos Alcanzados / # Objetivos Planificados) \* 100

GCO = (100/100) \* 100 = 100/%

**Eficacia Total**

ET = (a + b) / 2

ET = (100 + 100) / 2 = 100/%

**2.-Eficiencia**

**Índice Financiero**

IF = (Recursos Financieros Ejecutados / Recursos Financieros Asignados) \* 100

IF = (24.97/ 24.97) \* 100

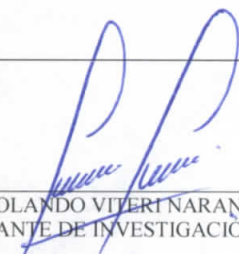
IF = 100 %

**3.-Efectividad**

EF = (Eficacia Total + Índice Financiero) / 2

EF = (100 + 100) / 2

EF = 100 %

F.   
 LIC. ROLANDO VITERI NARANJO  
 AYUDANTE DE INVESTIGACIÓN

F.   
 Dr. CARLOS RIBADENEIRA ZAPATA  
 VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN



Fecha	05/10/2020
Código del proyecto	31-DIVIUEB-VS-2-2020
Proyecto	<b>Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda.</b>
Coordinador del Proyecto	Charles Paul Viscarra Armijos
Facultad/Carrera	Mercadotecnia
Entidad Beneficiaria	Habitantes de la ciudad de Guaranda

#### 1. CRONOGRAMA

Fecha Inicio Programada	05/10/2020	Fecha Fin Programada	01/03/2021
Fecha Inicio Real	01/04/2021	Fecha Fin Real	10/11/2021

#### 2. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de Marketing sobre el conocimiento ambiental, clasificación, manejo y valorización de residuos generados en la provincia de Bolívar.

#### 3. PRODUCTOS GENERADOS

Estudio de mercado
Diagnóstico de la situación
Plan de Mercadotecnia Social
Campaña de Marketing Verde

#### 4. IMPACTO LOGRADO

Obtención de datos sobre el grado de conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.
Información sobre la posibilidad de comercializar productos generados a partir de residuos reciclados
Campaña de concientización ambiental fundamentado en herramienta de marketing.
Campañas de marketing verde en la ciudad de Guaranda.

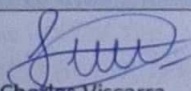
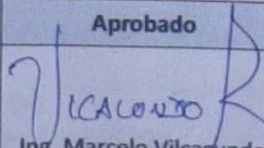
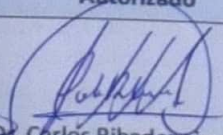
Adquisiciones Programadas	Bienes/servicios /suministros	Presupuesto	¿Se realizó la adquisición?	Monto Devengado	¿Se encuentra cerrada la adquisición?	Acta entrega recepción-devolución de bienes
carpeta	20 Carpetas de cartón con vinchas	1,41	SI	1,41	SI	SI
marcador	10 Marcador tiza líquida	2,74	SI	2,74	SI	SI
hojas	3 Resmas de papel bond	6,90	SI	6,90	SI	SI
marcador	12 Marcadores permanentes	2,80	SI	2,80	SI	SI
borrador	3 Borradores de pizarra tiza líquida	1,01	SI	1,01	SI	SI
mashing	6 mashing	3,51	SI	3,51	SI	SI
cinta	5 cintas de embalaje	2,22	SI	2,22	SI	SI
esferos	45 esferos	3,38	SI	3,38	SI	SI
grapap	2 cajas de grapap	1,01	SI	1,01	SI	SI
	Presupuesto Total	24,98	Ejecutado Total	24,98		

**2. DOCUMENTACIÓN GENERADA EN EL PROYECTO**

Documento	Ubicación	
	Física	Digital
Propuesta	X	X
Avance Trimestral	X	X
Informe Final	X	X
Acta de cierre	X	X

**3. OBSERVACIONES DEL PROYECTO**

Las charlas y capacitaciones constantes sobre el manejo y tratamiento de residuos, para disminuir la contaminación

Elaborado Por	Aprobado	Autorizado
 Ing. Charles Viscarra	 Ing. Marcelo Vilcaundo	 Dr. Carlos Ribadeneira
Coordinador del Proyecto	Director Investigación y Vinculación	Vicerrector de Investigación y Vinculación



**PROPUESTA DE PROYECTO DE VINCULACIÓN**

1. DATOS INFORMATIVOS	
<b>CÓDIGO DEL PROGRAMA O PROYECTO:</b>	xx-DIVIUEB-VS-2-2020
<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b>	<b>Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda.</b>
<b>COORDINADOR PRINCIPAL:</b>	Charles Paul Viscarra Armijos
<b>COORDINADOR SUBROGANTE:</b>	Patricia Lourdes León
<b>NUMERO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES PREVISTOS: Primera fase:</b>	15
<b>CARRERAS PARTICIPANTES:</b>	Mercadotecnia de la UEB
<b>FECHA INICIO:</b>	Noviembre 2020
<b>FECHA FIN PLANIFICADO:</b>	Marzo 2021
<b>NUMERO DE FASES PREVISTAS (HORAS PREVISTAS):</b>	1 fase (160 horas)
<b>ALCANCE:</b>	Internacional ( ) Regional ( ) Cantonal (X) Nacional ( ) Provincial ( ) Institucional ( )
<b>LÍNEA-SUB LÍNEA DE VINCULACIÓN:</b>	SALUD y AMBIENTE (Gestión de recursos naturales, energías renovables)
<b>PROGRAMA:</b>	Salud y ambiente Educación ambiental y ecológica Emprendimiento, economía popular y solidaria
<b>OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DESARROLLO VIGENTE (Justifique alineación):</b>	Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida 1) Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. 2) Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones. Eje 2: Economía al servicio de la sociedad 1) Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización 2) Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir.
<b>CAMPO AMPLIO DE CONOCIMIENTO (según UNESCO):</b>	Ciencias Naturales, matemáticas y estadística
<b>CAMPO ESPECÍFICO DE CONOCIMIENTO (según UNESCO):</b>	Medio Ambiente
<b>CAMPO DETALLADO DE CONOCIMIENTO (según UNESCO):</b>	Medio Ambiente

## 2. CONTRAPARTE (Datos de la comunidad receptora de la vinculación)

Nombre de Organización o Comunidad:	GAD Municipal de Guaranda.
Datos de la persona de contacto: Alcalde de la ciudad de Guaranda.	
Tipo de Organización: Gubernamental	
Dirección: Gad Municipal de Guaranda Convención 1884	
Teléfono/ 093 98 553 7995	
Correo electrónico:	
Beneficiarios Directos e Indirectos: Directos: Estudiantes de la UEB. Indirectos: Habitantes de la ciudad de la Provincia Bolívar.	
¿Existe convenio?: Hay convenios existentes con el municipio de Guaranda.	

## 3. ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL PROGRAMA

Alcance:	Nacional ( )	Regional ( )	Provincial ( )	Local (X)
Provincia (s)	Cantón(es)	Parroquia(s)	Barrio(s)	
Bolívar	Guaranda	Todos	Todos	



**Ubicación.** La Provincia Bolívar se encuentra localizada en el centro – occidente de la Región Interandina, en la hoya hidrográfica del Río Chimbo (Coordenadas UTM zona 17. Sur desde 9872857 hasta 9756351 m. Norte desde 678594 hasta 742762 m.)

**Población.** 203 334 habitantes, de los cuales, el 71.80% es rural y el 28.20% es urbana (INEC 2010).

**Extensión.** Según el Consejo Nacional de Límites (CONALI) su superficie es de 3 944,86 Km<sup>2</sup>

**Clima.** La Provincia Bolívar tiene una gran variedad de climas y microclimas. Estos climas son: el tropical, tropical húmedo, subtropical, templado seco, templado húmedo, frío seco, frío húmedo y glacial en los nevados. La zona occidental llega al clima tropical subandino con humedad permanente lo cual posibilita una agricultura exitosa. Las temperaturas medias van desde los 2°C (sector el Arenal y la Parroquia Salinas del Cantón Guaranda), hasta los 26°C (en el sector Las Naves en el subtrópico).



#### 4. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN: PROBLEMA A RESOLVER

##### ANTECEDENTES:

idades antropogénicas generan, como subproductos de las actividades productivas y/o diarias, residuos que han creado desbalances locales de materiales que han alejado a la naturaleza del equilibrio existente en la misma. Este desbalance ha contribuido a un problema ambiental local, regional, nacional y mundial propiciando un escenario delicado de inestabilidad ambiental.

al en el país hay pocas iniciativas de utilización de los residuos y específicamente en la Provincia Bolívar no existe un plan de recolección, manejo y valorización de residuos. Esto crea como resultado un proceso de manejo de residuos deficiente o inexistente.

Hay iniciativas como de la empresa ARC que mediante convenios y trabajos en equipo con entes gubernamentales (patronato Quito), Organizaciones no gubernamentales (ONG) como lo es el Banco Grameen en Loja e Instituciones de Educación Superior (UEB), están desarrollando programas de recolección de Aceite Vegetal Usado (AVU) para exportarlos a Holanda u otros países para producir biodiesel. De esta forma se valoriza un desecho tan contaminante como lo es el AVU.

No existen medios de producción de energía de forma alternativa u otro proceso de valorización que utilice los residuos que se generan en el país. Salvo iniciativas como la mencionada en el párrafo anterior y posiblemente el reciclaje de plásticos y cartón.

Por otro lado, la Provincia Bolívar está entre las que poseen los indicadores de pobreza más altos. Bajo este esquema una alternativa para fortalecer el proceso de crear focos de desarrollo y bienestar general es la utilización de los residuos para generar energía, productos y servicios que tengan como consecuencia el mejoramiento de la calidad de vida de la población, tanto rural como urbana de la provincia. Este proyecto abarca aspectos que van desde el mejoramiento ambiental hasta la posibilidad de crear innovación.

##### JUSTIFICACIÓN:

El ambiente en la zona rural y urbana de la Provincia Bolívar se ha visto en un constante detrimento por prácticas inadecuadas en el manejo de los residuos, esto aunado al hecho de la no utilización de la biomasa residual para producir energía crea un panorama poco promisorio para el ambiente en la Provincia.

En general, no hay un aprovechamiento de los residuos generados por las labores propias de las familias en el sector rural ni en el urbano. Por el contrario, la forma de disposición final de estos residuos acarrea problemas ambientales; por ejemplo, la quema de los residuos orgánicos e inorgánicos productos de las cosechas y actividades diarias de la población evidencia la falta de un plan de manejo de residuos en las ciudades y en el sector rural. Todo esto genera una presión importante sobre el ambiente y directamente en la salud de los habitantes, por la falta de disposición final adecuada de los residuos. Esto por supuesto se traslada eventualmente a problemas de salud que deben ser tratados en las instalaciones hospitalarias de la provincia provocando gastos adicionales por tratamiento de enfermedades crónicas y no crónicas causadas por el manejo inadecuado y disposición incorrecta de los residuos.

Por otro lado, hay una dependencia total de fuentes de energías externas, tales como la electricidad y el GLP que se emplea en la mayoría de los hogares de la zona rural en labores de cocción de los alimentos para consumo propio, esto coloca a las familias del sector rural en una posición de total dependencia desde el punto energético. Una alternativa es utilizar los recursos disponibles en la zona para producir energía de forma alternativa y de esta manera se ve reducida la dependencia a hidrocarburos derivados del petróleo.

Este programa posee una potencialidad de generar nuevas actividades productivas que generen empleos para la población, especialmente en este momento donde debido a la pandemia mundial por COVID 19 se han perdido muchas plazas de trabajo creando problemas socioeconómicos graves que hay que contribuir a solucionar.

Tomando en cuenta todo esto, se presenta el uso de los residuos generados por las actividades antropogénicas en la provincia como alternativa para mejorar la calidad de vida de la población, así como la posibilidad de generar actividades productivas que puedan ser aprovechadas por la población para mejorar su condición económica.

##### Referencias:

AIE. Agencia Internacional de la Energía, Revista National Geographic en su número especial del Cambio Climático (noviembre de 2015), 10 argumentos a favor de las energías renovables - Sostenibilidad para todos.



**PROBLEMA:**

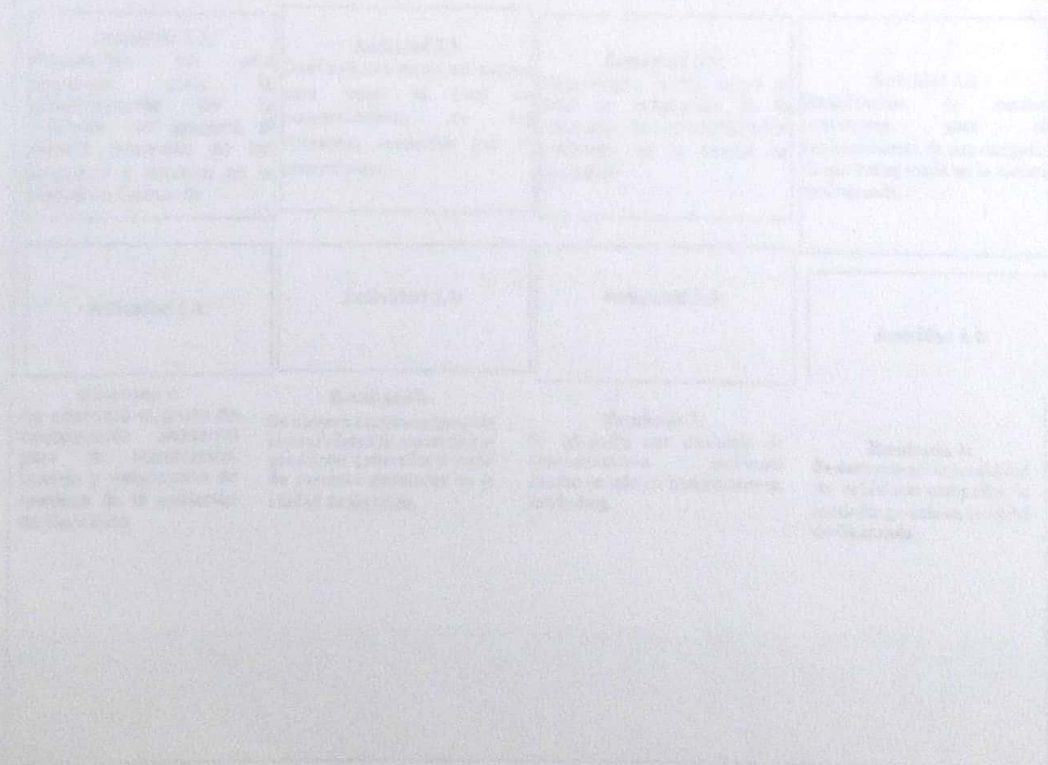
Como consecuencia de las actividades antropogénicas se han incrementado apreciablemente los pasivos ambientales, y dado el crecimiento demográfico esta situación tiende al alza, lo que tiene un efecto directo en la calidad de vida y en la salud de la población de la provincia.

Aquí toma relevancia la participación de la UEB que a través de este programa permitirá diseñar y producir estrategias para impulsar la economía y al mismo tiempo mejorar la calidad de vida de la población. También, permitiría generar alianzas con el sector productivo, estatal y el académico estableciendo la triple hélice que impulsaría de alguna manera el desarrollo de la región. La UEB posee la capacidad científica y tecnológica para proponer cambios que permitan el aprovechamiento de los residuos sólidos mediante su valorización.

Para tomar en cuenta todos los problemas y consecuencias del manejo poco apropiado de los residuos se presenta en un esquema o árbol de problemas donde se resumen de forma ordenada el objetivo general, los objetivos específicos y las actividades correspondientes a cada objetivo. Este árbol de problemas se presenta a continuación:

±

5. **Árbol de Objetivos, Actividades y Resultados** (Podrá ajustarlo a su programa y/o proyecto aumentando o disminuyendo el número de objetivos, actividades y resultados esperados)





<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Desarrollar un Plan de Marketing sobre el conocimiento ambiental, clasificación, manejo y valorización de residuos generados en la Provincia Bolívar			
<b>Objetivo Especifico 1:</b> Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.	<b>Objetivo Especifico 2:</b> Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos derivados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	<b>Objetivo Especifico 3:</b> Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos	<b>Objetivo Especifico 4:</b> Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.
<b>Actividad 1.1:</b> Recopilación de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	<b>Actividad 2.1:</b> Realización de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.	<b>Actividad 3.1:</b> Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial.	<b>Actividad 4.1:</b> Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento de marketing verde en la ciudad de Guaranda.
<b>Actividad 1.2:</b> Establecimiento de un análisis del perfil de consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos	<b>Actividad 2.2:</b> Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.	<b>Actividad 3.2:</b> Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea)	<b>Actividad 4.2:</b> Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.
<b>Actividad 1.3:</b> Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.	<b>Actividad 2.3:</b> Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan	<b>Actividad 3.3:</b> Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.	<b>Actividad 4.3:</b> Identificación de puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.
<b>Actividad 1.4:</b>	<b>Actividad 2.4:</b>	<b>Actividad 3.4:</b>	<b>Actividad 4.4:</b>
<b>Resultado 1:</b> Se conocerá el grado de conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos de la población de Guaranda.	<b>Resultado 2:</b> Se obtendrá información sobre la posibilidad de comercializar productos generados a partir de residuos generados en la ciudad de Guaranda.	<b>Resultado 3:</b> Se obtendrá una campaña de concientización ambiental fundamentado en herramienta de marketing.	<b>Resultado 4:</b> Se determinará la posibilidad de establecer campañas de marketing verde en la ciudad de Guaranda.





En la Tabla 6 se muestra el detalle de las actividades previstas para el cumplimiento de los objetivos específicos a través de la participación transversal de todas las carreras de la UEB.

Detalle de las Actividades previstas por Objetivo Especifico	
Objetivos Específicos	Actividades a cumplir
OE1: Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.	A 1.1: Recopilación de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar. A 1.2: Establecimiento de un análisis del perfil de consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos A 1.3: Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.
OE2: Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos derivados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	A 2.1: Elaboración de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas. A 2.2: Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas. A 2.3: Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.
OE3: Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.	A 3.1: Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial. A 3.2: Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea) A 3.3: Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.
OE4: Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.	A 4.1: Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento del marketing verde en la ciudad de Guaranda. A 4.2: Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda. A 4.3: Identificación de los puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.

## 5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Lógica de intervención	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
FIN	Contribuir con la definición de un plan que utilice las herramientas de	Al finalizar el proyecto se tendrá una campaña de concientización	Tener al menos una campaña de concientización en el manejo de	Que haya apoyo de las autoridades de la UEB y



En la Tabla 6 se muestra el detalle de las actividades previstas para el cumplimiento de los objetivos específicos a través de la participación transversal de todas las carreras de la UEB.

Detalle de las Actividades previstas por Objetivo Especifico	
Objetivos Especificos	Actividades a cumplir
OE1: Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.	A 1.1: Recopilación de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar. A 1.2: Establecimiento de un análisis del perfil de consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos A 1.3: Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.
OE2: Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos derivados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	A 2.1: Elaboración de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas. A 2.2: Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas. A 2.3: Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.
OE3: Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.	A 3.1: Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial. A 3.2: Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea) A 3.3: Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.
OE4: Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.	A 4.1: Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento del marketing verde en la ciudad de Guaranda. A 4.2: Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda. A 4.3: Identificación de los puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.

## 5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Lógica de intervención	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
FIN	Contribuir con la definición de un plan que utilice las herramientas de	Al finalizar el proyecto se tendrá una campaña de concientización	Tener al menos una campaña de concientización en el manejo de	Que haya apoyo de las autoridades de la UEB y



	marketing con el fin de lograr el éxito de una campaña de concientización para el manejo residuos sólidos en la Provincia Bolívar.	ambiental en el manejo de residuos fundamentado en el marketing para asegurar el éxito de su aplicación, adicionalmente se identificarán mecanismos para asegurar la comercialización de productos utilizando residuos.	residuos y una estrategia de comercialización de productos obtenidos a partir de residuos.	de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta y masiva de docentes y estudiantes de la UEB.
PROPÓSITO (Objetivo general del proyecto)	Desarrollar un Plan de Marketing sobre el conocimiento ambiental, clasificación, manejo y valorización de residuos generados en la Provincia Bolívar.	Al finalizar el proyecto se tendrá al menos una campaña de concientización sobre el manejo de residuos sólidos para ser implementado en la Provincia Bolívar.	# de campaña de concientización para el manejo de residuos sólidos y valoración de residuos / # de campañas de concientización propuestos.	Que haya apoyo de las autoridades de la UEB y de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta y masiva de docentes y estudiantes de la UEB.
COMPONENTES (Objetivos específicos)	1. Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.	Luego de finalizada esta etapa se conocerá el nivel de conocimiento ambiental de la población de la ciudad de Guaranda.	Informe sobre el nivel de conocimiento en el manejo de los residuos en la ciudad de Guaranda.	
Actividades	A 1.1: Recopilación de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se			Que haya apoyo de las



	<p>generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.</p> <p>A 1.2: Establecimiento de un análisis del perfil de consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos</p> <p>A 1.3: Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.</p>			<p>autoridades de la UEB y de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta de docentes y estudiantes de la UEB.</p>
<p>COMPONENTES (Objetivos específicos)</p>	<p>2. Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos derivados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.</p>			
<p>Actividades</p>	<p>A 2.1: Elaboración de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.</p> <p>A 2.2: Determinación del nivel de</p>	<p>Luego de finalizada esta etapa se tendrá un informe sobre el estado de la comercialización de productos a partir de residuos en la ciudad de Guaranda.</p>	<p>Se tendrá un informe sobre el análisis del nivel del éxito comercial de los productos utilizando residuos.</p>	<p>Que se cuente con el apoyo de las autoridades de la UEB y de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta de docentes y estudiantes de la UEB.</p>



	<p>comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.</p> <p>A 2.3: Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.</p>			
<p>COMPONENTES (Objetivos específicos)</p>	<p>3. Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.</p>	<p>Logrado este objetivo se tendrá un plan para la promoción de la reutilización de los residuos generados en la ciudad de Guaranda.</p>	<p># de estrategias para la reutilización de residuos generados en la ciudad de Guaranda / # de estrategias para la reutilización de residuos generados en la ciudad de Guaranda propuestos.</p>	<p>Que se cuente con el apoyo de las autoridades de la UEB y de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta de docentes y estudiantes de la UEB.</p>
<p>Actividades</p>	<p>A 3.1: Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial.</p> <p>A 3.2: Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea)</p> <p>A 3.3: Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de</p>			



	concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.			
COMPONENTES (Objetivos específicos)	4. Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.			
Actividades	<p>A 4.1: Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento del marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p> <p>A 4.2: Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p> <p>A 4.3: Identificación de los puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p>	Satisfecho este objetivo se tendrá una propuesta de una estrategia de comercialización de productos en la ciudad de Guaranda de bienes obtenidos utilizando los residuos como materia prima para su elaboración.	# de propuesta de una estrategia de comercialización de productos verdes u obtenidos utilizando residuos en la ciudad de Guaranda / # de propuesta(s) de estrategia(s) de comercialización de productos verdes u obtenidos utilizando residuos en la ciudad de Guaranda.	Que se cuente con el apoyo de las autoridades de la UEB y de la Dirección de Investigación y Vinculación, Así como una participación entusiasta de docentes y estudiantes de la UEB.

**6. RECURSOS:**

**HUMANOS:** Se tiene previsto la participación de unos 39 estudiantes de la Carrera de Jurisprudencia a lo largo de la ejecución de proyecto. Y un total de 2 docentes, uno por la carrera de Jurisprudencia y de la Dirección de Investigación y Vinculación.

**Materiales y herramientas:** Se utilizarán herramientas TICs necesarias para lograr el objetivo general y los objetivos específicos propuestos en este programa.

**Físicos:** No aplica porque este programa se ejecutará de manera virtual.



**Tecnológicos y equipos:** La descripción detallada de los recursos tecnológicos y equipos están detallados en el anexo correspondiente al presupuesto y en el cronograma valorado.

**RECURSOS:**

Ciclo 1: 650 USD.

**TOTAL: 650 USD.**

**7. IMPACTO ESPERADO:**

**Tipo de impacto:**

<b>Social:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Ambiental</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Otro:</b> <i>NA</i>
<b>Político:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Cultural:</b>	<input type="checkbox"/>	
<b>Económico:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Otro:</b>	<input type="checkbox"/>	

**Impactos Previstos**

Se espera que con la ejecución del presente programa de vinculación se posea información fundamentada en fuentes de información de calidad sobre las ordenanzas sobre el manejo de residuos generados en la zona rural y urbanas de la Provincia Bolívar. Esto permitirá definir de forma apropiada un sistema de clasificación, manejo y recolección de los residuos generados en la provincia. Además, se propondrá la inclusión de un sistema de valorización de estos residuos con el propósito de generar alternativas de producción de bienes y servicios que contribuyan potencialmente con el mejoramiento económico de la provincia mediante una propuesta de emprendimientos y microemprendimientos de forma factible.

Los resultados obtenidos pueden ser empleados o los GADs locales para ser usados como información y propuestas reales para el mejoramiento ambiental y económico de la población de la provincia. Así como la posibilidad de asesorarlos en regulaciones y programas ambientales que se traduzcan en mejoras de la calidad de vida general de la población en mediano y largo plazo.

Bajo este escenario se espera que la salud en general de la población mejore lentamente porque el impacto ambiental se reduciría de forma apreciable. Hay que generar mecanismos para hacer seguimiento de los logros obtenidos durante la ejecución del presente programa.

Es necesario un compromiso por parte de los docentes y estudiantes de la UEB para alcanzar el máximo de productos que se traducirían en beneficio de la población de la provincia, lo cual eventualmente mejoraría la calidad de vida de los ejecutores o sus familiares que hacen vida en la provincia.

**Impactos Negativos e Impactos No Previstos**

No se tienen previstos impactos negativos como consecuencia de la ejecución del presente proyecto. Entre los impactos positivos no esperados se podría señalar la poca acogida a las propuestas del presente programa. En caso de esto último se implementaría un plan de contingencia para incluir más estudiantes y recursos para satisfacer las necesidades imprevistas.

**8. PRODUCTOS ESPERADOS:**

Un programa de concientización ambiental con la potencialidad de aplicación para la recolección, clasificación, manejo y valorización de los residuos de la Provincia Bolívar.

**9. OBSERVACIONES:**

*NA.*

**ANEXO I.- CRONOGRAMA DE TRABAJO**

Objetivos o Resultados	Indicador o Actividades	Tiempo estimado			Responsables			Recursos necesarios
		Desde dd/m/aa	Hasta dd/m/aa	Nº horas	Carretera(s)	Coordiadores responsables	Número Estudiantes participantes	
1. Resultado: Se conocerá la normativa actual sobre el manejo de los residuos sólidos de la Provincia Bolívar.	Indicador 1 Luego de finalizada esta etapa se conocerá la normativa actual sobre el manejo de los residuos sólidos de la Provincia Bolívar.	1/10/2020	1/11/2020	40	Jurisprudencia	Enrique Garcia	Deben estar en la lista del anexo 3	Documentos donde está la ordenanza actual de los Cantones de la Provincia Bolívar. Herramientas TICs de búsqueda de información.
2. Resultado: Se tendrá un análisis de porque las ordenanzas actuales no se aplican o no se emplean actualmente en la Provincia Bolívar.	Indicador 2 Luego de finalizada esta etapa se tendrá un informe sobre el análisis de porque las ordenanzas actuales no se aplican o no se emplean actualmente en la Provincia Bolívar.	1/11/2020	31/12/2020	40	Jurisprudencia	Enrique Garcia y Hebert Molero		Antecedentes que puedan existir sobre la aplicación u observación de las ordenanzas sobre manejo de desechos solidos en los Cantones de la Provincia Bolívar. Herramientas TICs de búsqueda de información.
3. Resultado: Se propondrá una ordenanza de gestión de residuos generados en las zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	Indicador 3 Logrado este objetivo se propondrá una ordenanza de gestión de residuos generados en las zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.	1/01/2021	31/03/2021	40	Jurisprudencia	Enrique Garcia y Hebert Molero		Herramientas TICs para la elaboración del documento correspondiente a la ordenanza planteada.





UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 1 PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



a Bolívar.							
4. Resultado: Se obtendrá una propuesta de divulgación de las ordenanzas de gestión de desechos sólidos y sobre su implementación en la Provincia Bolívar.	Indicador 4 Satisfecho este objetivo se tendrá una propuesta de divulgación de las ordenanzas de gestión de desechos sólidos y sobre su implementación en la Provincia Bolívar.	1/04/2021	31/04/2021	40	Jurisprudencia	Enrique Garcia y Hebert Molero	Herramientas TICs para la elaboración de material digital para la divulgación de los documentos obtenidos referente al manejo legal de los desechos sólidos.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 1 PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



**ANEXO 2.A**

**PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (Describir el detalle)**

**1. SUMINISTROS DE OFICINA**

Item	Unidad (resmas, cajas, etc)	Cantidad (de resmas, cajas, etc)	Valor unitario (de resmas, cajas, etc)	Total (\$)
RESMA DE PAPEL BOND	RES	3	2,30	6,90
CARPETAS CON VINCHAS	UND	20	0,07	1,41
MARCADORES DE TIZA LÍQUIDA	UND	10	0,27	2,74
MARCADORES PERMANENTES	UND	12	0,23	2,80
BORRADOR DE PIZARRA PARA TIZA LÍQUIDA	UND	3	0,34	1,01
MASHING	UND	6	0,59	3,51
CINTA DE EMBALAJE	UND	5	0,44	2,22
ESFEROS	UND	45	0,08	3,38
GRAPAS	CAJ	2	0,50	1,01
<b>Total (6.A.1)</b>		<b>24,97</b>		

**2. MATERIAL DIDÁCTICO**

**Total (1) 24,97**



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 1 PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



				<b>Total (2)</b>
<b>3. SERVICIOS DE IMPRESIÓN, REPRODUCCIÓN, ETC</b>				
				<b>Total (3)</b>
<b>4. INSUMOS (Agropecuarios, Veterinarios, etc)</b>				
				<b>Total (4)</b>

<b>TOTAL 2.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>(1)+(2)+(3)+(4)</b>	<b>24,97</b>
--	------------------------	--------------

**NEXO 2.B.**  
**PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE** *(Describir el detalle anual)*

<b>I. SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 1 PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

				<b>Total (2.B.1)</b>
<b>2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA CONTRAPARTE</b> (Indicar todos los bienes necesarios para la ejecución del proyecto, equipos en general, etc.)				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
				<b>Total (2.B.2)</b>
<b>TOTAL 2.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)</b>		<b>2.B.1+ 2.B.2</b>		
<b>TOTAL PRESUPUESTO DEL PROYECTO (\$ USA)</b>		<b>2.A+ 2.B</b>		<b>24,97</b>

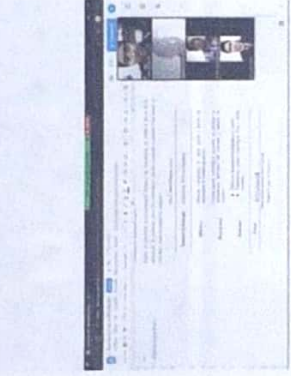
**INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE**


Coordinador del proyecto que presenta el informe	Periodo del informe		Fecha de entrega
Charles Paul Viscarra Armijos	Desde 01/04/2021	Hasta 10/06/2021	10/11/2021

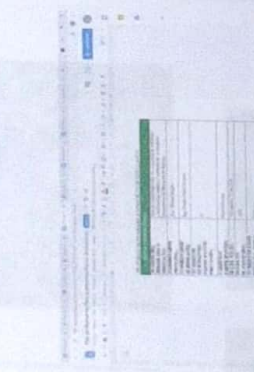
1. DATOS INFORMATIVOS

Identificador	Descripción
Código del Programa o proyecto	31-DIVIUEB-VS-2-2020
Nombre del Programa o Proyecto	Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda
Coordinador principal	Charles Paul Viscarra Armijos Celular: 0991460644 Email: chviscarra@ueb.edu.ec
Coordinador subrogante	Patricia de Lourde León Monar Celular: 0986268194      Email: pleon@ueb.edu.ec
Número de profesores participantes en este periodo	2
Número de estudiantes participantes en este periodo	15
Número de horas cumplidas en promedio por los estudiantes participantes	88
Carreras participantes en este periodo	Mercadotecnia
Comunidad receptora de la vinculación en este periodo	Habitantes de la ciudad de Guaranda
Número de beneficiarios directos e indirectos durante este periodo	<b>Directos:</b> Estudiantes de la UEB. <b>Indirectos:</b> Habitantes de la ciudad de Guaranda
Cobertura y localización de este periodo (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar
	Cantón: Guaranda
	Parroquia: Todas
	Sitio: Todas
Presupuesto ejecutado en este periodo:	De la UEB: 24.97 \$
	De la Contraparte:
	Total, ejecutado:
Productos logrados durante el trimestre	Estudio de Mercado Diagnóstico de la situación Plan de Mercadotecnia Social ( Por Ejecutarse ) Campaña de Marketing Verde ( Por Ejecutarse )


1. Avances realizados en el trimestre

Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento	Indicadores o Actividades	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción de la actividad	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 Se conocerá el grado de conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos de la población de Guaranda. (65%)	<p><b>Indicador 1</b> Recolección de información a través de encuesta on line</p> <p><b>Indicador 2</b> Perfil consumidor: conocimiento, manejo y desecho de materiales</p> <p><b>Indicador 3</b> Establecimiento de estrategias para incentivar el reciclaje y correcto</p>	<p><b>Indicador 1</b> 100%</p> <p><b>Indicador 2</b> 90%</p> <p><b>Indicador 3</b> 60%</p>	 <p>Encuesta [google.com]</p>	<p><b>Indicador 1</b> Aplicación de encuesta a través de Google Drive, para determinar el grado de conocimientos en temas de reciclaje, para el posterior establecimiento del perfil del consumidor.</p>	<p>La encuesta se desarrolló únicamente en línea, ya que por temas de bioseguridad no se la pudo aplicar presencialmente</p>	<p>Utilización de herramientas informáticas</p>

	desecho de residuos					
<p>R2 Se obtendrá información sobre la posibilidad de comercializar productos generados a partir de residuos generados en la ciudad de Guaranda. (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> Realización de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en la zona</p> <p><b>Indicador 2</b> Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.</p> <p><b>Indicador 3</b> Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes</p>	<p><b>Indicador 1</b> 70% <b>Indicador 2</b> 70% <b>Indicador 3</b> 70%</p>		<p><b>Indicador 1:</b> Se procedió a buscar información dentro de la página del municipio, en donde no se encontró mayor aporte por ende se procedió a tomar información en proyectos que se han realizado dentro del cantón refiriéndose al mismo tema sobre la trata de los residuos en el Cantón Guaranda</p>	<p>Carencia de información</p>	<p>El municipio del cantón Guaranda debe tomar más conciencia en la trata de desechos comunes y orgánicos, teniendo información concreta de cómo manejar los mismos.</p>

<p>productos que se comercializan.</p> <p><b>Indicador 1</b>                  Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial.</p> <p><b>Indicador 2</b>                  Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea)</p> <p><b>Indicador 3</b>                  Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.</p>	<p>R3 Se obtendrá una campaña de concientización ambiental fundamentada en herramienta de marketing.                  (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> 70%  <b>Indicador 2</b> 70%  <b>Indicador 3</b> 70%</p>	 <p><a href="https://drive.google.com/file/d/1Wcsg-W2ISYraWUFLAqEJGoAejzxkdrvV/viiew?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Wcsg-W2ISYraWUFLAqEJGoAejzxkdrvV/viiew?usp=sharing</a></p>	<p><b>Indicador 1:</b> Se procedió a realizar el plan de Marketing social con estrategias para que se pueda ejecutar la propuesta, usando herramientas tecnológicas y matrices.</p>	<p>Poca ayuda de los Habitantes del Cantón Guaranda en ámbitos de reciclar.</p>	<p>Tener mayor concientización en los habitantes de la Provincia Bolívar.</p>
--	---	---	---	---	---	---



<p>R4 Se determinará la posibilidad de establecer campañas de marketing verde en la ciudad de Guaranda. (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> Detallar una serie de de campañas de marketing verde para concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de cuidar el medio ambiente a través de técnicas de recolección de desechos y reciclaje.</p> <p><b>Indicador 2</b> Elección de las mejores campañas de marketing verde</p> <p><b>Indicador 3</b> Elaboración de bocetos de los lugares estratégicos donde serán ubicados los contenedores de basura dentro de la ciudad de Guaranda.</p>	<p><b>Indicador 1</b> 70% <b>Indicador 2</b> 80% <b>Indicador 3</b> 70%</p>		<p><b>Indicador 1:</b> Se procedió a realizar campañas de marketing verde como el Green Y difusión de información a través de las redes sociales y medios de comunicación de la ciudad de Guaranda, implementación de contenedores para clasificar las botellas y papel.</p>	<p>concientizar a través de campañas informativas sobre el peligro que causa la contaminación del medio ambiente e incentivar la participación de los ciudadanos de la ciudad de Guaranda.</p> <p>dificultad al buscar lugares estratégicos donde se ubicaran los contenedores de basura.</p>
---	--	---	---	--	---

## 2. Descripción de Actividades por Objetivo

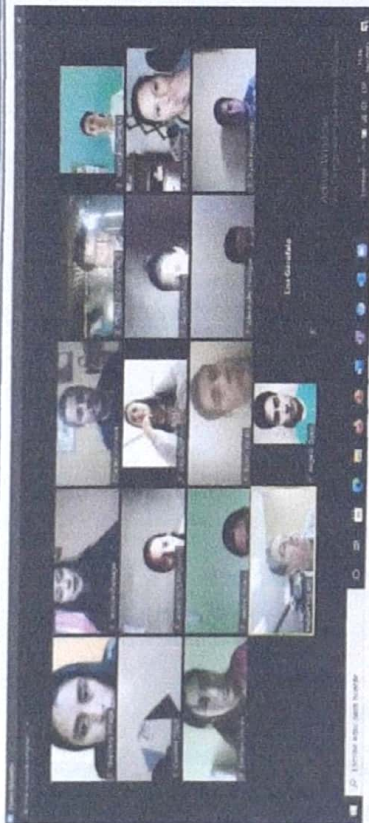
Objetivo y Actividades	Actividades cumplidas (cualitativas / cuantitativas)	Inversión realizada (\$)
<p><b>O1</b> Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.</p> <p><b>A 1.1</b> Recolección de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.</p> <p><b>A 1.2</b> Establecimiento de un análisis del perfil del consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos.</p> <p><b>A 1.3</b> Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.</p>	<p><b>A 1.1</b> Recolección de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.</p> <p><b>A 1.2</b> Establecimiento de un análisis del perfil del consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos.</p> <p><b>A 1.3</b> Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.</p>	<p>\$100</p>
<p><b>O2</b> Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos elaborados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la provincia de bolívar</p> <p><b>A 2.1</b> Realización de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en la zona</p>	<p><b>A 2.1</b> Análisis situacional de los desechos generados en el cantón Guaranda</p> <p><b>A 2.2</b> Se determinó los productos más reciclados dentro del cantón Guaranda</p> <p><b>A 2.3</b> Se posesionó en una matriz de acuerdo al nivel de comercialización de los productos más reciclados dentro del cantón.</p>	<p>Se hizo una inversión de alrededor de \$100.</p>

<p><b>A 2.2</b> Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.</p> <p><b>A 2.3</b> Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.</p>		
<p><b>O3</b> Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.</p> <p><b>A 3.1</b> Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial.</p> <p><b>A 3.2</b> Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea)</p> <p><b>A3.3</b> Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.</p>	<p><b>A 3.1</b> Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial.</p> <p><b>A 3.2</b> Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea)</p> <p><b>A3.3</b> Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.</p>	<p>Se hizo una inversión de alrededor de 3,660 \$</p>

<p><b>O4</b> Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p> <p><b>A 4.1</b> Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento del marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p> <p><b>A 4.2</b> Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda</p> <p><b>A4.3</b> Identificación de puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda</p>	<p><b>A 4.1</b> Establecimiento de una línea base sobre el conocimiento del marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p> <p><b>A 4.2</b> Determinación de la acogida de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda</p> <p><b>A4.3</b> Identificación de puntos importantes para el establecimiento de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.</p>	<p>Se hizo una inversión de 5000\$</p>
---	--	--

ANEXOS





Firma de Coordinador que presenta el informe

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. A. ...'.

Fecha de entrega: Guaranda, 10, de Agosto, 2021

**INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA  
SOCIEDAD DEL PROYECTO:**

**1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO**

Identificador	Descripción			
Código del Programa o Proyecto:	31-DIVIUEB-VS-1-2021			
Nombre del Programa o Proyecto:	<b>Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda</b>			
Línea y sub-línea de Vinculación:	SALUD y AMBIENTE (Gestión de recursos naturales, energías renovables)			
Programa de Vinculación:	Salud y ambiente Educación ambiental y ecológica Emprendimiento, economía popular y solidaria			
Campo Amplio de conocimiento:	<b>Ciencias Naturales, matemáticas y estadística</b>			
Campo específico de conocimiento:	<b>Medio Ambiente</b>			
Campo detallado de conocimiento:	<b>Medio Ambiente</b>			
Alcance Territorial logrado:	Internacional ( ) Nacional ( )	Regional ( ) Provincial ( )	Cantonal (x) Institucional ( )	
Carreras que participaron:	<b>Mercadotecnia</b>			
Coordinador Principal:	Nombres Apellidos: Charles Paul Viscarra Armijos Celular: 0991460644 Email: chviscarra@ueb.edu.ec			
Coordinador Subrogante:	Nombres Apellidos: Patricia de Lourde León Monar Celular: 0986268194 Email: pleon@ueb.edu.ec			
Cobertura y Localización: (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar			
	Cantón: Guaranda			
	Parroquia: Todas			
	Sitio: Todas			
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: 24.97 \$			
	Del Asignado por la Contraparte:			
	Total, de Presupuesto:			
Periodo total de ejecución (Fechas)	Desde: 01/04/2021	Hasta: 10/11/2021		
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	<b>160</b>			
Número de docentes participantes:	2			
Número de estudiantes participantes:	15			
Comunidad beneficiaria	Habitantes de la ciudad de Guaranda			
Número de beneficiarios directos e indirectos	<b>Directos:</b> Estudiantes de la UEB. <b>Indirectos:</b> Habitantes de la ciudad de Guaranda			
Convenio de respaldo				

## 2. GENERALIDADES

El ambiente en la zona rural y urbana de la Ciudad de Guaranda se ha visto en un constante detrimento por prácticas inadecuadas en el manejo de los residuos, esto aunado al hecho de la no utilización de la biomasa residual para producir energía crea un panorama poco promisorio para el ambiente en la Ciudad de Guaranda .

En general, no hay un aprovechamiento de los residuos generados por las labores propias de las familias en el sector rural ni en el urbano. Por el contrario, la forma de disposición final de estos residuos acarrea problemas ambientales; por ejemplo, la quema de los residuos orgánicos e inorgánicos productos de las cosechas y actividades diarias de la población evidencia la falta de un plan de manejo de residuos en las ciudades y en el sector rural. Todo esto genera una presión importante sobre el ambiente y directamente en la salud de los habitantes, por la falta de disposición final adecuada de los residuos. Esto por supuesto se traslada eventualmente a problemas de salud que deben ser tratados en las instalaciones hospitalarias de la provincia provocando gastos adicionales por tratamiento de enfermedades crónicas y no crónicas causadas por el manejo inadecuado y disposición incorrecta de los residuos.

Por otro lado, hay una dependencia total de fuentes de energías externas, tales como la electricidad y el GLP que se emplea en la mayoría de los hogares de la zona rural en labores de cocción de los alimentos para consumo propio, esto coloca a las familias del sector rural en una posición de total dependencia desde el punto energético. Una alternativa es utilizar los recursos disponibles en la zona para producir energía de forma alternativa y de esta manera se ve reducida la dependencia a hidrocarburos derivados del petróleo.

Mediante el uso de la Mercadotecnia y tomando en cuenta todo esto, se presenta campañas de concientización de reutilizar los residuos generados por las actividades antropogénicas en la provincia como alternativa para mejorar la calidad de vida de la población, así como la posibilidad de generar actividades productivas que puedan ser aprovechadas por la población para mejorar su condición económica.

## 3. OBJETIVOS



**Implementar el uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**

**Objetivos Específicos:**

1. Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.
2. Elaborar un diagnóstico general de la comercialización de productos derivados de residuos generados en zonas rurales y urbanas de la Ciudad de Guaranda.
3. Diseñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.
4. Determinar la factibilidad de una campaña de marketing verde en la ciudad de Guaranda.

**4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO**

La concientización sobre una correcta clasificación, manejo y valorización de los residuos ayuda a que la población guarandeña tenga más conciencia al momento de enviar sus residuos a los basureros.

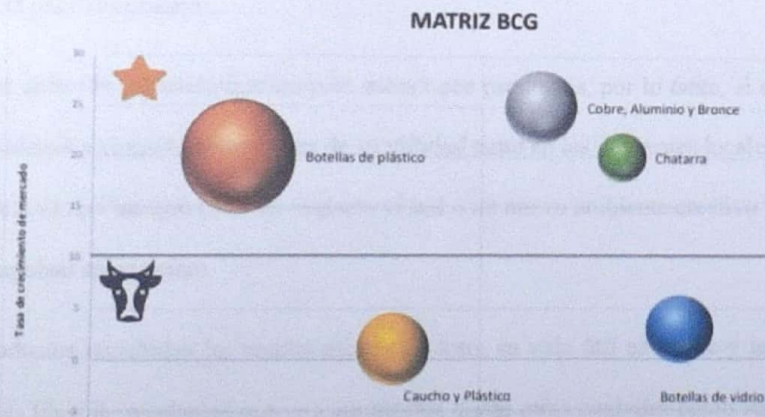
Esto mitiga en gran medida la contaminación al medio ambiente, ya que al realizar una correcta clasificación ayudamos a que el proceso de reciclaje de materiales potencialmente reutilizables se siga realizando con normalidad, además los residuos inorgánicos ayudan a producirse composta, que se utiliza para fertilizar los suelos de parques y jardines.

Con esto no solo ayudamos al medio ambiente sino también a las personas que trabajan dentro de este ámbito, ya que dignificamos el trabajo y se disminuyen los riesgos de salud.

### 5. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación;

MATRIZ BCG	
PRODUCTOS	TIPOS DE PRODUCTOS
Botellas de plástico	Estrella
Botellas de vidrio	Perro
Cobre, Aluminio y Bronce	Interrogante
Caucho y Plástico	Vaca
Chatarra	Interrogante



2. *Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recolectados que explique el comportamiento de indicadores antes y después de la ejecución del proyecto;*

Mediante la realización de un análisis investigativo tanto en zonas rurales y urbanas dentro de la ciudad de Guaranda Provincia de Bolívar se pudo conocer el nivel de **aceptación, comercialización y consumo** de los productos de residuos sólidos que son reciclados después de su vida útil en diferentes tipos de productos con la finalidad de evitar contaminación y mejora la calidad de vida, en cada uno de los ciudadanos como el cuidado y recuperación de la capa de ozono y también al medio ambiente, que a su vez son definidos como desechos peligrosos y no peligrosos, para la utilización de estos productos reciclados se da en diferentes actividades como puede ser industriales, comerciales, domesticas, servicios o institucionales que carecen de utilidad para su consumo.

Dentro de la Ciudad de Guaranda no existe la comercialización para estos tipos productos, por lo tanto, si existe la aceptación y el consumo de estos productos por parte de los ciudadanos y como también hacen de su utilidad tanto en los diferentes locales de ocio, comerciales e instituciones públicas y privadas, que buscan dar nueva una imagen crear un impacto visual o un nuevo ambiente creativo y relajado para los clientes, mediante el uso de estos productos se busca impulsar su consumo.

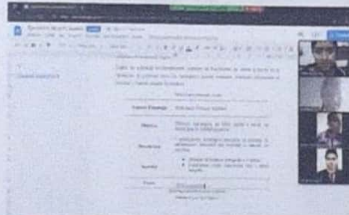
Para realizar la compra de estos productos reciclados les resulta menos costoso, su vida útil es buena y la reparación es menos costosa, en el mercado del reciclaje existe diferentes tipos de productos que son adquiridos desde otras ciudades como Ambato, Riobamba, Quito, Babahoyo,

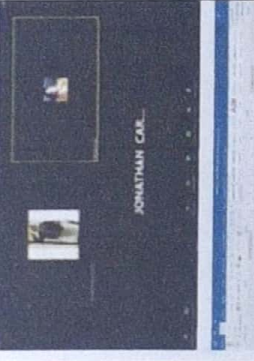
Durán y Guayaquil que llegan directamente al consumidor final en la ciudad de Guaranda, estos productos se dan a conocer a través de la publicidad o por conocimiento propio ya que pocas personas conocen de esta comercialización.


Tras haber realizado investigaciones se da a entender que existe pocas personas naturales y de voluntad propia que se dedican a recolectar residuos sólidos en la zona urbana y rural de la ciudad de Guaranda para luego ser vendidos en las recicladoras como el "Avión" y el "Recitado" su creación fue entre los años 2012 y 2013 que se encuentran ubicadas al salir de la ciudad de Guaranda vía a Chimbo, la recolección de los productos reciclados les genera un ingreso para sus familia y un apoyo al cuidado del medio ambiente, por otra parte el Municipio de Guaranda y la Prefectura de Bolívar no han dado iniciativa y lo mantienen en el olvido a la campaña de reciclaje y al consumo de los productos reciclados.


### *3. Análisis de causas de incumplimiento o cumplimiento parcial de objetivos.*

En base a la matriz BCG se puede apreciar que el producto estrella son las botellas de plástico por la alta participación en el mercado y por su alto crecimiento. Por ende, hay que enfocarse en los productos o materiales los cuales el índice de consumo, compra o adquisición son elevados como materiales de plástico y cauchos los cuales son desechados con mayor frecuencia por el desgaste y uso de este.

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto						
Programa / proyecto			Informe			
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento	Indicadores o Actividades	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción de la actividad	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 Se conocerá el grado de conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos de la población de Guaranda. (65%)	<p><b>Indicador 1</b> Recolección de información a través de encuesta on line</p> <p><b>Indicador 2</b> Perfil del consumidor: conocimiento, manejo y desecho de materiales</p> <p><b>Indicador 3</b> Establecimiento de estrategias para incentivar el reciclaje y correcto desecho de residuos</p>	<p><b>Indicador 1</b> 100%</p> <p><b>Indicador 2</b> 100%</p> <p><b>Indicador 3</b> 100%</p>	 <a href="#">Encuesta (google.com)</a>	<p><b>Indicador 1</b> Aplicación de encuesta a través de Google Drive, para determinar el grado de conocimientos en temas de reciclaje, para el posterior establecimiento del perfil del consumidor.</p>	La encuesta se desarrolló únicamente en línea, ya que por temas de bioseguridad no se la pudo aplicar presencialmente	Utilización de Herramientas informáticas

<p><b>R2</b> Se obtendrá información sobre la posibilidad de comercializar productos generados a partir de residuos generados en la ciudad de Guaranda. (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> Realización de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de los productos de residuos generados en la zona.</p> <p><b>Indicador 2</b> Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.</p> <p><b>Indicador 3</b> Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.</p>	<p><b>Indicador 1</b> 100%</p> <p><b>Indicador 2</b> 100%</p> <p><b>Indicador 3</b> 100%</p>		<p><b>Indicador 1</b> Se procedió a buscar información dentro de la página del municipio, en donde no se encontró mayor aporte por ende se procedió a tomar información en proyectos que se han realizado dentro del cantón refiriéndose al mismo tema sobre la trata de los residuos en el Cantón Guaranda.</p>	<p>Carencia de información</p>	<p>El municipio del cantón Guaranda debe tomar más conciencia en la trata de desechos comunes y orgánicos, teniendo información concreta de cómo manejar los mismos.</p>
---	--	--	--	--	--------------------------------	--

<p>R3 Se obtendrá una campaña de concientización ambiental fundamentado en herramientas de marketing. (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> Aplicación de estrategias de marketing social para el fortalecimiento empresarial generando concientización y responsabilidad empresarial. <b>Indicador 2</b> Desarrollo de una campaña publicitaria con actividades ATL y BTL (Sobre la línea y Bajo la Línea) <b>Indicador 3</b> Seguimiento inicial sobre el nivel de aceptación de la campaña de concientización ambiental en la ciudad de Guaranda.</p>	<p><b>Indicador 1</b> 70% <b>Indicador 2</b> 70% <b>Indicador 3</b> 70%</p>	 <p><a href="https://drive.google.com/file/d/1Wcsg-W2ISYraWUFLAqEJGoAejzKdrvV/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Wcsg-W2ISYraWUFLAqEJGoAejzKdrvV/view?usp=sharing</a></p>	<p><b>Indicador 1:</b> Se procedió a realizar el plan de Marketing social con estrategias para que se pueda ejecutar la propuesta, usando herramientas tecnológicas y matrices</p>	<p>Poca ayuda de los Habitantes del Cantón Guaranda en ámbitos de reciclar.</p>	<p>Tener mayor concientización en los habitantes de la Provincia Bolívar.</p>
---	--	---	---	--	---	---

<p>R4 Se determinará la posibilidad de establecer campañas de marketing verde en la ciudad de Guaranda. (70%)</p>	<p><b>Indicador 1</b> Detallar una serie de de campañas de marketing verde para concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de cuidar el medio ambiente a través de técnicas de recolección de desechos y reciclaje . <b>Indicador 2</b> Elección de las mejores campañas de marketing verde <b>Indicador 3</b> Elaboración de bocetos de los lugares estratégicos donde serán ubicados los contenedores de basura dentro de la ciudad de Guaranda .</p>	<p><b>Indicador 1</b> 70%</p> <p><b>Indicador 2</b> 80%</p> <p><b>Indicador 3</b> 70%</p>		<p><b>Indicador 1:</b> Se procedió a realizar campañas de marketing verde como el Green Y difusión de información a través de las redes sociales y medios de comunicación de la ciudad de Guaranda , implementación de contenedores para clasificar las botellas y papel .</p>	<p>dificultad al buscar lugares estratégicos donde se ubicaran los contenedores de basura.</p>	<p>concientizar a través de campañas informativas sobre el peligro que causa la contaminación del medio ambiente e incentivar la participación de los ciudadanos de la ciudad de Guaranda .</p>
---	--	---	---	--	--	---



<b>6. INFORME ECONOMICO</b>						
<b>6.A. PRESUPUESTO USADO CON CARGO A LA UEB</b>						
<b>1. SUMINISTROS DE OFICINA</b>						
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total		
RESMA DE PAPEL BOND	RES	3	2,30	6,90		
CARPETAS CON VINCHAS	UND	20	0,07	1,41		
MARCADORES DE TIZA LÍQUIDA	UND	10	0,27	2,74		
MARCADORES PERMANENTES	UND	12	0,23	2,80		
BORRADOR DE PIZARRA PARA TIZA LÍQUIDA	UND	3	0,34	1,01		
MASHING	UND	6	0,59	3,51		
CINTA DE EMBALAJE	UND	5	0,44	2,22		
ESFEROS	UND	45	0,08	3,38		
GRAPAS	CAJ	2	0,50	1,01		
			<b>Total (6.A.1)</b>	<b>24,97</b>		
<b>2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB</b>						
(Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc..)						
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total		
			<b>Total (6.A.2)</b>			

<b>TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>6.A.1+ 6.A.2</b>
--	---------------------

**ANEXO 6.B.**  
**PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE** *(Describir el detalle)*

**I. SUMINISTROS, IMPRESIONES, MATERIAL DIDÁCTICO, INSUMOS Y OTROS BIENES**

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
<b>Total (2.B)</b>				

<b>TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)</b>	<b>6.B.1+ 6.B.2</b>	
--	---------------------	--

<b>TOTAL PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>	
---	-----------------	--

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar el proyecto investigativo se pudo concluir que, el reciclaje es una práctica muy importante para la conservación del medio ambiente reciclando se puede mejorar mucho la condición de nuestro planeta y tener un estilo de vida mejor.

Se pudo concluir también que actualmente existen empresas y personas dentro de la ciudad de Guaranda que no tienen conocimientos sobre los distintos procesamientos que se pueden aplicar de reciclaje de plástico, cartón, metales etc. ya sea a falta de cultura de reciclaje por la sociedad.

Por otra parte, la ciudadanía en general carece de concientización del impacto ambiental que se está generando al consumir tan al exceso estos productos, y esto es instantáneamente notable ya que las encuestas muestran que muy pocas personas conocen el verdadero beneficio que trae consigo el reciclaje.

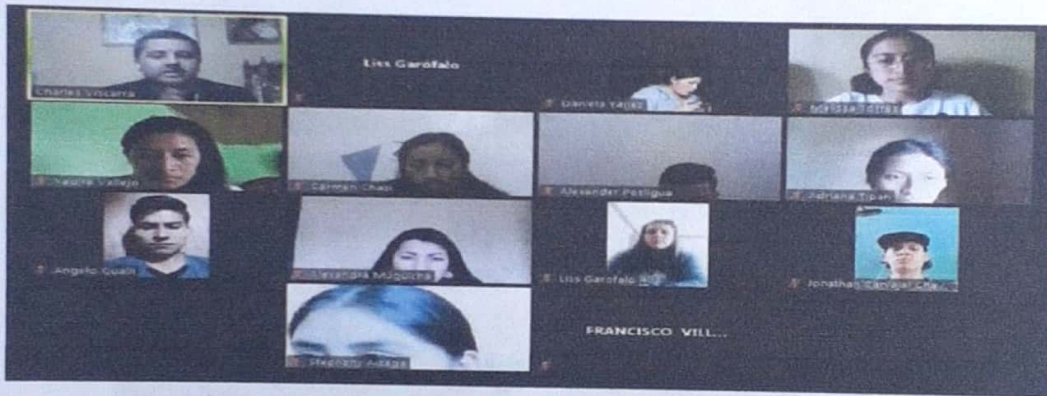
### Recomendaciones

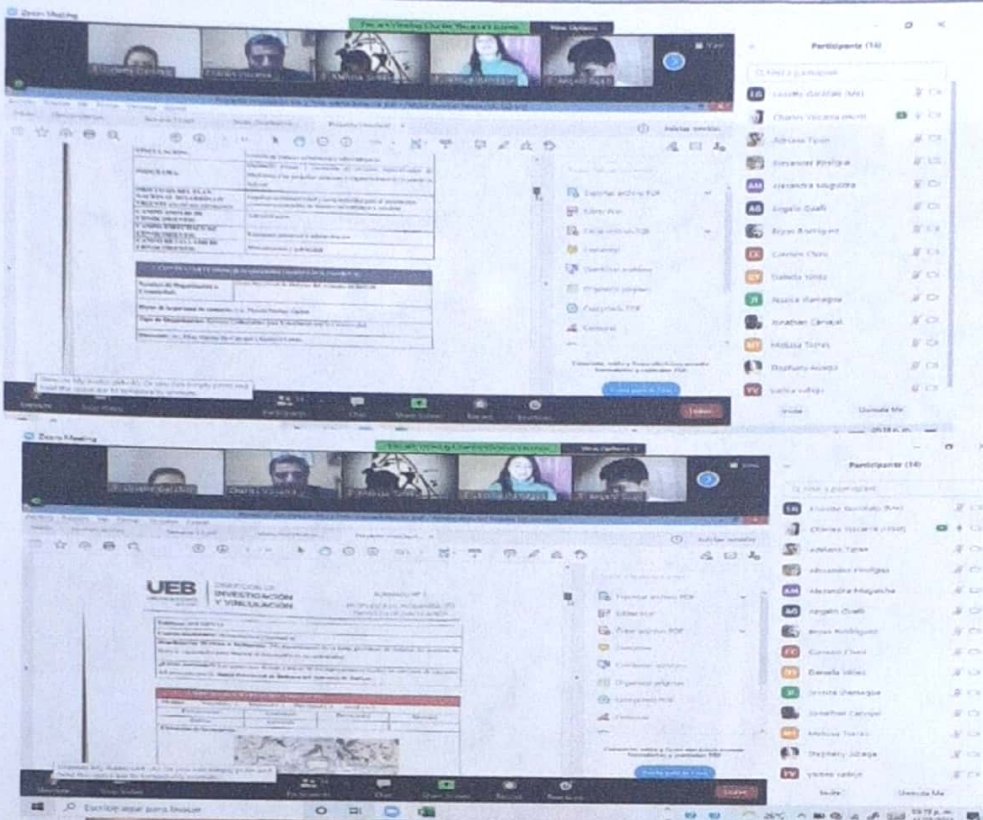
Para mantener un ambiente sano y limpio es necesario depositar todos los desechos y desperdicios de producción en recipientes apropiados y en los sitios definidos para ello.

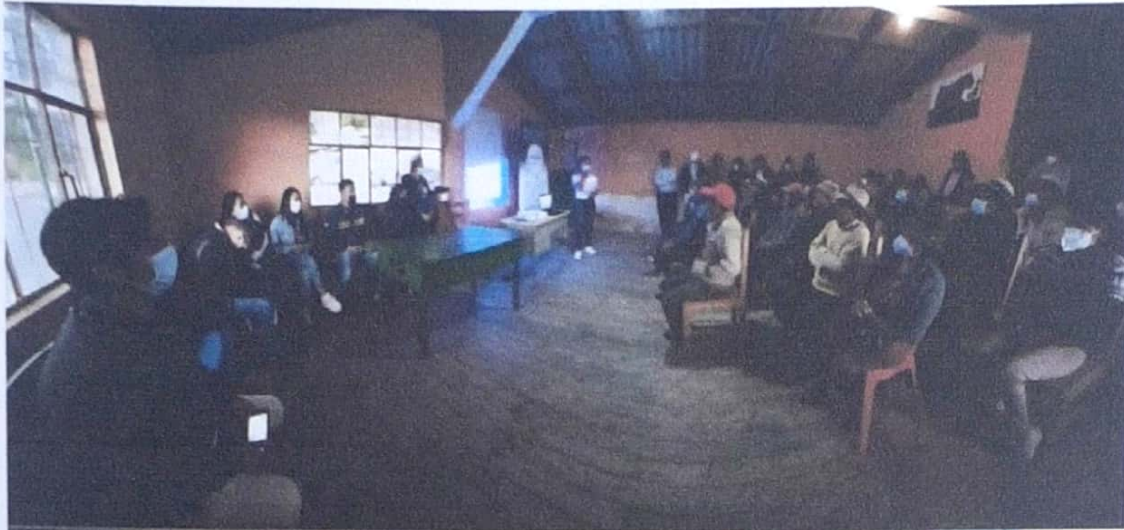
Tanto en la empresa como en el hogar, se debe realizar una clasificación de residuos sólidos, utilizando recipientes con colores diferentes que señalan su contenido. Con una debida clasificación de los residuos se pueden disminuir las infecciones, los accidentes de trabajo y otras enfermedades, así como el deterioro al medio ambiente.

El proyecto da pauta para llevar a cabo la implementación de contenedores de basura dentro de la ciudad de Guaranda, socializar a la ciudadanía la importancia del reciclaje y cuidado del medioambiente y a la vez realizar campañas a través de los diferentes medios de comunicación de la ciudad.

8. ANEXOS







**Observaciones**

**Firma de Coordinador Principal**

Fecha de entrega:



UNIVERSIDAD  
ESTATAL  
DE BOLÍVAR

VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN  
Y VINCULACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
CUSTODIO: Dr. HEBERT MOLERO  
FECHA: 12 DE MARZO 2021  
ACTA ENTREGA - RECEPCIÓN  
CODIGO DEL PROYECTO 31

CANTIDAD	UM	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
3	res	Resma de papel bond 75gr	2,30	6,90	USO DE LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA PARA LOGRAR EL ÉXITO DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL, ESPECÍFICAMENTE EN EL MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA
20	und	Carpetas con vinchas	0,07	1,41	
10	und	Marcadores de tiza liquida	0,27	2,74	
12	und	Marcadores permanentes	0,23	2,80	
3	und	Borrador de pizarra para tiza liquida	0,34	1,01	
6	und	mashing	0,59	3,51	
5	und	Cinta de embalaje	0,44	2,22	
45	und	Esferos	0,08	3,38	
2	caj	Grapas	0,50	1,01	
				24,97	

Lcdo. ROLANDO YTTERI NARANJO  
Ayudante de Investigación  
CUSTODIO - ENTREGA

Dr. HEBERT MOLERO  
Director del Proyecto de Vinculación  
CUSTODIO - RECIBE

Guaranda noviembre 10, 2020  
RCU - 015 - 2020 - 135

**LA SUSCRITA SECRETARIA GENERAL, ABG. MÓNICA LEÓN GONZÁLEZ, PREVIA AUTORIZACIÓN DEL SEÑOR RECTOR, CERTIFICA: QUE el Consejo Universitario en Sesión Ordinaria (015), realizada el 10 de noviembre del 2020:**

**SÉPTIMO PUNTO:** Análisis y Resolución de 34 Proyectos de Vinculación de la Segunda Convocatoria 2020.

**EL CONSEJO UNIVERSITARIO  
CONSIDERANDO:**

**QUE**, la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 340, estipula: "El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo. El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación. El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

**QUE**, La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 350, determina: "El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo".

**QUE**, La Ley Orgánica de Educación Superior en su artículo 17 determina: "Reconocimiento de la autonomía responsable- El Estado reconoce a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los principios establecidos en la Constitución de la República".

**QUE**, la Ley Orgánica de Educación Superior en su artículo 87, determina: "Requisitos previos a la obtención del grado académico- Como requisito previo a la obtención del grado académico, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante programas, proyectos de vinculación con la sociedad, prácticas o pasantías preprofesionales con el debido acompañamiento pedagógico, en los campos de su especialidad.

**QUE**, la Ley ibidem en su artículo 107, señala: "Principio de pertinencia- El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de



desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones, y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología”.

**QUE**, la Ley Orgánica de Educación Superior en su artículo 125, determina:” Programas y cursos de vinculación con la sociedad- Las instituciones del Sistema de Educación Superior realizarán programas y cursos de vinculación con la sociedad guiados por el personal académico. Para ser estudiante de los mismos no hará falta cumplir los requisitos del estudiante regular”.

**QUE**, el Reglamento Régimen Académico, en su artículo 4, literal c), expresa, “La vinculación con la sociedad, como función sustantiva, genera capacidades e intercambio de conocimientos acorde a los dominios académicos de las IES para garantizar la construcción de respuestas efectivas a las necesidades y desafíos de su entorno. Contribuye con la pertinencia del quehacer educativo, mejorando la calidad de vida, el medio ambiente, el desarrollo productivo y la preservación, difusión y enriquecimiento de las culturas y saberes. Se desarrolla mediante un conjunto de planes, programas, proyectos e iniciativas de interés público, planificadas, ejecutadas, monitoreadas y evaluadas de manera sistemática por las IES, tales como: servicio comunitario, prestación de servicios especializados, consultorías, educación continua, gestión de redes, cooperación y desarrollo, difusión y distribución del saber; que permitan la democratización del conocimiento y el desarrollo de la innovación social. La vinculación con la sociedad se articula con la función sustantiva de docencia, para la formación integral de los estudiantes que complementan la teoría con la práctica en los procesos de enseñanza-aprendizaje, promoviendo espacios de experiencia vivencial y reflexión crítica. Se articula con la investigación, al posibilitar la identificación de necesidades y la formulación de preguntas que alimenten las líneas, programas y proyectos de investigación; y, al propiciar el uso social del conocimiento científico y los saberes”.

**QUE**, el Reglamento Régimen Académico, en su artículo 50, expresa, “Vinculación con la sociedad- La vinculación con la sociedad hace referencia a la planificación, ejecución y difusión de actividades que garantizan la participación efectiva en la sociedad y responsabilidad social de las instituciones del Sistema de Educación Superior con el fin de contribuir a la solución de las necesidades y problemáticas del entorno desde el ámbito académico e investigativo. La vinculación con la sociedad deberá articularse al resto de funciones sustantivas, oferta académica, dominios académicos, investigación, formación y extensión de las IES en cumplimiento del principio de pertinencia. En el marco del desarrollo de investigación científica de las IES, se considerará como vinculación con la sociedad a las actividades de divulgación científica, aportes a la mejora y actualización de los planes de desarrollo local, regional y nacional, y la transferencia de conocimiento y tecnología. La divulgación científica consiste en transmitir resultados, avances, ideas, hipótesis, teorías, conceptos, y en general

cualquier actividad científica o tecnológica a la sociedad; utilizando los canales, recursos y lenguajes adecuados para que ésta los pueda comprender y asimilar la sociedad”.

**QUE**, el Reglamento Régimen Académico, en su artículo 51 expresa, “Pertinencia de la vinculación con la sociedad- La vinculación con la sociedad promueve la transformación social, difusión y devolución de conocimientos académicos, científicos y artísticos, desde un enfoque de derechos, equidad y responsabilidad social. Las IES, a través de su planificación estratégica-operativa y oferta académica, evidenciarán la articulación de las actividades de vinculación con la sociedad con las potencialidades y necesidades del contexto local, regional, nacional e internacional, los desafíos de las nuevas tendencias de la ciencia, la tecnología, la innovación, la profesión, el desarrollo sustentable, el arte y la cultura”.

**QUE**, el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior, en su artículo 10, dispone, “Actividades de vinculación con la sociedad- En las universidades y escuelas politécnicas públicas y particulares, las actividades de vinculación con la sociedad deberán enmarcarse dentro de las actividades de docencia, investigación o gestión académica, conforme a lo dispuesto en este Reglamento”.

**QUE**, el Consejo de Educación Superior, mediante Resolución RPC-SE-03-No.046-2020, de fecha 25 de marzo del 2020, expide la “Normativa transitoria para el desarrollo de actividades académicas en las Instituciones de Educación Superior, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de COVID-19”;

**QUE**, en la Normativa Transitoria, emitida por el CES, RPC-SE-03-No.046-2020, de fecha 25 de marzo del 2020, en su artículo 8 señala, “Lugar, modalidad, horas y plazos para el desarrollo de actividades de prácticas preprofesionales, titulación, integración curricular y vinculación con la sociedad.- Las IES podrán modificar temporalmente los lugares, modalidad, horas y plazos destinados al desarrollo de las actividades de prácticas preprofesionales, titulación, integración curricular y vinculación con la sociedad. Podrán también, suspenderlas en función del tiempo de vigencia de la presente normativa.

**RESUELVE: “APROBAR POR UNANIMIDAD 34 PROYECTOS DE VINCULACIÓN DE LA SEGUNDA CONVOCATORIA 2020, PRESENTADO POR LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN.**

Nº	TITULO PROYECTO	LÍNEA, SUBLÍNEA Y PROGRAMA	COORDINADOR PRINCIPAL	COORDINADOR OR SUBROGANTE	ESTUDIANTE	CÉDULA	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	PRESUPUESTO UEB		PRESUPUESTO EXTERNO \$ USD									
									Partida	Monto \$ USD										
31	USO DE LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA PARA LOGRAR EL ÉXITO DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL ESPECÍFICAMENTE EN EL MANEJO DE DESECHOS SOLIDOS EN LA CIUDAD DE GUARANDA	LÍNEA: DESARROLLO HUMANO	DR. HEBERT MOLERO	ING. CHARLES PAUL VISCARRA ARMIJOS	ANGELICA MARÍA		05/10/2020	01/03/2021			0									
					VALENCIA PACHECO JHON LÍDER	0929951762														
					VÁSCONEZ AVILÉS DANIELA DENNISE	0250007705														
					YÁNEZ COLCHA ALEX XAVIER	0202023206														
					AIZAGA LANCHIMBA STEPHANY DANIELA	1751286392														
					CARVAJAL CHANGO JONATHAN ISMAEL	0940438559														
					CHASI TUALOMBO CARMEN INÉS	0250117603														
					GARÓFALO RONQUILLO LISSETTE SHIRLEY	0202188801														
		GUALLI CASALOMBO ÁNGELO PATRICIO			0250259660															
		IÑAMAGUA TAÍPE JESSICA ALEXANDRA			0605451020															
		MONTERO ALBÁN			0201866100															
						SUBLÍNEA: GESTIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS														
																		Materiales de Oficina	541,00	
									Materiales Didácticos	142,50										



Nº	TÍTULO PROYECTO	LÍNEA, SUBLÍNEA Y PROGRAMA	COORDINADOR PRINCIPAL	COORDINADOR SUBROGANTE	ESTUDIANTE	CÉDULA	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	PRESUPUESTO UEB		PRESUPUESTO TO EXTERNO \$ USD
									Partida	Mont o \$ USD	
					SEBASTIÁN STUAR						
					MUGUICHA TUALOMBO ALEXANDRA GEOMAYRA	0250006384					
					POSIGUA FLORENCIA ALEXANDER VALENTÍN	1207079813					
					QUINTUÑA CALUÑA MAGALY GUADALUPE RECTO	1804505871				105,00	
					DELGADO BYRON JESÚS RODRÍGUEZ	0932570898					
					AROCA BRYAN MIGUEL TIPAN	0202118501					
					QUILUMBA ADRIANA CECIBEL	0805310349					
					TORRES PADILLA MELISSA JOHANA VALLEJO	1725654923					
					CHIMBOLEM A YADIRA YOLANDA VILLACIS GUATO FRANCISCO XAVIER	0250040417					788,50
									TOTAL		

PROGRAMA:  
DIFUSIÓN DEL  
CONOCIMIENTO  
AMBIENTAL PARA  
LA  
CLASIFICACIÓN,  
MANEJO Y  
VALORIZACIÓN  
DE RESIDUOS  
GENERADOS EN  
LA PROVINCIA  
BOLÍVAR.



Nº	TITULO PROYECTO	LÍNEA, SUBLÍNEA Y PROGRAMA	COORDINADOR PRINCIPAL	COORDINADOR OR SUBROGANTE	ESTUDIANTE	CÉDULA	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	PRESUPUESTO UEB		PRESUPUESTO EXTERNO \$ USD
									Partida	Mont o \$ USD	
32	IDENTIFICACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL, OCASIONADO POR EL EMPLEO DE UN ESQUEMA EFICIENTE DE GESTIÓN DE RESIDUOS EN ZONAS URBANAS Y RURALES	LÍNEA: DESARROLLO HUMANO	Dr. HEBERT MOLERO Y Soc. SHEILA JANET RANGEL GÓMEZ	LIC. PABLO GONZÁLEZ LEÓN	YÁNEZ GARCÍA DANIELA ANABEL	0202124665	05/10/2020	01/03/2021	Materiales de Oficina	541,00	0
		BALSECA SISALEMA YULISSA CECIBEL			0250360955						
		BARRAGÁN OCAMPO JIMENA GRACIELA			0202331559						
		BARRAGÁN CAJO VANESA LIZBETH			0250190162						
		BURBANO MARTINEZ KATHERINE CAROLINA			1718789421						
		CAPUS PENDOLEMA LOURDES MARGOTH			0202119202						
		ESTRADA DUARTE WENDY STEFANIA			1207014703						
		JIMÉNEZ CAMPOVERDE LESLY PAOLA			0202597621						
		LEÓN GRANDA CRISTIAN SEBASTIÁN			1718363557						
		MARTINEZ LANDAZURI			1004594188						
	SUBLÍNEA: GESTIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS										
	PROGRAMA: DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO AMBIENTAL PARA LA CLASIFICACIÓN,										
									Materiales Didácticos	142,50	
									Servicios e Impresiones	105,00	



### **Objetivo Específico 1**

**Realizar un estudio de mercado para identificar el conocimiento ambiental para la clasificación, manejo y valorización de residuos.**

#### **Actividad 1.1**

**Recolección de información sobre el grado de conocimiento de los residuos que se generan en zonas rurales y urbanas de la Provincia Bolívar.**

Mediante la encuesta realizada a través de Google drive, misma que se inició el 4 de febrero del presente año, en la cual se determinó que existe un alto grado de conocimiento por parte de las personas sobre los residuos y su reutilización en productos ya consumidos en el cantón Guaranda, para ello se realizó una encuesta piloto a 15 personas, en la cual se puede plasmar que el 73,3% conoce acerca de los residuos y el 26,7% no tiene el conocimiento sobre el mismo.

Dentro de esta encuesta también se recolectó información acerca de los productos que se recicla con más frecuencia, si las personas ponen en práctica la reutilización de residuos y la importancia que tenía hacer dicha acción, para evitar la contaminación ambiental; en la cual también se pudo destacar que si existe un compromiso de varias personas hacia la reutilización de residuos, el cual también será de gran ayuda para el mejoramiento del medio ambiente.

#### **Actividad 1.2**

**Establecimiento de un análisis del perfil del consumidor en cuanto al conocimiento del manejo de residuos.**

Gracias a los resultados de la encuesta se considera que amas de casa y estudiantes establecen el perfil del consumidor, que realizan actividades de reciclaje el cuál se analizó de acuerdo a aquellas características que describen al cliente ideal para esta investigación, teniendo en cuenta el análisis de las siguientes variables:

- **Geográficas:** En la Provincia Bolívar el 73,3% de la población si tiene conocimiento de los residuos por el contrario el 26,7% desconoce acerca de estas prácticas.
- **Demográficas:** De acuerdo a las encuestas realizadas la mayor parte que realizan estas actividades son personas entre un rango de 30 y 50 años, los cuales realizan actividades de reciclaje, influyendo en su entorno familiar y social
- **Psicográficas:** La falta de concientización de las personas al momento de poner en práctica la reutilización de residuos con un 13,3% de la información obtenida permite entender que, la falta de ética y responsabilidad social influye en gran parte para que los ciudadanos realicen esta actividad. La cultura y la sociedad publicitaria ha influido de manera positiva para que los consumidores optan por un 43% elegir las botellas plásticas como un punto referente de reutilización de residuos.
- **Relación consumidora:** Este proyecto favorecerá a la localidad ya que el 20% considera importante la reutilización de residuos para la mejora del medio ambiente, generando concientización social en la población bolivarense.

**Tabla 1:** Perfil del consumidor

Variables	Perfil
<b>Variable Geográfica</b>	Provincia Bolívar, cantón Guaranda zona urbana.
<b>Variables Demográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amas de casa y estudiantes</li> <li>• Edad: 17-50 años</li> <li>• Género: Hombres-Mujeres</li> <li>• Ciclo de vida: Juventud y Adultez</li> <li>• Ocupación: Profesionista, Estudiante, Comerciante, Amas de casa.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel educativo: Universitarios, estudios primarios y sin estudios.</li> </ul>
<b>Variables Psicográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clase social: Media y Baja</li> <li>• Personalidad: Sentimental introvertido, creativos, ambientalista.</li> <li>• Actitudes: Positiva, pasiva y proactiva</li> <li>• Estilos de vida: Progresistas, conservadoras y resignados.</li> </ul>
<b>Relación Consumidor</b>	Reutilización de residuos para la mejora del medio ambiente.

Características: perfil del consumidor en cuanto al manejo de residuos.

**Fuente:** Equipo Investigador

### Actividad 1.3

**Proposición de una estrategia para la concientización de la población con respecto al manejo adecuado de los desechos y residuos en la ciudad de Guaranda.**

Estrategia de Marketing Digital

Lograr un adecuado posicionamiento orgánico en buscadores, en donde a través de la utilización de palabras clave los ciudadanos puedan compartir contenido relacionado al reciclaje y correcto manejo de residuos.



Tabla 2: Matriz Estrategia y Acción

<b>Nombre Estrategia</b>	Relaciones Públicas Digitales
<b>Objetivo</b>	Difundir estrategias de labor social a través de estrategias de marketing social.
<b>Descripción</b>	Comunicación estratégica mediante la difusión de información adecuada del reciclaje y manejo de residuos.
<b>Acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión de material fotográfico y videos</li> <li>• Plataformas como: directorios web y redes sociales.</li> </ul>
<b>Costo</b>	\$300 (estimado)

Tabla explicativa de acciones a ejecutar

**Fuente:** Equipo Investigativo

**OBJETIVO # 2:**

**ELABORARÁ UN DIAGNÓSTICO GENERAL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE RESIDUOS GENERADOS EN ZONAS RURALES Y URBANAS DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR**

**ACTIVIDAD 2.1**

**Realización de un análisis situacional que permita determinar el nivel de aceptación de productos de residuos generados en la zona**

La contaminación del medio ambiente se ve influenciada la mayoría de veces por los desechos que se encuentran en lugares públicos como veredas, parques, calles entre otros. Para tener un concepto más claro y amplio sobre la basura (Arriols, 2019) menciona que: "Residuos producidos por la actividad humana que no son gestionados de forma correcta para que se reincorporen en el medio ambiente o en otras actividades humanas." Con este concepto se puede decir que el mal manejo de la basura provoca una contaminación al medio ambiente, por ende, sus efectos son más de vistos en todo el mundo como; contaminación del aire, gases, desgaste de la capa de ozono, degradación del ecosistema, paisajes, seres vivos.

Es por eso que la correcta clasificación de los residuos orgánicos e inorgánicos aportan a una solución para dejar de contaminar el lugar donde vivimos todos los seres humanos.

Dentro del Cantón Guaranda capital de la provincia de Bolívar, es importante concientizar a las personas, sobre este tema tan relevante dentro de estos tiempos. Dentro de la página del Municipio de Guaranda existe un apartado sobre el Medio Ambiente, el cual no está disponible, queriendo decir que no existe información pública del cantón.

Es por este motivo que se prosiguió a investigar en fuentes externas que tengan este tipo de información.

Según (Gavilanez, 2013) En una investigación realizada por la Universidad Estatal de Bolívar donde mencionó que "En el presente trabajo se ha evidenciado la falta de un tratamiento adecuado a

los desechos sólidos que genera la ciudad por el Gobierno Municipal del cantón Guaranda, vulnerando así la Garantía Constitucional del buen vivir y del ambiente”

Es decir que después de varias encuestas y tabulaciones se llegó a la conclusión que le Municipio encargado de la recolección de basura no realiza un adecuado trato de desechos, por ende, como antecedentes se tiene la clausura del botadero Curgua, por el Ministerio del Ambiente. Ya que Guaranda al no disponer de los instrumentos necesarios no ha podido realizar un correcto tratamiento del mismo.

En el año 2018 en un proyecto realizado por la Universidad Estatal de Bolívar demuestran que la contaminación y la mala distribución de desechos dentro del Cantón Guaranda en el botadero de Curgua causa muchos impactos negativos.

Según (Quiroz, 2018) los impactos ambientales más importantes que se ha podido ver dentro de la investigación es: “Aire, suelo, agua, flora, fauna, paisaje, humano y economía”

Estos son los efectos más importantes que pudieron encontrar dentro de la investigación.

En donde además mencionan dentro de sus antecedentes que este botadero ha sido utilizado por mucho tiempo atrás donde se divisa “El material es heterogéneo basura -orgánica e inorgánica-, suelos y escombros, su origen es diverso, con poca o ninguna clasificación, y con eventual compactación del material.”

Queriendo decir que desde el 2013 hasta el 2018 ha tenido el mismo resultado, sus residuos no han sido clasificados y por ende no se ha generado un sistema de conciencia a la población del cantón.

Esto de la misma forma ha causado muchas repercusiones a los moradores, del sector incluso al paisaje que se muestra en la vía, es muy deplorable.

El reciclaje no ha sido uno de los puntos fuertes dentro de la población ya que, sin embargo, la gente no ha optado por esta opción. Cabe mencionar que dentro del Ecuador existen veinte mil recicladores según la base IRR en el 2015.

El municipio de Guaranda no tiene información precisa.

## ACTIVIDAD 2.2

### Determinación del nivel de comercialización de productos de residuos generados en zonas rurales y urbanas.

Mediante la realización de un análisis investigativo tanto en zonas rurales y urbanas dentro de la ciudad de Guaranda Provincia de Bolívar se pudo conocer el nivel de **aceptación, comercialización y consumo** de los productos de residuos sólidos que son reciclados después de su vida útil en diferentes tipos de productos con la finalidad de evitar contaminación y mejora la calidad de vida, en cada uno de los ciudadanos como el cuidado y recuperación de la capa de ozono y también al medio ambiente, que a su vez son definidos como desechos peligrosos y no peligrosos, para la utilización de estos productos reciclados se da en diferentes actividades como puede ser industriales, comerciales, domésticas, servicios o institucionales que carecen de utilidad para su consumo.

Dentro de la Ciudad de Guaranda no existe la comercialización para estos tipos productos, por lo tanto, si existe la aceptación y el consumo de estos productos por parte de los ciudadanos y como también hacen de su utilidad tanto en los diferentes locales de ocio, comerciales e instituciones públicas y privadas, que buscan dar nueva una imagen crear un impacto visual o un nuevo ambiente creativo y relajado para los clientes, mediante el uso de estos productos se busca impulsar su consumo.

Para realizar la compra de estos productos reciclados les resulta menos costoso, su vida útil es buena y la reparación es menos costosa, en el mercado del reciclaje existe diferentes tipos de productos que son adquiridos desde otras ciudades como Ambato, Riobamba, Quito, Babahoyo, Durán y Guayaquil que llegan directamente al consumidor final en la ciudad de Guaranda, estos productos se dan a conocer a través de la publicidad o por conocimiento propio ya que pocas personas conocen de esta comercialización.

Tras a ver realizado investigaciones se da a entender que existe pocas personas naturales y de voluntad propia que se dedican a recolectar residuos sólidos en la zona urbana y rural de la ciudad de Guaranda para luego ser vendidos en las recicladoras como el "Avión" y el "Recitado" su creación fue entre los años 2012 y 2013 que se encuentran ubicadas al salir de la ciudad de Guaranda vía a Chimbo, la recolección de los productos reciclados les genera un ingreso para sus familia y un apoyo al cuidado del medio ambiente, por otra parte el Municipio de Guaranda y la Prefectura de Bolívar no han dado iniciativa y lo mantienen en el olvido a la campaña de reciclaje y al consumo de los productos reciclados.

Recicladora el "AVIÓN"	Recicladora "RECITODO"
Botellas de plástico, menos las que contienen grasa.	Botellas de plástico, menos las que contienen grasa.
Cartón.	Cobre, aluminio y bronce.
Chatarra.	Cartón.
Caucho y Plástico.	Chatarra.
Botellas de vidrio.	Caucho y Plástico.

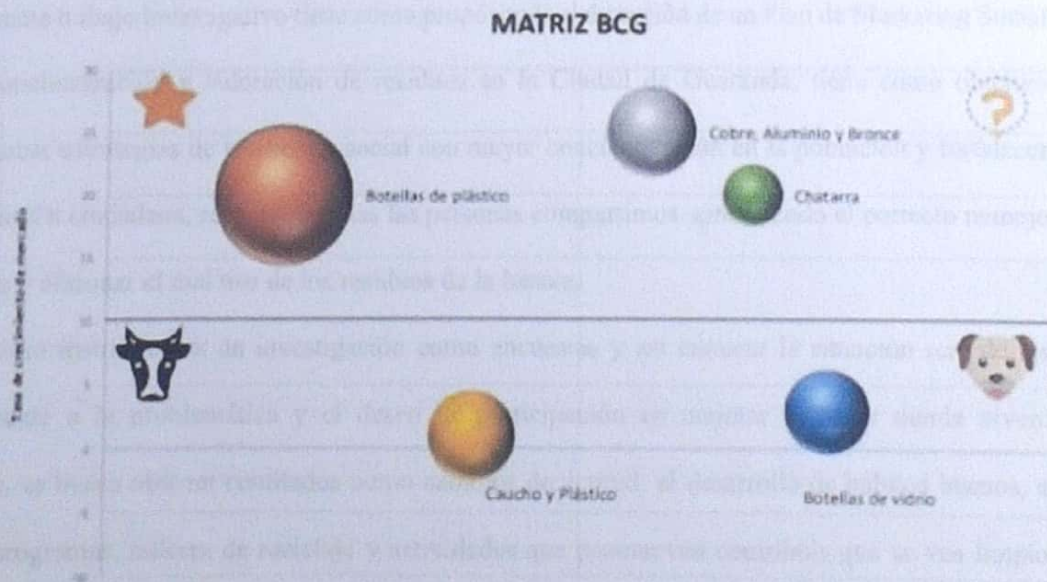
Existen diferentes artesanías en productos reciclados y pintados a mano o máquinas

• Las cajas de plástico para almacenaje.	• Tanques en base de muebles.
• Floreros de lata.	• Muebles de palets.
• Libros como piezas de arte.	• Paredes de palets.
• Libreros de cartón.	• Botellas de vidrio, piedras, tagua.

**ACTIVIDAD 2.3.**

Diseño de una matriz estratégica para medir el nivel de posicionamiento de los diferentes productos que se comercializan.

MATRIZ BCG	
PRODUCTOS	TIPOS DE PRODUCTOS
Botellas de plástico	Estrella
Botellas de vidrio	Perro
Cobre, Aluminio y Bronce	Interrogante
Caucho y Plástico	Vaca
Chatarra	Interrogante



## ANÁLISIS

En base a la matriz BCG se puede apreciar que el producto estrella son las botellas de plástico por la alta participación en el mercado y por su alto crecimiento. Por ende, hay que enfocarse en los productos o materiales los cuales el índice de consumo, compra o adquisición son elevados como materiales de plástico y cauchos los cuales son desechados con mayor frecuencia por el desgaste y uso de este.

### **Objetivo Especifico # 3:**

**Disñar una propuesta que contribuya a la solución del problema de investigación planteado, utilizando como instrumento un plan de marketing social para promover la reutilización de residuos generados.**

**Tema:** Plan de Marketing Social para la Concientización y valoración de residuos en la Ciudad de Guaranda.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como propósito la elaboración de un Plan de Marketing Social para la Concientización y valoración de residuos en la Ciudad de Guaranda, tiene como objetivo principal crear estrategias de marketing social con mayor concientización en la población y fortalecer la participación ciudadana, respecto a todas las personas compartimos aprendiendo el correcto manejo de residuos y eliminar el mal uso de los residuos de la basura.

Se aplicará instrumentos de investigación como encuestas y así conocer la situación real de las familias frente a la problemática y el deseo de participación en mejorar el lugar donde viven. Finalmente, se busca obtener resultados como cambios de actitud, el desarrollo de hábitos buenos, a través de programas, talleres de reciclaje y actividades que promuevan contribuir que se vea limpio nuestra provincia de bolívar cambiar el chip de la ciudadanía compartiendo responsabilidades.

una campaña de marketing social que refleja el planteamiento sobre el cual esta campaña se llevará a cabo, para iniciar la propuesta en la cual se evaluar a diferentes proyectos ya realizados para un análisis exhaustivo y las diferentes teorías en torno al reciclaje, realizando un análisis del entorno en el cual el mercado del reciclaje se desenvuelve y los posibles factores externos que pueden afectar, así como las diferentes estrategias para contrarrestarlos, sirviéndonos de una investigación de mercados la cual será una herramienta de toma de decisiones, para saber de qué manera y a quien enfocarnos, en donde se obtendría el mayor interés en base a los resultados de esta investigación. Finalmente realizar una campaña en la cual se tenga una comunicación eficaz con las personas involucradas, realizando .

### **JUSTIFICACIÓN**

Se plantea diseñar una campaña de marketing social, para que se genere un lazo más fuerte entre la comunidad y la empresa privada, ya que uno de los retos más grandes en el Ecuador, es plantear que la empresa privada aporte beneficios no solo a sus clientes sino también a la comunidad. Para nuestro estudio el horizonte a beneficiar es el Cantón Guaranda ya que es un segmento virgen por descubrir a lo que en áreas del reciclaje se refiere

En la actualidad existen pocos trabajos académicos que se relacionen con el marketing social y sobre la aplicación adecuada de sistemas de gestión de desechos en la Ciudad en donde es necesario mejorar la imagen de nuestra linda ciudad, comunidad, debido a que a dicho lugar llegan visitantes de todas las provincias, por encontrarse una zona estratégica. Este tema de investigación tiene por objeto influir en el comportamiento de las personas, con el fin de mejorar el bienestar de la sociedad, implementando un correcto uso de reciclaje de los desechos.

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivo General**

Realizar un análisis del marketing social sobre el conocimiento de la reutilización de residuos generados en la Ciudad de Guaranda para el mejoramiento ambiental y ecológico.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar el marketing social como estrategia en la investigación de residuos generados en la Ciudad de Guaranda



- Investigar qué tipo de desechos genera en mayor cantidad la Ciudad de Guaranda.
- Establecer un plan de marketing social para mejorar la concientización de reciclaje de los desechos.

#### **Análisis de la situación actual del problema social**

En Guaranda, la falta de financiamiento para proyectos relacionados con la gestión de desechos ha causado una carencia de infraestructura y de servicios eficientes para el manejo de los desechos sólidos, los mismos que han causado que las recolecciones de basura sean deficientes en cuanto a la recolección y a la disposición final de estos residuos. Según el último informe de 26 de mayo de 2013 de la Unidad Técnica del Ambiente de Municipio de Guaranda, el 80% de aguas negras y grises que se generan en Guaranda van a terminar en el río del mismo nombre. Segundo son las aguas residuales de la ciudad, el mismo que está compuesto por las aguas servidas que desembocan directamente sin tratamiento alguno al Río Guaranda ya que los senderos de los ríos han servido como lugares de botaderos de basura en donde no existe un verdadero control y una planificación estratégica sobre la ubicación de los botaderos de basura que han generado contaminación ambiental y perjudican directamente a la población que vive a orillas del Río Guaranda.

#### **Definición de los elementos clave del plan de marketing social**

**CAUSA:** Concientizar a la población de la Ciudad de Guaranda de los beneficios y ventaja que ofrecen los residuos y su reutilización.

**SUJETOS DE CAMBIO:** Para la realización de este proyecto es necesaria la colaboración de la población de la Ciudad de Guaranda que están directamente implicados en el problema.

Entre los sujetos de cambio destacamos:

Las familias, amas de casa

Personas que realizan compras en las diferentes tiendas de la Ciudad

Estudiantes docentes y empresas

#### **ADOPTANTES OBJETIVO:**

En la investigación, mediante la aplicación del plan de Marketing Social, se puede deducir que este proyecto se tiene que dirigir a varios grupos de adoptantes objetivo y que cada uno de ellos tiene diferentes pensamientos, actitudes y valores. Es por esta razón que es necesario diseñar programas en

función de las necesidades de los mismos. Para un mejor resultado, se ha dividido en función de las distintas características sociodemográficas y perfiles psicológicos. El conocimiento de los adoptantes objetivo.

**CANALES:** de Manera directa a través de social Media, Radio, ya que estos son los que más influencia tienen en el comportamiento de la población y lograr acoger a toda la persona de la Ciudad de Guaranda para de este modo cambiar la cultura y valores que poseen acerca del reciclaje de residuos y como poder reutilizarlos y adoptarlos con otros usos.

**ESTRATEGIAS DE CAMBIO:**

**Las estrategias que se usara para el cambio de conducta social son:**

- Aprovechando las redes Sociales para difundir las campañas orientadas al reciclaje.
- Realizar una campaña informativa para la sociedad mediante la utilización del Neuromarketing.
- Realizar anuncios del impacto ambiental de la reutilización de los residuos.
- Mejorando el compartimento de la población y la predisposición para realizar actividades de reciclaje que beneficien a la sociedad.
- Incrementando el mercado de reciclaje a nivel local, mejorando la cultura de reciclaje.

**Identificación de oportunidades y retos**

**Matriz FODA**

**Identificación de oportunidades y retos**

Fortaleza	Oportunidades
F1. Aglomeración de gran cantidad de compradores	O.1 Realizar campañas publicitarias orientadas al reciclaje
F2. Diversidad de productos	O2. El reciclaje es rentable
F3. Predisposición por parte de los socios para realizar actividades que beneficien al mercado	O3. La separación de desechos es una oportunidad de aumentar las plazas de trabajo en la ciudad de Guaranda.

Debilidades	Amenaza
D1. Ausencia de planes de gestión de desechos sólidos	A1. Diferentes cambios de comportamiento de los consumidores.
D2. Falta de cultura de reciclaje	A2. No respetan el control del medio ambiente.
D3. Carencia de lugares para depositar los desechos clasificados	A3. Lugares de reciclaje a nivel regional.
D4. Alto índice de desechos sólidos	A4. No existe regulación de precios en el mercado, el precio lo imponen las empresas recicladoras.
D5. Falta de recursos para la capacitación a los socios con relación a la gestión de desechos sólidos.	A5. Reciclaje mediante intermediarios no representa una rentabilidad.

**Medios de comunicación:**

<b>Tabla 01: Programa de plan de Marketing Social</b>	
Grupo	Pobladores de la Ciudad de Guaranda
Objetivo	
Métodos e Instrumentos de campaña	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación a través de talleres de reutilización de residuos.</li> <li>• Banners, trípticos educativos, videos, volantes, camisetas,</li> <li>• Manejo correcto de los Desechos Sólidos mediante las 3 R</li> <li>• Difundir información sobre el tipo de materiales a separar y como reusarlos.</li> <li>• Establecer un sistema de recolección separada, en los cuales habrá de recogerse los materiales por categorías, Centros de Acopio: Instalación de varios contenedores en un punto de recolección designado.</li> </ul>

Elaborado por: Equipo Técnico

**El mensaje de la comunicación**

El mensaje es de gran importancia para el éxito y el fracaso de las campañas de Marketing Social dependen en gran medida de la precisión, la perspectiva y de su definición al momento de presentarlos

al grupo objetivo.

Es una campaña que pretende incentivar la participación de las personas a concientizar sobre el uso y reutilización de los residuos generados por los pobladores de la Ciudad de Guaranda. La contribución, que hará que el público tenga una nueva idea respecto a su rol y como adquieren un aspecto más ciudadano y de responsabilidad ambiental.

Consideraremos los distintos elementos habituales para un mensaje eficaz, que son: El contenido eficiente, los beneficiarios, el consenso y la notoriedad.

**Tabla:** Mensaje de comunicación

Contenido	Te invitamos a que apliques la concientización de los residuos generados por la Ciudad de Guaranda
Beneficiarios	Pobladores de la Ciudad de Guaranda
Consenso	La ausencia de una comunicación eficiente sobre el correcto manejo de desechos generados por los pobladores de la Ciudad de Guaranda y el mal aspecto que provoca a los transeúntes en la vía Chimbo Guaranda.
Notoriedad	Concientizar sobre el buen manejo de desechos para mejorar la imagen y evita problemas de salud y daños ambientales en un futuro de los pobladores de la Ciudad de Guaranda

*Elaborado por: Equipo Técnico*

### **10.1. La estrategia de la comunicación**

Los elementos de la estrategia son los siguientes:

- El objetivo de la comunicación.
- La elección de soportes de comunicación.
- Definición de la imagen gráfica.
- Análisis de la ubicación de la publicidad

### **10.2 Los medios de comunicación**

Se utiliza medios de comunicación como redes Sociales , Radio televisión ya que estos son capaces de concienciar a las personas con respecto a la concientización de los desechos generados en la Ciudad de Guaranda, mediante el uso de determinadas herramientas, tanto de comunicación interna, como externa y con canales comunes para generar impacto en la sociedad para poder tener un futuro mejor y libre de enfermedades ocasionadas por la contaminación al no realizar el respectivo manejo de residuos.

**Presupuestos y sistemas de control.**

Actividad	Presupuesto
Utilización de las redes sociales para difundir las campañas orientadas al reciclaje.	60 \$
Campañas informativas para la sociedad mediante la utilización del Neuromarketing.	400 \$
Realizar anuncios del impacto ambiental de la reutilización de los residuos	300 \$
Capacitación a través de talleres de reutilización de residuos.	300 \$
Banners, trípticos educativos, videos, volantes, camisetas, vallas publicitarias.	700 \$
Manejo correcto de los Desechos Sólidos mediante las 3 R	350 \$
Difundir información sobre el tipo de materiales a separar y cómo reutisarlos.	700 \$
Establecer un sistema de recolección separada, en los cuales habrá de recogerse los materiales por categorías, Centros de Acopio	850\$
<b>TOTAL, DE GASTO</b>	<b>3,660\$</b>

Elaborado por: Equipo Técnico

**Propuesta de Campaña de concientización**

Con el fin de crear interés y expectativa en la población se realizará una campaña de comunicación dentro de la cual se desarrollarán las siguientes actividades:

**Herramientas de comunicación**

**Imagen gráfica de la campaña**

**Trípticos , Banner** Se colocarán banners en las entradas de puntos estratégicos generando expectativa de los tachos hechos de material reciclado para la colocación de los desechos.

**Volantes informativos :** Las personas de cada negocio serán los encargados de entregar los volantes a sus clientes, en los que constaran los materiales que se van a reciclar, y el fin social que persigue el proyecto.

#### **Camisetas con la imagen de la campaña**

**Tachos:** Se invitará a la prensa a ser partícipes de la inauguración del plan de marketing social, de modo que las personas sean informadas sobre el proyecto que se está llevando a cabo el en la Ciudad de Guaranda y a la vez colaboren con el proyecto. Cabe recalcar que todo el material que se entregue en la campaña de comunicación es reciclable. Informativa y comunicativa Una vez que ya se han consolidado tanto los lugares en los que se van a ubicar los tachos hechos con material reciclado se lanzará una campaña agresiva de información a través de redes sociales.

#### **CONCLUSIONES**

- Al realizar la investigación se fue descubriendo que los residuos que más genera la población de la Ciudad de Guaranda es el plástico ya que la mayoría de productos tienen sus envases y envolturas del mismo.
- Mediante la investigación realizada encontramos la existencia de mucha contaminación al medio ambiente y daño a la sociedad que causa los residuos en la Ciudad de Guaranda.
- El plan de Marketing da una visión optima de cómo llegar a la sociedad y los métodos a usar para así concientizar sobre el daño que se realiza al no separar los desechos en la Ciudad de Guaranda.

#### **RECOMENDACIONES**

- Implementar el plan de Marketing para realizar la concientización a la sociedad que conforma la Ciudad de Guaranda.
- Utilizar las campañas publicitarias conjuntamente con el neuromarketing para así poder cambiar el comportamiento de la sociedad al momento de adquirir algún producto contaminante.
- Implementar clasificadores de residuos para mejorar el manejo de desechos para así proceder al reciclaje y reutilización de las envolturas.

**Objetivo específico #4**

**Determinar la factibilidad de una campaña de Marketing Verde en la Ciudad de Guaranda.**

**Green Day**

Importancia. Hacer conciencia del deterioro ambiental, a través de campañas informativas sobre el peligro que causa la contaminación del medio ambiente e incentivar la participación de los ciudadanos de la ciudad de Guaranda

Importancia. Hacer conciencia del daño causado al medio ambiente. Difundir la "Política de No a la contaminación ambiental"

Compartir: parte de las estrategias de Marketing Directo. El propósito es fortalecer la etapa 1 para difundir el mensaje, que no quede tan solo en la persona que lo escuchó, sino que lo comparta con su entorno.

Realización de pautas de concienciación ecológica, usando los medios de comunicación de la ciudad de Guaranda y redes sociales

Importancia. Recordar la información adquirida de cuidado medio ambiental, utilizando las redes sociales tales como Instagram y Facebook, y los medios de comunicación de la ciudad de Guaranda a través de Guaranda TV, Radio 102.3 Universidad Estatal de Bolívar, Radio Turbo 93.9 FM

creación de puntos específicos en la ciudad de Guaranda para recolectar botellas y papel

Importancia. Ejecutar los conocimientos, recomendaciones y acciones impartidas de cuidado medio ambiental, a través de los puntos ecológicos de botellas y papeles dentro de la institución, incentivando especialmente a la recolección de cuadernos, hojas y/o libros que poseen para que sea procesado y/o remunerado.

Realización semestral de un día de reciclaje, con incentivo para el ganador.

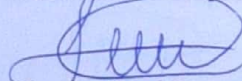
Guaranda, 10, de Noviembre, 2021

**Dr. Carlos Ribadeneira**  
**Vicerrector de Investigación y Vinculación**  
**Presente. -**

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le presento el listado de estudiantes que participan en el proyecto de vinculación titulado: **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**. Debido a que el coordinador principal el Lic. Hebert Morelo no finalizo dicho proyecto, asumo el cargo de este proyecto Como Coordinador Principal y doy fe de que dichos estudiantes están cumpliendo con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, hasta el momento hemos cumplido con **88** horas, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

Nº	Apellidos y Nombres	Cédula	Teléfono
1	Aizaga Lanchimba Stephany Daniela	1751286392	0992393060
2	Carvajal Chango Jonathan Ismael	0940438559	0996961926
3	Chasi Tualombo Carmen Ines	0250117603	0978904553
4	Garófalo Ronquillo Lissette Shirley	0202188801	0990337537
5	Gualli Casalombo Angelo Patricio	0250259660	0939519766
6	Iñamagua Taipe Jessica Alexandra	0605451020	0968979346
7	Muguicha Tualombo Alexandra Geomayra	0250006384	0986816616
8	Posligua Florencia Alexander Valentin	1207079813	0996423649
9	Recto Delgado Byron Jesús	0932570898	0967459006
10	Rodríguez Aroca Bryan Miguel	0202118501	0982876617
11	Tipán Quilumba Adriana Cecibel	0805310349	0981936724
12	Torres Padilla Melissa Johana	1725654923	0987168009
13	Vallejo chimbolema Yadira Yolanda	0250040417	0988768650
14	Villacis Guato Francisco Xavier	0504520875	0994121831
15	Yáñez García Daniela Anabel	0202124665	0967158512

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente



Profesor: Charles Paul Viscarra Armijos

Teléfono: 0991460644

Cédula: 020157296-3

Correo electrónico: chviscarra@ueb.edu.ec



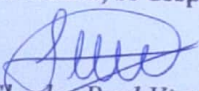
Guaranda, 10, de Noviembre, 2021

**Dr. Carlos Ribadeneira**  
Vicerrector de Investigación y Vinculación  
Presente. -

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le presenté el listado de estudiantes que participan en el proyecto de vinculación titulado: **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**. Debido a que el coordinador principal el Lic. Hebert Morelo no finalizo dicho proyecto, asumo el cargo de este proyecto Como Coordinador Principal y doy fe de que dichos estudiantes están cumpliendo con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, hasta el momento hemos cumplido con **160 horas**, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

N°	Apellidos y Nombres	Cédula	Teléfono
1	Aizaga Lanchimba Stephany Daniela	1751286392	0992393060
2	Carvajal Chango Jonathan Ismael	0940438559	0996961926
3	Chasi Tualombo Carmen Ines	0250117603	0978904553
4	Garófalo Ronquillo Lissette Shirley	0202188801	0990337537
5	Gualli Casalombo Angelo Patricio	0250259660	0939519766
6	Iñamagua Taipe Jessica Alexandra	0605451020	0968979346
7	Muguicha Tualombo Alexandra Geomayra	0250006384	0986816616
8	Posligua Florencia Alexander Valentin	1207079813	0996423649
9	Recto Delgado Byron Jesús	0932570898	0967459006
10	Rodríguez Aroca Bryan Miguel	0202118501	0982876617
11	Tipán Quilumba Adriana Cecibel	0805310349	0981936724
12	Torres Padilla Melissa Johana	1725654923	0987168009
13	Vallejo chimbolema Yadira Yolanda	0250040417	0988768650
14	Villacis Guato Francisco Xavier	0504520875	0994121831
15	Yáñez García Daniela Anabel	0202124665	0967158512

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente

  
Profesor: Charles Paul Viscarra Armijos  
Teléfono: 0991460644  
Cédula: 020157296-3  
Correo electrónico: chviscarra@ueb.edu.ec

*Guaranda, 28 de Agosto del 2021*

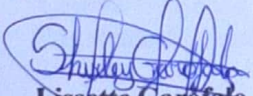
**Sra. Agustina Tenelema**

**Presidente de la comunidad Visote Nueva Esperanza**

*Presente. -*

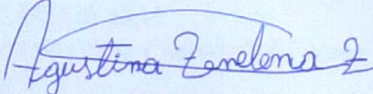
Reciba un atento y cordial saludo, por parte de la representante de los alumnos de Sexto ciclo de la Carrera Mercadotecnia, le solicito de la manera más comedida se nos permita ingresar a la **Comunidad Visote Nueva Esperanza** para dar a conocer y desarrollar el proyecto de vinculación con el título : “ **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**” .

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, me despido de Atentamente



**Lissette Garófalo**

Presidente de Vinculación



**SRA. Agustina Tenelema**

Representante de la Comunidad Visote Nueva

*Esperanza*

Guaranda, 27 de Agosto del 2021

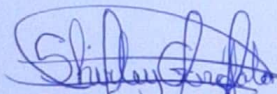
**Sr. Carlos Rea**

**Presidente de la comunidad Tagma San José**

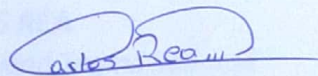
*Presente. -*

Reciba un atento y cordial saludo, por parte de la representante de los alumnos de Sexto ciclo de la Carrera Mercadotecnia, le solicito de la manera más comedida se nos permita ingresar a la **Comunidad Tagma San José** para dar a conocer y desarrollar el proyecto de vinculación con el título : “ **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**” .

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, me despido de Atentamente



**Lissette Garófalo**  
Presidente de Vinculación



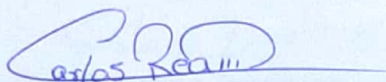
**SR. CARLOS REA**  
Representante de la Comunidad Tagma  
San José

*Guaranda, 2 de septiembre del 2021*

**Dr. Carlos Rivadeneira**  
Vicerrector de Investigación y Vinculación de la UEB  
**Presente. -**

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le informo que yo/nosotros como representante(s) de la **Comunidad Tagma San José** hemos revisado y estamos de acuerdo y conformes con el informe presentado del proyecto titulado: " **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**" e informamos que los estudiantes participantes desarrollaron su trabajo de acuerdo a lo anticipado .

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente



**SR. CARLOS REA**

*Representante de la Comunidad Tagma San José*

Teléfono: 0999300464

Cedula: 0201720166

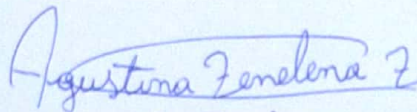
Correo electrónico: carlosandesman@hotmail.com

*Guaranda, 2 de septiembre del 2021*

**Dr. Carlos Rivadeneira**  
**Vicerrector de Investigación y Vinculación de la UEB**  
**Presente. -**

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le informo que yo/nosotros como representante(s) de la **Comunidad Visote Nueva Esperanza** hemos revisado y estamos de acuerdo y conformes con el informe presentado del proyecto titulado: " **Uso de la Mercadotecnia como herramienta para lograr el éxito de una campaña de concientización ambiental específicamente en el manejo de desechos sólidos en la ciudad de Guaranda**" e informamos que los estudiantes participantes desarrollaron su trabajo de acuerdo a lo anticipado .

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente



**SRA. Agustina Tenelema**

*Representante de la Comunidad Visote Nueva Esperanza*

Teléfono: 0986816616

Cedula:

Correo electrónico: