



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,
Administrativa y Comercial**

Carrera

Tecnología en Marketing

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Plan de marketing para la reutilización de desechos orgánicos de los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil.”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Marketing

Autores:

Bustamante Zambrano María José

Naula Lema Ángel David

Tutora:

Lcda. María José Menéndez Ledesma

Guayaquil - Ecuador

2018

Dedicatoria

Quiero dedicar este logro personal a mi amado esposo Ángel, dado a que el apoyo de nuestras parejas sentimentales en este tipo de procesos académicos es trascendental, nos brinda seguridad y nos infunde fortaleza para culminar satisfactoriamente lo que un día empecé. Además, deseo dedicar este gran paso en mi vida a mi hermosa hija, como padres siempre anhelamos ser el ejemplo en sus vidas y este motivo fue la razón primordial para haber iniciado y al mismo tiempo decir con mucha satisfacción lo he logrado.

María José Bustamante Zambrano

Dedicatoria

Deseo dedicar la obtención de este objetivo en mi vida principalmente a las dos mujeres que más amo: a mi bella esposa María José y a mi encantadora hija, se convirtieron en mi inspiración, en mi fuerza, en mi razón, en mis ganas de continuar y en mi apoyo principal.

Ángel David Naula Lema

Agradecimiento

En primera instancia quiero agradecer a mi familia en general pero de manera más específica deseo darle mi más profundo agradecimiento a mi madre, a mi hermana y a mi esposa ya que estuvieron presentes en los instantes más dificultosos de mi vida. También deseo agradecer a las autoridades y a los colaboradores del Instituto Tecnológico de Formación, trabajan día a día arduamente para brindar un servicio de calidad. La Licenciada María José Menéndez Ledesma es coparticipante de este logro, su carisma y sus conocimientos hicieron que este proyecto se pudiera llevar a cabo, agradezco infinitamente su contribución. Finalmente deseo agradecer al Doctor en Ciencias de la Educación Josué Bonilla Tenesaca, sin conocerme a profundidad creyó en mí y me dio la oportunidad de colaborar en su proyecto Buckingham English Center para luego pasar a ser parte del Instituto Tecnológico de Formación, ese fue el punta pie inicial para empezar mi educación superior que hoy culmina con la presentación de este proyecto.

Ángel David Naula Lema

Agradecimiento

Principalmente quiero agradecer a Dios ya que como dice en su Santa palabra “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece” él es el benefactor de esta gran bendición en mi vida. Luego deseo expresar mis agradecimientos a mi familia, debido a que es la primera escuela de formación y puedo decir con certeza que tengo una maravillosa. Por ultimo pero no menos importante agradezco el profesionalismo que mostró la Licenciada María José Menéndez Ledesma en la construcción de este proyecto, su conocimiento y la forma como lo transmite, permite que todo sea menos complejo.

María José Bustamante Zambrano

Índice General

Contenido

1.- Resumen.....	1
2.- Introducción.	2
3. Justificación.....	3
4. Objetivo.	6
5. Fundamentación.	7
5.1. Marco Histórico.....	7
5.2. Marco Jurídico.	14
Derechos del buen vivir	14
Derechos de la naturaleza.....	15
REGIMEN DEL BUEN VIVIR.....	15
Biosfera, ecología urbana y energías alternativas.....	16
Plan Nacional de Desarrollo	17
5.3. Marco Teórico.	20
5.3.1. Plan de marketing.....	20
5.4. Marco Conceptual.	22
5.4.1 Plan de Marketing.....	22
5.4.2 Etapas del plan de marketing	22
5.4.3 Desechos Orgánicos	24
5.5 Mercado.....	26
5.6 Residuos Sólidos.....	27
5.6.1 Residuos Orgánicos	27
5.7 Reutilización	28
6. Criterios metodológicos.....	29
6.1 Tipos de estudios	29

6.2 Métodos principales que se utilizaron en la investigación.	30
6.2.1 Teórico.....	30
6.2.2 Empírico:	31
6.2.3 Método Estadístico	37
6.2.4 Enfoque	38
6.3 Técnicas de recopilación de datos y herramientas	39
Análisis de resultados.	41
7. Características y desarrollo de la propuesta	50
7.1 Título de la propuesta.....	50
7.2 Justificación de la propuesta	50
Análisis PEST.....	50
Análisis FODA	51
Modelo CAPA.....	53
7.3 Objetivo de la propuesta	55
7.4 Factibilidad de aplicación	56
Presupuesto.....	57
7.5 Descripción de la propuesta.....	58
7.6 Formas de seguimiento de la propuesta.....	70
7.7 Resultados esperados de la aplicación de la propuesta.....	72
8. Conclusiones.....	73
9 Anexos	74
10. Bibliografía	83

Índice de gráficos

Gráfico 1: Respuesta N° 1.....	41
Gráfico 2: Respuesta N°2.....	42
Gráfico 3: Respuesta N°3.....	43
Gráfico 4: Respuesta N°4.....	44
Gráfico 5: Respuesta N°5.....	45
Gráfico 6: Respuesta N°6.....	47

Índice de Tablas

Tabla 1: Tabla de Muestra	40
Tabla 2: Respuesta de la Pregunta N° 1	41
Tabla 3: Respuesta de la pregunta 2	42
Tabla 4: Respuesta de la pregunta 3	43
Tabla 5: Respuesta de la pregunta N°4	44
Tabla 6: Respuesta de la pregunta N°5	45
Tabla 7: Respuesta de la pregunta N°6	47
Tabla 8: Presupuesto de la propuesta	57
Tabla 9: Control mensual de desechos orgánicos	67
Tabla 10: Cronograma de Actividades	70

Índice de Imágenes

Imagen 1: Mercado Sur.....	10
Imagen 2: Mercado Central.....	12
Imagen 3: Mercado Municipal del Norte.....	13
Imagen 4: Técnica de Observación.....	32
Imagen 5: Desechos	32
Imagen 6: Desechos Mesclados	33
Imagen 7: Mal Higiene	33
Imagen 8: Mala Limpieza	34
Imagen 9: Mercado Municipal	34
Imagen 10: Charlas Informativas	59
Imagen 11: Alianzas Estratégicas	61
Imagen 12: Depósito de desechos orgánicos	62
Imagen 13: Plataforma de Facebook	64
Imagen 14: Plataforma web Instagram	65
Imagen 15: Afiche	66
Imagen 16: Brandeo Vehicular.....	68
Imagen 17: Medio Ambiente	69

Índice de Anexos

Anexos 1: Formato de Encuestas	74
Anexos 2: Formato de Entrevista	75
Anexos 3: Fórmula de la Muestra	76
Anexos 4: Redes Sociales	77
Anexos 5: Brandeo Vehicular.....	78
Anexos 6: Artes para las Redes Sociales	79
Anexos 7: Desechos Orgánicos en los mercados municipales.....	80

1.- Resumen.

Por muchos años se han buscado posibles soluciones para el problema más grande que el ser humano ha creado, la contaminación ambiental. Desde la reducción de uso de los combustibles fósiles, energías alternas, la construcción de medios de transporte amigables con el medio ambiente o incluso creando políticas en favor al ecosistema, buscando reducir el impacto en el mismo. El presente trabajo investigativo busca impulsar el reciclaje en los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil, en su primera fase busca educar en la parte académica a los participantes del proyecto mediante alianzas estratégicas porque se considera que es muy importante el conocimiento para que una actividad sea realizada con éxito. De la misma forma se busca mejorar la calidad de vida de los comerciantes implementado diferentes estrategias que de seguro cumplirán con el objetivo. La implementación del reciclaje en los mercados municipales permitirá que los desperdicios orgánicos generados en estos establecimientos tengan un mejor control al momento de realizar el acopio y así mismo podrán ser usados como abono en los cientos de parques y áreas verdes construidos por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y de este modo contribuir al crecimiento económico, social, cultural y sobre todo a la mejora del medio ambiente.

Palabras Claves: Mercados, Reutilización, Plan de Marketing, Desechos Orgánicos.

2.- Introducción.

Durante mucho tiempo el ser humano ha tratado de buscar la solución a uno de los grandes problemas que irónicamente, ha ido creando con el pasar del tiempo, como lo es la contaminación ambiental.

En las últimas tres décadas el ser humano ha consumido un tercio de los recursos del planeta, se lo está haciendo tan rápido que se pone en riesgo la permanencia o incluso la existencia del ser humano.

Actualmente los seres humanos se encuentran expuestos a múltiples efectos que produce la contaminación en general, encontrándose entre ellas, la contaminación del aire que es ocasionada por la quema de combustibles fósiles, que emiten a su vez dióxido de azufre y son generados por los medios de transporte, los agentes químicos de limpieza o de higiene corporal que vienen en aerosoles; contaminación del agua ocasionada por el irresponsable manejo de residuos que derivan de las grandes industrias y que en su gran mayoría contienen amianto, plomo, mercurio, nitratos, fosfatos, azufre, aceites, petroquímicos, entre otros. De la misma forma existe contaminación originada por desechos orgánicos, los mismos que se pueden evidenciar actualmente en los mercados municipales de la ciudad de Guayaquil, ocasionando con ello problemas adicionales tales como:

- Enfermedades en la piel, respiratorias, gastrointestinales entre otro.
- Contaminación cruzada.
- Plagas.
- Alimentos contaminados

Por tal motivo el presente trabajo investigativo parte de la necesidad de buscar una nueva opción para los desechos de los mercados del sector centro de la ciudad de Guayaquil, partiendo de un Plan de marketing para la reutilización de desechos orgánicos para dicho sector.

3. Justificación

Guayaquil cuenta con 42 mercados que son administrados por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, en estos espacios se puede encontrar la más rica gastronomía guayaquileña, artículos para el hogar, ropa, productos artesanales, productos cárnicos, lácteos, frutas, legumbres, entre otros. El proyecto va destinado a estos últimos dos productos; como lo son: las frutas y las legumbres.

Este tipo de establecimientos (mercados municipales) generan desperdicios que pueden ser reutilizados o convertidos en otro tipo de productos a beneficio de la ciudadanía. Por ejemplo un día normal de un comerciante de legumbres es ir al mercado mayorista “Monte Bello” ubicado en Cdla. Montebello, Km. 14 1/2 Vía a Daule, realiza sus compras al por mayor y luego se dirige al mercado municipal donde labora, luego realiza la limpieza de los productos antes de su exhibición y toda esa basura orgánica va a parar al contenedor que cada mercado tiene y es así como todos los comerciantes de los diferentes productos que se expenden manipulan los desperdicios sin saber que esos desechos orgánicos tienen un gran valor. Además, se mezclan todos los productos y no se aprovechan al 100%.

Por lo general los comerciantes que laboran en estos establecimientos no tienen la suficiente información acerca del reciclaje y de sus beneficios, ya que en su mayoría, existe el analfabetismo y dirigen sus negocios de manera empírica y esto conlleva a que de la misma forma se manipulen los desperdicios. Mediante campañas de concientización, mostrándoles los resultados del reciclaje y los beneficios ambientales que estos poseen, se desea cambiar lo antes mencionado. De esta forma se obtendrá menos basura en las calles, el ente encargado de la recolección de basura, que en este caso es Puerto Limpio, reducirá significativamente la logística que conlleva separar los desechos orgánicos de los inorgánicos.

La investigación desea ayudar a los comerciantes, los cuales deberán recolectar los desperdicios en recipientes de almacenamiento temporal de color verde en vista de que este color va acorde al residuo a almacenarse, (residuos

orgánicos) es necesario resaltar que se desea fomentar la separación y recolección selectiva, estos recipientes cumplen con la NORMA NTE INEN NTE 28.41 en donde habla acerca de la Estandarización de Colores para Recipientes de Deposito y Almacenamiento Temporal, luego pasaran a algún terreno que el Municipio designe para el proceso de realización del abono y esto a su vez podrá ser utilizado en las áreas verdes que ha construido o construirá el Municipio, reduciendo el presupuesto asignado a estas áreas.

Son 53 los principales parques y áreas verdes en la ciudad de Guayaquil. Para incentivar la cooperación de los comerciantes se planteara la idea de reducir en un 10% del pago mensual en su tasa de ocupación de puesto de mercados, los alimentos que estén en buen estado serán donados a la Iglesia San Agustín ubicada en Luis Urdaneta y Pedro Moncayo que noche a noche obsequia comida a personas, que en su mayoría están en situación de indigencia o con pocas posibilidades económicas.

El proyecto inicialmente se enfocará en los mercados:

- Mercado de artículos varios “4 Manzanas” ubicado en Huancavilca-6 de Marzo- Fco. Dávila-Pio Montufar.
- Mercado Central ubicado en Lorenzo de Garaicoa y 10 de Agosto.
- Mercado Municipal Norte ubicado en Baquerizo Moreno y Thomas Martínez.

Se escogió estos tres Mercados Municipales que se encuentran en el centro de Guayaquil y por la masiva afluencia de personas que concurren. Las condiciones para realizar las investigaciones serán un reto que los autores tomarán de manera profesional, ya que los establecimientos están abiertos la mayor parte del día, lastimosamente no se cuentan con datos específicos de la cantidad de desperdicio orgánico con la que se podría trabajar ya que como se mencionó anteriormente no existe un control del mismo, dialogar con los comerciantes e incentivarlos a realizar el reciclaje es otro reto al que se enfrentará, ya que deben tomar su tiempo de venta para reciclar el material orgánico, podría desatarse alguna bacteria que afectaría a la salud en general, el Municipio de Guayaquil se negaría a la aprobación del proyecto.

El principal objetivo del trabajo es la implementación del conocimiento de manera sistematizada en lo que se denomina “la conjunción de saberes” el mismo que permite aprovechar las disciplinas, la utilización del marketing es una de las principales disciplinas que se deben valer para la concienciación de los comerciantes con la finalidad de impulsarlos a separar los desperdicios y a su vez se puede abarcar conocimientos de botánica e instruirlos sobre los peligros del mal manejo de los desperdicios orgánicos y del beneficio que recibe el medio, es necesaria la implementación de estadística y contabilidad para poder desarrollar un correcto análisis de la información obtenida de las herramientas investigativas como lo son la investigación de campo, la tabla de observación y encuestas, la contabilidad se aplica en la elaboración de presupuestos y cálculos de costos del proyecto, es importante resaltar que uno de los saberes importantes a tomar en cuenta es la comunicación social ya que es la que nos permite que el mensaje sea creado por el emisor y el medio que es transmitido sea comprensible para el receptor.

Es importante resaltar que se planea trabajar con personas comerciantes de nivel de educación baja o nula, lo mismo que significa un reto debido a la precisión y tino que se debe tener con las mismas para poder llegar a ellas.

4. Objetivo.

El presente objetivo responde a la necesidad que se ha detectado en los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil, debido a los desechos orgánicos que se generan en dichos establecimientos y que necesitan un final más provechoso para el medio ambiente, por tal motivo se propone:

“Desarrollar un plan de marketing para la Reutilización de los desechos orgánicos que se generan en los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil”

5. Fundamentación.

5.1. Marco Histórico.

5.1.1 Desechos orgánicos e inorgánicos

La economía de los materiales se basa en 5 factores: la extracción, la producción, la distribución, consumo y la disposición. La extracción o como también se la llama “explotación de recursos naturales” se encuentra la deforestación, la contaminación del agua, la extracción de metales o minería y la caza o captura de animales, llevando en muchos casos al límite los recursos. Existen algunos datos preocupantes se encuentran en el mar, el 75% de los recursos pesqueros se encuentra explotado al límite de su capacidad, en el Amazonas se pierden dos mil árboles por minuto y esto ha llevado a que el 80% de los bosques nativos se hayan perdido. (Hernández, 2014)

Una vez extraídos los recursos, llega la producción y aquí se utiliza energía que en muchos casos también contaminan junto con químicos tóxicos para dar como resultado productos que desde su nacimiento ya salen con altos grados de contaminación. Los químicos utilizados en su mayoría no son probados para analizar si dañan o no al ser humano, aproximadamente se utilizan cien mil químicos sintéticos y como consecuencia tenemos que el producto con mayor nivel de distintos tóxicos en la cadena alimentaria es, aunque parezca increíble “la leche materna humana” llegamos a un punto tal que nuestros bebés de forma inconsciente se alimentan de manera mortal, más cuando esto debería ser el acto humano más fundamental de crianza, sagrado y seguro. (Hernández, 2014)

Los productos que al inicio eran recursos pasan al mercado para su distribución, que como antes se dijo; llega prácticamente contaminado y por tal motivo su venta debe ser inmediata y esto se logra por lo general con precios bajos y así los inventarios se sigan moviendo.

Todo esto conlleva a la parte del consumo, este es el motivo por el cual la extracción, la producción y la distribución existen, se podría decir que es la parte dorada del sistema, nos hemos convertido en máquinas de compra al punto que nuestra identidad se ha transformado en ser consumidores.

De la misma forma se considera importante señalar la cita de Víctor Lebow que escribió un artículo en la revista Journal of Retailing, donde indica que:

"Nuestra economía, enormemente productiva, exige que hagamos del consumo nuestro estilo de vida, que convirtamos el comprar y utilizar bienes, en auténticos rituales, que busquemos nuestra satisfacción espiritual, la satisfacción del ego, en el consumir... necesitamos que se consuman cosas, se quemen, se sustituyan, y se tiren, todo ello a un ritmo cada vez más rápido". (Lebow, 1955)

Poco después de la segunda guerra mundial. Esto conlleva lleva a una pequeña conclusión, este sistema fue diseñado. Se diseñan cosas para que sean inútiles lo más pronto posible o convencen a las personas a tirar cosas que aún son perfectamente útiles a esto se le llama obsolescencia programada y obsolescencia percibida. (Hernández, 2014)

Y finalmente llega la disposición, todo va a parar a la basura y esto a su vez va a parar a un gran agujero en el suelo también llamado relleno o es incinerada y luego va a un basurero. Ambos procesos contaminan el aire, el agua, la tierra y contribuyen al proceso del cambio climático. Incinerar la basura libera los tóxicos que en la fase de producción son añadidos y esto a su vez generan tóxicos más mortales como las dioxinas. El reciclaje ayuda mucho para parar un poco la generación de basura y a su vez reduce el uso indiscriminado de recursos que se emplean para la producción. Hoy en día existen organizaciones que luchan para defender los bosques o para realizar una producción más limpia, gente luchando por los derechos laborales que en muchas ocasiones son vulnerados por las empresas donde trabajan en circunstancias o ambientes que perjudican su salud, buscan el comercio justo, concientizar a las personas a consumir de forma amigable con el ambiente.

Se debe trabajar para cambiar este sistema en uno nuevo donde no deseches recursos ni personas, se debe cambiar la mentalidad del derroche por la sustentabilidad y la equidad, trabajar con química verde, disminuir la basura, energía renovable, entre otro. (Hernández, 2014)

5.1.2 Evolución de los Mercados Municipales.

Es importante iniciar con el mercado más antiguo que el Municipio ha construido ya que data desde 1.905.

- **Mercado Sur**

El primer mercado que tuvo Guayaquil, estuvo localizado en la ciudad nueva en la plazoleta junto al cabildo; mercado que no era sino un conjunto de “ramaditas de paja”. Hacia 1.825, la ciudad había crecido en población y en extensión y se trató de construir un mercado apropiado, ya sea en el mismo solar junto al cabildo o en la Plaza de la Iglesia Matriz; se hacía varias gestiones pero el proyecto no se llevó a cabo.

En 1.857, se construyó un mercado al norte de la ciudad, ubicado en la calle Panamá, pero este nunca se ocupó porque se consideró que el lugar era poco accesible al río, y así se mantuvo hasta 1.896 en que se quemó en el Incendio Grande. Posteriormente se construyó un galpón “fuera del muro, frente a la casa municipal, provisional e inadecuado” este mercado se lo llamo “Mercado de la Orilla” o “Mercado Norte”, que estuvo funcionando incluso después de haberse construido el Mercado Sur.

Para la construcción del nuevo mercado, se asignó un solar en el Barrio del Astillero, al pie del río y al final del Malecón “Simón Bolívar”; el Consejo Cantonal convocó a licitación en 1.904; al año siguiente, se conocen dos propuestas y se aprobó la presentada por los contratistas Ings. Francisco Manrique y Carlos Van Ischot con un valor de S/210.00 y 18 meses para la entrega. Finalmente, por reformas en el espesor del muro de contención, el costo de la obra fue rebajado a S/.199.500 firmándose el contrato el 24 de Agosto de 1.905 y se iniciaron las obras el 25 de Septiembre del mismo año. La empresa “Varhaeren Ca. De Jager Ingenieurs-Constructeurs de Bruxelles”, según consta en documentos municipales, proveyó las piezas metálicas del edificio.

La edificación, de estructura del hierro, fue inaugurada el de enero de 1.908, originalmente, el mercado era de una planta con pabellón central y dos laterales, pero en 1.941 resulto estrecho y el Consejo decidió levantarle un segundo piso de hormigón armado, tal como lo conocemos en la actualidad.

El edificio del Mercado es un gran pabellón cubierto, rematado por una torre central remarcada por una escalinata de ingreso, hacia la calle y sobre el río, sobre la que se traza un tímpano de forma de arco, inscrito en un frentón triangular.

Imagen 1: Mercado Sur



Elaborado por: Autores de tesina

Fuente: www.google.com

Tipológicamente es similar al antiguo “Mercado de la orilla” que se edificó después del incendio en 1.896. El mercado, constituye un hito de la arquitectura de la ciudad y es la única edificación metálica, construida a principios del siglo, que aún mantiene en pie. (Lee, Compte, & Peralta, 1989)

- **Mercado Central**

Varios años después de la inauguración del Mercado Sur, el consejo Cantonal decidió la construcción de un nuevo mercado ubicado a nueve cuadras del Malecón, el cual ocuparía la manzana comprendida entre las calles: Síes de Marzo, Clemente Ballén, Lorenzo de Garaicoa y Diez de Agosto, por lo cual fue expropiada.

La obra fue iniciada en 1.918 y estaba a cargo del Sr. Juan Alberto Cortez García, quien para su realización pidió al exterior el material de construcción. Sin embargo esta construcción quedo paralizada por problemas al interior de Ayuntamiento. En 1.922 Consejo decidió emprender la terminación de la obra y se le asignó el contrato al Ing. Lignarolo de la Compañía Constructora Italiana I.D.E.M. (Industrie Dell' Edilizia Moderna) quien realizo el proyecto junto a los señores constructores Luis Fratta y Oscar Battaglia y personal técnico y artístico venido desde Italia. Al momento de la reiniciación de los trabajos se encontraba construidas las paredes exteriores y unos pilares, pero la cimentación hubo que rehacerla por no ofrecer seguridad.

El 9 de Octubre de 1.923 se inauguró el Mercado Central, el cual consta de dos plantas: la planta baja con cuatro ingresos, la circulación principal en cruz y otra secundaria perimetral a los puestos de venta. A la planta a alta de menor área, se accede por dos escaleras, ubicadas hacia el centro de la planta baja, con la cual se relaciona visualmente por medio de un corredor abierto al cielo, que permite la iluminación y ventilación parcial del mercado. En la época se consideró “uno de los más modernos” pues era completamente de hormigón armado, tenía desagüe hacia el rio, cámaras frigoríficas, y demás instalaciones básicas.

Imagen 2: Mercado Central



Elaborado por: Autores de tesina

Fuente: www.google.com

- **Mercado municipal del Norte**

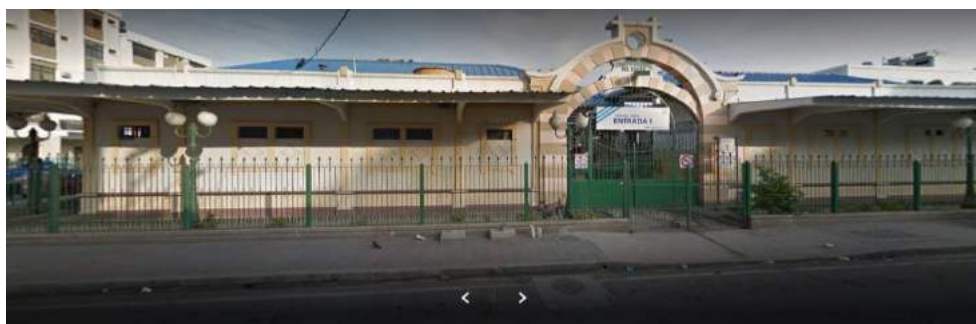
Se construyó en 1.931 por la Sociedad Constructora Fénix y ocupa una manzana completa comprendida por las calles: Baquerizo Moreno, Padre Aguirre, Tomas Martínez y una calle vehicular. El edificio es de una sola planta simétrica y está articulada mediante una circulación en cruz, cuatro ingresos, cuatro bloques, rematados por arcos de medio punto, donde se encuentran los puestos de venta.

El actual cuartel de la Policía Metropolitana construido por la Sociedad Técnica Fénix, presenta una tipología de planta y fachadas similar a las del Mercado Norte. Este funcionó como escuela municipal de niñas e Imprenta Municipal como aún consta en las inscripciones sobre los arcos de ingreso.

Un ambicioso plan de modernización de la red de mercados y ordenamiento de los trabajadores autónomos, en el entorno de los sititos de expendio de víveres, como mercados, ferias, entre otros, permite a la ciudadanía beneficiarse de un servicio en las mejores condiciones de higiene, comodidad y seguridad sin precedentes. Para ellos fue necesario emprender las siguientes acciones:

- Construcción de nuevos mercados
- Renovación de mercados deteriorados
- Ordenamiento de comerciantes informales, en áreas expresamente diseñadas acorde con las diferentes actividades. (Nebot, 2008)

Imagen 3: Mercado Municipal del Norte



Elaborado por: Autores de tesina

Fuente: www.google.com

5.2. Marco Jurídico.

El proyecto se sustenta jurídicamente en los siguientes artículos que se encuentran en la **Constitución de la República del Ecuador**.

TITUTLO II DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección segunda

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Capítulo séptimo

Derechos de la naturaleza

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda.

El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

TITULO VII

REGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo segundo

Biodiversidad y recursos naturales

Sección primera

Naturaleza y ambiente

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la

reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca. La responsabilidad también recaerá sobre las servidoras o servidores responsables de realizar el control ambiental. Para garantizar el derecho individual y colectivo a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, el Estado se compromete a:

3. Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente.

Sección quinta

Suelo

Art. 409.- Es de interés público y prioridad nacional la conservación del suelo, en especial su capa fértil. Se establecerá un marco normativo para su protección y uso sustentable que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación, la desertificación y la erosión.

En áreas afectadas por procesos de degradación y desertificación, el Estado desarrollará y estimulará proyectos de forestación, reforestación y revegetación que eviten el monocultivo y utilicen, de manera preferente, especies nativas y adaptadas a la zona.

Sección séptima

Biosfera, ecología urbana y energías alternativas

Art. 413.- El Estado promoverá la eficiencia energética, el desarrollo y uso de prácticas y tecnologías ambientalmente limpias y sanas, así como de energías renovables, diversificadas, de bajo impacto y que no pongan en riesgo la soberanía alimentaria, el equilibrio ecológico de los ecosistemas ni el derecho al agua.

Art. 414.- El Estado adoptará medidas adecuadas y transversales para la mitigación del cambio climático, mediante la limitación de las emisiones de gases de efecto invernadero, de la deforestación y de la contaminación atmosférica; tomará medidas para la conservación de los bosques y la vegetación, y protegerá a la población en riesgo.

Plan Nacional de Desarrollo

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

Las mesas de diálogo alrededor de la agenda del sector externo han hecho particulares aportes referentes al fortalecimiento de una diplomacia verde, que luche contra el cambio climático y que exija respeto a la naturaleza.

La protección y el cuidado de las reservas naturales y de los ecosistemas frágiles y amenazados, es un tema de preocupación en las diferentes mesas. Se destaca, incluso, que frente a aquellas consecuencias ambientales que son producto de la intervención del ser humano, es necesario un marco de bioética, bioeconomía y bioconocimiento para el desarrollo; es decir, la investigación y generación de conocimiento de los recursos del Ecuador.

En este sentido, se propone una gobernanza sostenible de los recursos naturales no renovables, a través del establecimiento de prácticas responsables con el medio ambiente y con la población, y el establecimiento de límites a las actividades extractivas cuando amenacen áreas protegidas, territorios ancestrales sagrados, fuentes de agua, entre otros.

Fundamento

Uno de los avances más importantes de la Constitución de 2008 (arts. 10 y 71-74) es el reconocimiento de la naturaleza como sujeto de derecho, lo que implica respetar integralmente su existencia, el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales y su restauración en caso de degradación o contaminación. De ahí que, en consonancia con lo establecido en la Carta Magna, se exhorta a asumir una responsabilidad intergeneracional –a la luz de los riesgos más inminentes para nuestra especie, como el cambio climático–, mediante el manejo sustentable del patrimonio natural: su biodiversidad terrestre y marina.

Existe una responsabilidad ética con las actuales y futuras generaciones para que se mantenga, precautele y se dé soporte a la vida en todas sus formas; así como para que se reconozca el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Estos son los grandes desafíos que deben prevalecer.

En un país mega diverso como el Ecuador, la calidad ambiental y los derechos de la naturaleza deben ser tratados como parte esencial de las grandes definiciones políticas, económicas y productivas en el modelo de desarrollo sostenible a largo plazo. La persistencia en el modelo tradicional, basado en la falsa concepción de la existencia de recursos infinitos, con patrones de consumo y producción no sostenibles –respecto a la deforestación y cambio de uso del suelo, pérdida de biodiversidad, reducción y contaminación de fuentes de agua, y a la erosión y desertificación de los suelos– agudizará inevitablemente los múltiples efectos negativos del cambio climático en la sociedad, con especial perjuicio a las mujeres, la economía y biodiversidad.

El desarrollo sostenible para alcanzar el Buen Vivir implica reestructurar nuestra economía mediante la disminución de la dependencia de actividades extractivas, y la orientación de su transición hacia una economía basada en el bioconocimiento, la cual posicione a la biodiversidad como una fuente de conocimiento y saber. Una economía amigable con la naturaleza implica acoger el conjunto de saberes, conocimientos y aplicaciones tanto tradicionales como científicas, para marcar una nueva era de bioeconomía basada en el aprovechamiento sustentable de los recursos biológicos renovables para la producción de alimentos, energía y bienes industriales, obtenidos a través de transformaciones de material orgánico.

Con este desafío, buscamos reducir la dependencia de productos derivados de energías fósiles, y, así, modificar el patrón de producción y acumulación sin descuidar los límites biofísicos y ciclos naturales. Esto supone replantear la noción de progreso y crecimiento; agregarle un sentido más humano, justo y equitativo; disminuir la conflictividad socio ambiental y reconocer los valores intrínsecos de la naturaleza.

El Programa de Gobierno establece que “la Revolución Ecológica debe ser la consolidación del cambio de la matriz productiva y de la matriz energética, como base para la generación de empleo y riqueza, reduciendo las emisiones que contribuyen al cambio climático y garantizando la conservación y el mantenimiento de nuestro patrimonio natural” (Movimiento Alianza PAIS, 2017, 57). Bajo esta perspectiva, la política ambiental es parte del esfuerzo colectivo para la

construcción de un país que equilibre el uso de recursos naturales, la capacidad regenerativa y de asimilación de la naturaleza; enfoque con el que se aporta a la erradicación de la pobreza.

La conservación y uso sostenible de los ecosistemas generadores de agua, como los bosques alto andinos, páramos y humedales que proveen del recurso y mantienen el caudal ecológico de quebradas, ríos, acuíferos y manantiales, es prioritaria, ya que son las principales fuentes para consumo humano y riego, y para proyectos hidroeléctricos (CE, 2008, art. 318). Bajo esta perspectiva, se precisa el incremento de la superficie del territorio ecuatoriano destinado a proteger fuentes de agua, con lo que se consolida el enfoque de gestión integrada de los recursos hídricos, se desarrollan mecanismos de compensación, y la declaratoria de áreas de protección hídrica.

La política de ordenamiento territorial, en la que interactúan los distintos niveles de gobierno (Gobierno Central, los Gobiernos Autónomos Descentralizados) y la sociedad civil, vigilará que las actividades productivas y obras de infraestructura, que entren en conflicto con el objetivo estratégico de conservación, cumplan con estrictas normas de gestión ambiental, y cuenten con infraestructuras recipientes, promuevan la industrialización inclusiva y sostenible, fomenten la innovación, y se adecuen a los principios, directrices y lineamientos de la Estrategia Territorial Nacional. Esto exige una gestión del suelo que no comprometa su uso y acceso a las futuras generaciones, con lo que se garantizan los recursos necesarios para la satisfacción de sus necesidades. (vivir, 2017)

5.3. Marco Teórico.

5.3.1. Plan de marketing.

El Plan de marketing es un documento que elaboran las empresas a la hora de planificar un trabajo, proyecto o negocio en particular. Señala cómo pretenden lograr sus objetivos de marketing y de este modo, facilita y gestiona los esfuerzos de marketing.” (Galan, 2015)

En este sentido el plan de marketing es necesario para todo tipo de empresa, ya que es necesario tener una visión y objetivos claros donde se quiere alcanzar. Esto permitirá que la empresa tengas su diferente estrategias y buscar oportunidad en los plazos previstos.

Según Rafael Muñiz González, en su libro “Marketing en el Siglo XXI” publicado en el mes de Marzo del año 2014 indica que: “El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.” (Muñiz González, 2014)

En el libro destaca que, toda empresa al mercado debe ser competitiva donde se pondría en marcha lo planeado en sus diferentes estrategias para así alcanzar los objetivos.

Por otra parte el autor Westwood indica en el libro “*Preparar un Plan de Marketing*” publicado en el mes de Marzo del año 2016 que:

“La planificación es una de las funciones más importantes de la gestión empresarial. Un plan de marketing es un elemento clave de la planificación empresarial. Identifica las mejores oportunidades de negocio para la empresa y describe cómo conseguir y mantener posiciones en los mercados.” (Westwood, 2016)

En este libro se trata de, herramienta para la buena comunicación y funcionamiento entre los elementos clave de un plan de marketing donde identifica, consigue y mantiene alcanzar los objetivos fijados.

Por lo siguiente, El plan de marketing según Peña, es “La herramienta básica de gestión que toda empresa que quiera ser competitiva en el mercado debe utilizar. En el marketing, como en cualquier actividad gerencial, la planificación constituye factor clave para minimizar riesgos y evitar el desperdicio de recursos y esfuerzos”. (Peña, 2017)

En este sentido, el plan de marketing es una herramienta donde se ve impredecible el cual es un factor clave para minimizar los riesgos y así poder alcanzar las estrategias previstas.

Según la American Marketing Association (A.M.A.), “el plan de marketing es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados (el estado proyectado de pérdidas y utilidades). Este plan puede ser la única declaración de la dirección estratégica de un negocio, pero es más probable que se aplique solamente a una marca de fábrica o a un producto específico.” (Asociation, 2013)

Finalmente se puede definir que el plan de marketing es la clave para la planificación empresarial, el cual es una herramienta que ayuda a la identificación de mejores oportunidades de negocios en las diferentes empresas y poder posicionarse en los diferentes mercados con una manera sencilla, practica y metodológica para poner en marcha y desarrollar el plan de marketing en los mercados.

5.4. Marco Conceptual.

5.4.1 Plan de Marketing

El plan de marketing es un valioso instrumento que sirve de guía a todas las personas que están vinculadas con las actividades de mercadotecnia de una empresa u organización porque describe aspectos tan importantes como los objetivos de mercadotecnia que se pretenden lograr, el cómo se los va a alcanzar, los recursos que se van a emplear, el cronograma de las actividades de mercadotecnia que se van a implementar y los métodos de control y monitoreo que se van a utilizar para realizar los ajustes que sean necesarios.

Por todo ello, resulta muy conveniente que todas las personas relacionadas con el área de marketing conozcan en qué consiste el plan de marketing y cuál es su cobertura, alcance, propósitos y contenido, para que de esa manera, estén mejor capacitados para comprender la utilidad y el valor de este importante instrumento de la mercadotecnia. (Muñiz González, 2014)

5.4.2 Etapas del plan de marketing

Las etapas del plan de marketing son tres:

- La primera consiste en identificar donde se localiza la empresa.
- La segunda consiste en identificar hacia dónde quiere ir la empresa.
- La tercera y última consiste en identificar los medios para llegar hacia el objetivo marcado en la segunda etapa.

En cuanto a las fases del plan del marketing se establecen siete:

- 1. Análisis de la situación.** En esta fase se identifica la situación externa e interna de la empresa. En la situación externa se analizan los distintos ámbitos, por ejemplo: Lo económico, político y social. En la situación interna se determinan los recursos y capacidades de la propia empresa, por ejemplo: capacidades personales y capacidades técnicas comerciales, entre otras.
- 2. Diagnósticos de la situación.** En esta fase se establecen los principales puntos fuertes y débiles de la empresa, teniendo en cuenta las necesidades y deseos de los clientes y las actividades de la competencia. El instrumento más utilizado en el plan de

marketing para diagnosticar la situación de la empresa es el DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)

- **Debilidades.** Son las desventajas que presenta la empresa en su aspecto interno que perjudican al cumplimiento de los objetivos establecidos.
- **Amenazas.** Son los aspectos externos del mercado donde la empresa desarrolla su actividad y que afectan a las ventas de la empresa y con ello a la cuenta de resultados. Ejemplos: posibilidad de entrada de productos sustitutos crisis económica, entre otros.
- **Fortalezas.** Son los aspectos positivos internos del mercado donde la empresa desarrolla su actividad y que hacen incrementar la cuenta de resultados de la empresa. Ejemplo Producto, recursos financieros, tecnología, entre otros.
- **Oportunidades.** Son los factores del entorno de la empresa que favorecen el cumplimiento de los objetivos propuestos. Ejemplo: buenas posibilidades de exportación, situación de crecimiento económico, entre otros.

3. Objetivos del marketing. Una vez conocida la situación de la empresa se deben formular los objetivos del marketing teniendo en cuenta ser coherentes con la situación de la empresa y debe establecer un plazo de cumplimiento.

- Entre los objetivos del marketing más habituales destacan:
- Incremento de volumen de ventas.
- Posicionar la imagen del producto, servicio o marca.
- Potenciar un producto en declive.
- Mejorar rentabilidad.

4. Formulación de las estrategias. Una vez definidos los objetivos se deben formular estrategias que permitan conseguirlos. La estrategia de marketing es un conjunto de decisiones sobre acciones a emprender y recursos a utilizar para alcanzar los objetivos teniendo en cuenta la posición que ocupa el producto en el mercado respecto a sus competidores.

5. **Planes y acciones de marketing.** Las estrategias de marketing decididas en la fase anterior se concretan en programas detallados de acciones, dando lugar al denominado marketing mix.
6. **Presupuesto comercial.** Una vez establecida la parte cualitativa del plan de marketing (objetivos, estrategias y acciones) es necesario establecer la parte cuantitativa del mismo que plasmará en un presupuesto.
7. **Control y seguimiento.** En esta última fase del plan de marketing se establecerá un proceso de inspección y seguimiento del mismo. Como en todo plan existen variables que aparecen durante el mismo. Como en todo plan existen variables que aparecen durante el mismo que no fueron tomadas en cuenta y que llevan a que los objetivos planeados al principio no se cumplan. Ante esta situación será preciso analizar las desviaciones que se produzcan con respecto a los objetivos planeados y tomar decisiones para que las desviaciones no acaben con lo planeado inicialmente. (Muñiz González, 2014)

5.4.3 Desechos Orgánicos

Se denomina desechos orgánicos a todos aquellos elementos provenientes de seres vivos que deban eliminarse. En tanto están expuestos a un proceso de descomposición, este tipo de desechos debe recibir un tratamiento especial pues pueden ser portadores de enfermedades o al menos contaminar el ambiente de modo notorio. Pueden incluirse en este grupo cualquier desecho propio de los seres vivos, ya sean de índole animal como vegetal.

Los desechos orgánicos suelen ser elementos que de tratarse de mala manera, son capaces de generar cantidades de contaminación importantes. En este sentido y para ejemplificar lo expuesto, puede ser interesante dar cuenta del modo en que un curso de agua puede verse afectado por la contaminación causada por este tipo de desechos. Cuando elementos provenientes de organismos toman contacto con medios acuáticos, el proceso de fermentación sigue su curso del mismo modo que en un ámbito terrestre, con la salvedad de que en estas circunstancias se consume el oxígeno que existe en el agua. En

efecto, las bacterias descomponedores consumen oxígeno cuando realizan su actividad, por lo que si el nivel de contaminación es muy alto la vida acuática se verá afectada con la muerte de distintos organismos que allí habitan. En el caso de que su deposición final se lleve a cabo en la tierra, siempre estará presente la contaminación de las napas subterráneas. Es por ello que es sumamente importante controlarlos con efectividad. (Ucha, 2013)

➤ **Reciclado**

En muchas ocasiones los desechos orgánicos pueden ser reutilizados con el objetivo de obtener algún beneficio de ellos; a este proceso se lo conoce como reciclaje.

Entre las variantes más corrientes se destaca el uso como abono, para alimentar a algunos animales, y para la generación de energía.

Ahora bien, recordemos y estemos atentos al tratamiento que se le dé a estos desechos porque como dijimos cuando la manipulación no es la conveniente pueden representar un peligro concreto contra la salud del planeta.

Uno de los ejemplos más corrientes es cuando se desechan determinados elementos que pueden ser contaminantes al agua, ese elemento que consumimos todos y que como sabemos debemos cuidar porque cualquier agente contaminador en ella puede causar enfermedades graves o escenarios peores como la muerte.

➤ **Desechos inorgánicos y peligrosos**

Luego, nos encontramos con los desechos inorgánicos que son aquellos que presentan un origen no biológico y provienen de la industria o de cualquier otro proceso que no es natural, como ser: plásticos, telas.

Y los desechos peligrosos, que como bien nos indica su denominación son altamente perjudiciales para la salud de los seres vivos, pueden ser biológicos o no biológicos y por el peligro potencial que revisten deben sí o sí ser manipulados con sumo cuidado, por ejemplo: material infeccioso de un hospital, materiales radiactivos, sustancias químicas, entre otras.

En tanto, para los desechos o basuras existen lugares y contenedores, tanto en las casas o departamentos como en la vía pública, especialmente diseñados para tal menester, o sea, para evitar que la basura dispuesta en cualquier lugar pueda afectar nuestra calidad de vida.

En casa, en el trabajo, en hospitales, en escuelas, los conocemos como tachos de basura o de desechos, los cuales pueden ser de diversos tamaños, formas y colores, dependiendo de las necesidades y las preferencias personales.

➤ **Promoción del reciclaje**

El reciclaje de desechos reutilizables es una acción que por estos tiempos se anima desde los gobiernos y desde organizaciones especializadas porque mucha de la basura que generamos puede seguir siendo usada con un fin superador.

Aun no hay una enorme consciencia extendida pero la gente está empezando a prestar más atención y a dedicar su tiempo para reciclar la basura que genera en sus hogares, separando aquella que puede servir y por caso ser reciclada, y aquella que no sirve y debe ser eliminada definitivamente. (Ucha, 2013)

5.5 Mercado

Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. La idea de mercado ha ido unida siempre a la de un lugar geográfico. Como consecuencia del progreso de las comunicaciones el mercado se ha desprendido de su carácter localista, y hoy día se entiende por mercado el conjunto de actos de compra y venta referidos a un producto determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta. Los mercados se pueden clasificar con arreglo a diferentes criterios. Así, desde el punto de vista territorial podemos hablar de mercado local, provincial, regional, nacional, continental, de ultramar y mundial. Desde el punto de vista temporal podemos hablar de mercado pasado, presente y futuro. (Ucha, 2013)

5.6 Residuos Sólidos

En la actualidad, la cultura del ser humano ha convertido a las personas en instrumentos de contaminación, a medida que mejora la situación económica aumenta el poder adquisitivo y con esto se incrementa la producción de residuos sólidos.

Es todo material considerado como desecho y que se necesita eliminar. La basura es un producto de las actividades humanas cual se les considera de valor igual a cero por el desecho. No necesariamente debe ser odorífica repugnante e indeseable eso depende del origen y composición de esta normalmente se le coloca en lugares predestinados para la recolección. Para ser canalizados a tiraderos o vertederos rellenos sanitarios y otros lugares. Actualmente se usa ese término para denominar aquella fracción de residuos que no son aprovechables y que por lo tanto debería ser tratada y dispuesta para evitar problemas sanitarios o ambientales. (Bembibre, 2013)

5.6.1 Residuos Orgánicos

Los residuos orgánicos, son biodegradables, se componen naturalmente y tiene la propiedad de poder desintegrarse o degradarse rápidamente, transformándose en otra materia orgánica.

Los residuos orgánicos tienen un fuerte impacto sobre el medioambiente, contaminando la atmósfera, el suelo y las aguas (superficiales y subterráneas), debido principalmente a sus altos contenidos en materia orgánica y elementos minerales, y a la presencia de metales pesados, Fito toxinas, patógenos vegetales y animales, entre otros altamente contaminantes. (Bembibre, 2013)

En los residuos orgánicos o basura orgánica a nivel doméstico, podemos utilizar el reciclaje orgánico como abono si tenemos plantas, un pequeño jardín con huerta o un huerto urbano. La forma idónea para no tener malos olores por la descomposición de esta basura orgánica, es enterrar en tierra los restos de frutas y verduras, que tienen un proceso de descomposición más rápido o utilizar contenedores de basura orgánica, que t se llaman composturas. (Ucha, 2013)

5.7 Reutilización

La reutilización es la acción de volver a utilizar los productos. La utilidad puede venir para el usuario mediante una acción de mejora o restauración, o sin modificar el producto si es útil para un nuevo usuario.

Reutilización es un verbo que significa utilizar algo. En este sentido, el término puede utilizarse como sinónimo de reciclar (que consiste en presentar un producto o material en un proceso dado, así que puede ser utilizado otra vez). Sin embargo, este verbo es a menudo inexistente en la mayoría de diccionarios.

Mediante la reutilización de productos o mercancías, ayuda al planeta. Lo que más se utiliza acabado en la basura o un clamshell, que aumenta el nivel de residuos. Además, echar algo a la basura, se anima en la producción de un nuevo producto para reemplazar la otra, que puede aumentar las emisiones.

Desde el punto de vista de la ecología, siempre es recomendable reutilizar los productos. A veces, se pueden utilizar otra vez (todo depende de lo que es) sin sufrir ningún tipo de proceso (por ejemplo, utilizando una bolsa de tela o una cesta para las compras).

En otros casos, reutilización requiere ciertos procesos para que el material puede ser utilizado otra vez (reciclaje de papel, por ejemplo). (Bembibre, 2013)

6. Criterios metodológicos

6.1 Tipos de estudios

Los tipos de estudios que se usarán para el presente proyecto serán, el método descriptivo y el método explicativo.

➤ **Descriptivo**

Este tipo de estudio se utiliza para recoger, organizar, presentar y analizar los resultados de las observaciones y por tal motivo se lo implementará en el presente trabajo investigativo.

A este tipo de lugares (mercados) acuden microempresarios o emprendedores que poseen locales de comida, despensas, compradores al por mayor para la reventa, amas de casa.

Con la utilización de este método se investigara el proceso que los comerciantes de los mercados; Mercado de artículos varios “4 Manzanas”, Mercado Central y Mercado Municipal Norte le dan a los desperdicios orgánicos, se asistirá a los establecimientos antes mencionados para comprobar el manejo poco útil que se le da a la basura orgánica y sus consecuencias. Se plantea la idea de realizar la visita y observación en los días de pago.

➤ **Explicativo**

Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación.

Mediante este método se hallan las razones o las causas que ocasionan un fenómeno, su objetivo principal es explicar porque ocurren en las condiciones en las que se da. Lamentablemente no existen campañas de concientización o charlas de como los comerciantes pueden reciclar los desperdicios, existen alimentos que aún pueden ser consumidos luego de una correcta asepsia. Además la mayoría de los minoristas poseen educación básica y en el mejor de los casos pocos han concluido la educación secundaria y por tal motivo se evidencia por qué el poco interés en el reciclaje. Por otro lado se observa los problemas que se generan cuando no se organizan los desechos, las bacterias, los paracitos, enfermedades intestinales, , entre otros están a la orden del día.

6.2 Métodos principales que se utilizaron en la investigación.

Al observar los problemas que presentan los mercados, siendo estos: “Mercado de artículos varios “4 Manzanas”, Mercado Central y Mercado Municipal Norte” en los que se trabajará, se aplicará los principales métodos de investigación al presente proyecto.

Estos métodos se clasifican en: método teórico, método empírico y método estadístico.

6.2.1 Teórico

➤ Análisis y Síntesis

El análisis es la descomposición de un universo o de un todo para deducirlo de mejor manera y es así como se han evidenciado muchos inconvenientes para realizar el reciclaje, empezando del desconocimiento de las personas acerca del tema, las autoridades no realizan actividades que incentiven esta acción o no presentan un sistema de reciclaje, no existen depósitos de reciclaje, existe comodidad por parte de los comerciantes de botar todo en un mismo sitio sin la necesidad de separar, no existen incentivos ya sean económicos o de reconocimiento para hacerlo y todo esto conlleva a la realización de un Plan de Marketing para la reutilización de los desechos orgánicos con la finalidad de crear actividades comerciales amigables con el medio ambiente.

➤ Inducción y Deducción

La inducción parte de pequeños indicios para llegar a un problema general, por tal motivo se utiliza ambos métodos debido a que se ha encontrado falta de interés por parte de las autoridades que controlan los mercados municipales, ya que ellos deberían implementar acciones que ayuden a la educación de los comerciantes en el campo del reciclaje y esto lleva a la deducción que cuando las autoridades no ejecutan planes para controlar este tipo de problemas, los individuos no tomaran ninguna iniciativa para hacerlo, y al final todo termina en el problema general.

➤ **Histórico lógico**

Se ha implementado el tipo de método histórico lógico debido a que se ha utilizado el marco histórico profundizando en la historia de los mercados municipales iniciando con el mercado Sur, ahora llamado Palacio de Cristal.

Ha sido importante este tipo de estudio teniendo en cuenta que para realizar un proyecto investigativo es preciso estar al tanto de sus inicios, debido a que por lo general existen datos que podrían ser de mucha utilidad al momento del desarrollo del proyecto. Conocer el pasado ayuda a entender el presente y planear acciones en el futuro.

6.2.2 Empírico:

Las técnicas de investigación a utilizar son:

➤ **Observación**

La ejecución de esta técnica será llevada a cabo en los siguientes mercados municipales:

- ✓ Mercado de artículos varios “4 Manzanas” ubicado en Huancavilca-6 De Marzo- Fco. Dávila-Pio Montufar.
- ✓ Mercado Central ubicado en Lorenzo de Garaicoa y 10 de Agosto.
- ✓ Mercado Municipal Norte ubicado en Baquerizo Moreno y Thomas Martínez.

Los encargados del presente proyecto investigativo serán quienes realizaran la observación y esta, tiene una implicación participativa, debido a que los partícipes del proyecto se dirigirán a los establecimientos municipales.

Esto se efectuara con la finalidad de poner en evidencia la forma de manejar los residuos orgánicos por parte de los comerciantes, mediante fotografías.

La observación será efectuada de manera sistemática, concretamente se la realizara del 16 al 21 de noviembre del 2017, el tiempo en el que se llevara a cabo la investigación será de 5 horas, entre las 8h00 y 13h00, teniendo en cuenta que es el horario en el que los clientes realizan sus compras.

El carácter de la observación será abierta debido a que son lugares de afluencia masiva y los integrantes del proyecto pasaran como posibles clientes.

Imagen 4: Técnica de Observación



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

Imagen 5: Desechos



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

Imagen 6: Desechos Mesclados



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

Imagen 7: Mal Higiene



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

Imagen 8: Mala Limpieza



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

Imagen 9: Mercado Municipal



Elaborado por: Autores

Fuente: www.google.com

✓ **Encuesta**

La aplicación es esta técnica que se empleará con el propósito de obtener información relacionado con el objetivo planteado en la investigación, donde se basó un cuestionario con un contenido de 8 preguntas existiendo una combinación de abiertas y cerradas

El tipo de la aplicación será directa, de forma escrita ya que se le realizarán a los comerciantes de los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil.

El tiempo de la duración de la técnica será una semana aproximadamente.

✓ **Entrevista**

La aplicación de esta técnica se fundamentó en las siguientes especificaciones:

Estructura: Directiva

Numero de entrevistados: Individual

Objetivo: Informativa, debido a que se desea adquirir conocimientos en el ámbito del reciclaje.

Perfil: Experto en reciclaje de residuos orgánicos

El uso de esta técnica permitirá a los investigadoras obtener información más completa para el desarrollo del objetivo planteado en el presente proyecto investigativo.

Fases de la entrevista

La entrevista a efectuar estará conformada por tres fases o ciclos, que se nombraran a continuación:

- Fase inicial
- Fase de desarrollo
- Fase final

- **Fase inicial**

El desarrollo de esta entrevista tomará aproximadamente 2 semanas puesto que se estima elaborar las preguntas en la primera semana y en la segunda semana se planifica contactar al Licenciado Jhon José Moreno Aguilar, colaborador en el crucero Silver Galápagos para consultar su disponibilidad y aprobación para la entrevista y así poder obtener los conocimientos necesarios para la realización del proyecto.

La entrevista tiene como objetivo entender lo importante y sobre todo lo fundamental que significa el hecho de establecer programas de reciclaje en lugares donde se generan desperdicios y que pueden ser reutilizados en beneficio de la comunidad

Se estima que el dialogo tendrá una duración de 45 minutos, las preguntas que se plantearán en la primera fase fueron fundamentadas en base al párrafo anterior en donde se quiere resaltar el valor ecológico que tiene el reciclaje y reutilización.

- ¿Qué opina usted acerca de los mercados municipales que no cuentan con procedimientos de reciclaje o reutilización?
- ¿Qué importante sería para el medio ambiente si existieran métodos de reutilización de los desechos orgánicos que un mercado municipal genera?

- **Fase de desarrollo**

En la fase de desarrollo se pretende obtener información de cómo se puede reutilizar los desechos orgánicos con fines ecológicos.

¿Cómo se podrían aprovechar de mejor manera los desechos orgánicos que generan los mercados municipales?

Existen alimentos, que en algunos casos podrían ser destinados a fundaciones que alimentan a personas que viven en la indigencia, ¿Qué procesos se pueden implementar para asegurar la asepsia de estos productos y que así no afecte a la salud de dichas personas?

- **Fase final**

Por último se consultará acerca de las consecuencias que conlleva continuar con el imprudente modo del manejo de los desechos orgánicos, además, se analizará si incide o no el hecho de que la mayoría de los comerciantes poseen educación básica o secundaria.

Si este tipo de negocios continúan manipulando los desperdicios de la manera que lo hacen ¿Cuáles serían las consecuencias para el medio ambiente a mediano y largo plazo?

En su mayoría los comerciantes que laboran en los mercados municipales ostentan de una educación básica y secundaria, y en algunos casos existe el analfabetismo ¿Cómo se lograría trabajar en estos casos?

6.2.3 Método Estadístico

Con el método estadístico se logrará obtener, representar, simplificar, analizar e interpretar las características numéricas del proyecto a realizar en conjunto con la ayuda de las encuestas con el objetivo de contar con datos reales que lleven al éxito en el proyecto y de este modo, tomar decisiones correctas.

6.2.4 Enfoque

Dentro del método estadístico se manejan secuencias de procedimientos que arrojan datos cuantitativos y cualitativos.

➤ **Cuantitativo:**

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo teniendo en cuenta que los datos que se recolectarán arrojarán resultados y por tal motivo se necesitarán mediciones numéricas y análisis estadísticos.

➤ **Cualitativos :**

Con la finalidad de encontrar el entorno profundo de las realidades se utilizará el enfoque cualitativo para así conocer todo tipo de cualidades, características, gustos, satisfacciones, preferencias y particularidades.

6.3 Técnicas de recopilación de datos y herramientas

Aplicando las técnicas de encuestas y entrevista se obtendrá información necesaria para demostrar que la problemática planteada está fundamentada en hechos reales.

➤ **Universo**

Los participantes del trabajo investigativo están proyectados a trabajar con 3 mercados municipales que se encuentran en el centro de la ciudad de Guayaquil, debido a que son lugares de fácil acceso y la afluencia de público es masiva.

Las personas que asisten a los mercados municipales en su mayoría sobrepasan los 25 a 60 años será el rango de edad a utilizar.

➤ **Muestra**

Para el desarrollo de la muestra se escudriñó en los datos que el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) posee, y que datan del año 2010 (Año en que se realizó el último censo nacional) y se verifico que Guayaquil está constituido por 17 parroquias urbanas y los mercados municipales en los que se va a trabajar, (Ubicación del Mercado Central), (Ubicación del Mercado de artículos varios "4 Manzanas"), (Ubicación del Mercado Norte) dando un total de 50 comerciantes.

De este universo se tomará una muestra para la ejecución del estudio empleando la siguiente fórmula:

$$N z^2 p(1-p)$$

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

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

N = es el tamaño de la población.

z = vale 1,95 para una confiabilidad del 90 %

P = representa la probabilidad positiva de que un hecho ocurra y se representa con el 50%

e = el error máximo que estamos dispuestos a cometer en la estimación en este estudio vale el 5%.

Selección de muestra

De acuerdo a los resultados que proyectó la fórmula, se cuenta con un total de 44 encuestas y serán divididas para 3 dado que los mercados municipales en los que se va a trabajar son 3 y se encuentran en diferentes lugares. .

Tabla 1: Tabla de Muestra

Universo	Población del Sector Centro de Guayaquil
Ámbito Geográfico Muestra	Guayaquil – Sector Centro
Error Muestra	5%
Nivel de Confianza	90%
Fecha de realización del estudio	22 de Noviembre del 2017

Elaboración: Autores

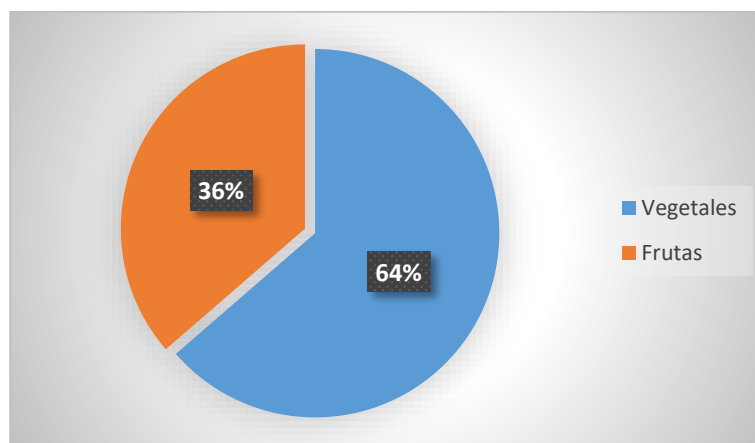
Análisis de resultados.

1. ¿Qué tipo de productos comercializa en su puesto de trabajo?

Tabla 2: Respuesta de la Pregunta N° 1

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Vegetales	28	64%
Frutas	16	36%
TOTAL	44	100%

Gráfico 1: Respuesta N° 1



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis:

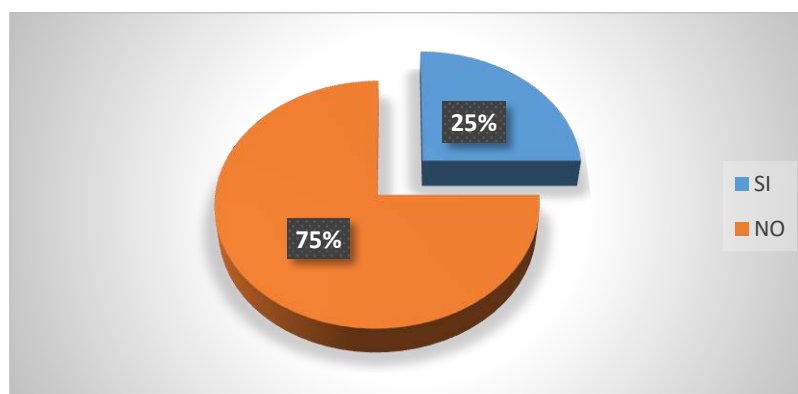
De un total de 44 personas encuestadas, la cantidad de comerciantes de vegetales es de 28 personas que en porcentaje, refleja un 64% mientras que las frutas son ofrecidas por un total de 16 personas con un 36% como se observa en el gráfico, esto se debe a que en la cocina ecuatoriana en general se utiliza en mayor cantidad las legumbres para preparar platos, no así las frutas que, pese a ser parte también a la hora de preparar alimentos, no se las emplea en cantidades superiores.

1. ¿Al finalizar la jornada laboral cuenta con desechos orgánicos?

Tabla 3: Respuesta de la pregunta 2

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	11	25%
NO	33	75%
TOTAL	44	100%

Gráfico 2: Respuesta N°2



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis

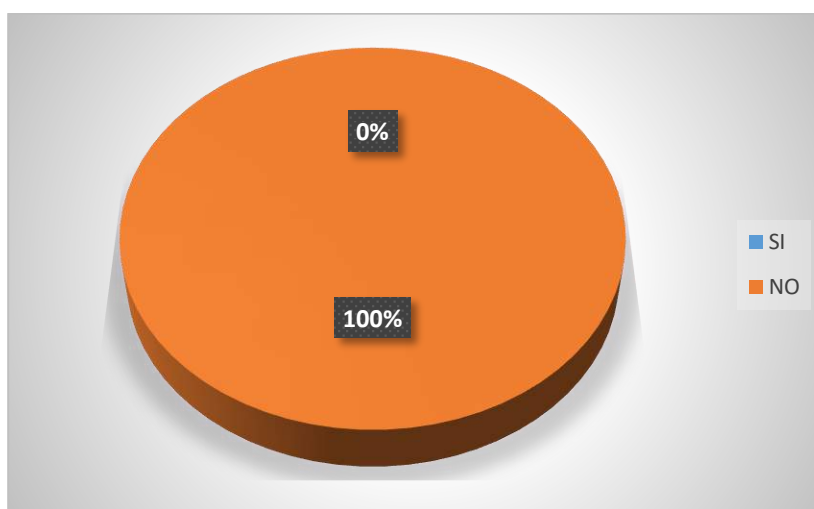
De un total de 44 personas que representan el 100%, el 73% de los trabajadores respondieron NO que en números enteros son 32, mientras que 12 de los 44 en total dijeron que SI, tal como se aprecia en el cuadro con un 27%. Existen datos interesantes en esta pregunta, en el mercado 4 Manzanas existe un recolector de basura grande dentro del establecimiento, los comerciantes puedes depositar los desperdicios en cualquier momento dentro del horario de apertura y cierre del lugar, pero no ocurre los mismo en el Mercado Central y en el Mercado Norte ya que a diferencia del establecimiento antes mencionado, no poseen lugar para desechar la basura, tienen horarios establecidos para hacerlo y estos son 12:00 pm y 17:00 pm cuentan con la ayuda de Puerto Limpio que envía un carro recolector a esos horarios y los comerciantes deben tener listo los desechos para que sean recogidos.

2. ¿Realiza algún tipo de reciclaje con los desechos orgánicos?

Tabla 4: Respuesta de la pregunta 3

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	0	0%
NO	44	100%
TOTAL	44	100%

Gráfico 3: Respuesta N°3



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis

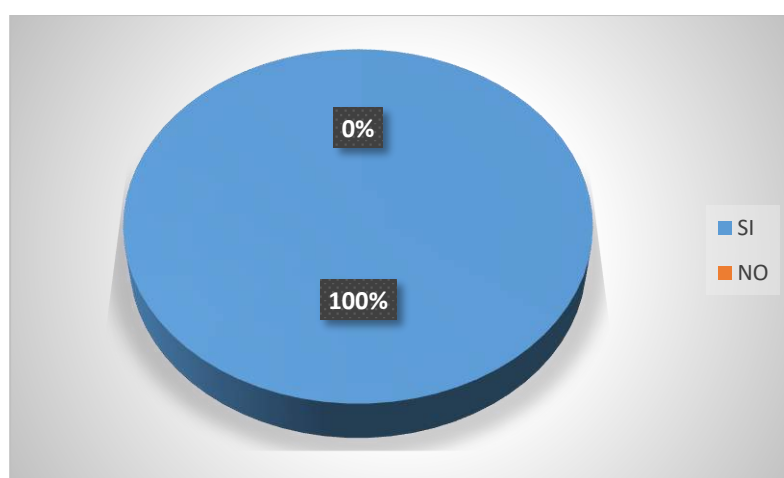
De un total de 44 comerciantes que representan el 100%, no existe uno solo que recicle sus desperdicios, en esta pregunta el NO obtuvo el 100%, es decir; las 44 personas mientras que el SI 0%, 0 personas como se observa en el gráfico. Estos datos realmente son preocupantes, en lugares donde se genera gran cantidad de desperdicios deberían existir planes para organizar y a su vez aprovechar los mismos. Los autores del presente trabajo creen firmemente que la idea del reciclaje en estos establecimientos, sería de gran ayuda para la sociedad y para el medio ambiente. Son 44 personas las que trabajan a diario sin saber que los desperdicios se pueden reciclar y reutilizar.

3. ¿Estaría usted de acuerdo en participar en campañas de reciclaje dentro del mercado municipales?

Tabla 5: Respuesta de la pregunta N°4

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	44	100%
NO	0	0%
TOTAL	44	100%

Gráfico 4: Respuesta N°4



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis

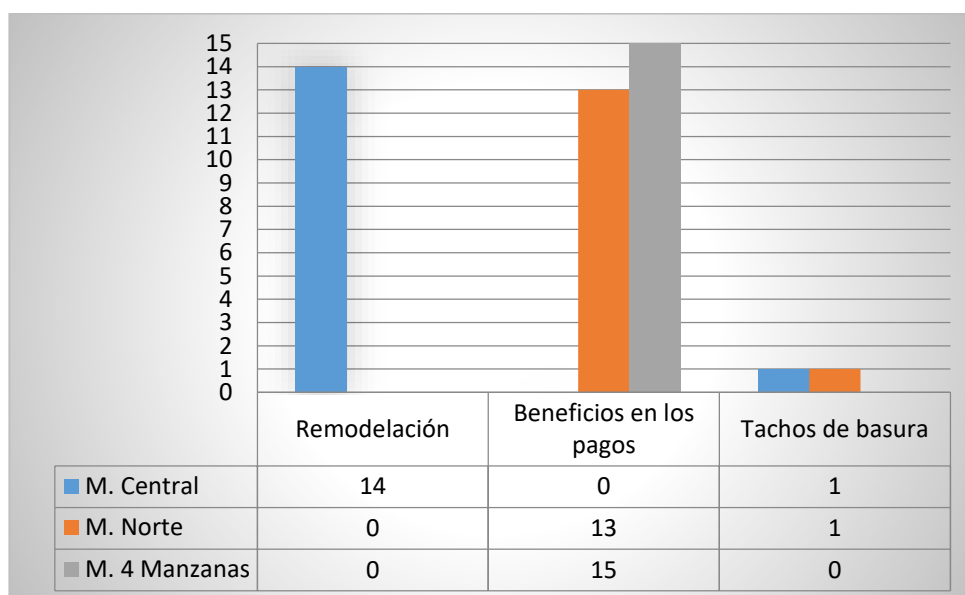
De un total de 44 personas que representan el 100%, 44 dijeron que SI a esta pregunta con el 100%, no así la respuesta No que obtuvo el 0% de electores como se observa en el gráfico. La mayoría de los participantes de las encuestas poseen poco o nada de conocimiento acerca del reciclaje, se lo pudo constatar cuando al realizarles esta pregunta, muy pocos tenían alguna noción de lo que esto significa pero, tras una breve explicación del tema se reflejaron entusiastas de participar en la idea de reciclar. Como muestran los datos en la parte superior, existe una predisposición muy alta para colaborar en la labor y esto significa que el proyecto tiene un gran porcentaje de aceptación y de éxito.

4. ¿Qué beneficio le gustaría recibir por reciclar sus desechos orgánicos?

Tabla 6: Respuesta de la pregunta N°5

Mercado Municipal	Remodelación	Beneficios en los pagos	Tachos de basura
	Cantidad		
M. Central	14	0	1
M. Norte	0	13	1
M. 4 Manzanas	0	15	0

Gráfico 5: Respuesta N°5



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis

En una pregunta abierta, es decir sin respuestas específicas, tres se volvieron un factor común; la remodelación del establecimiento, beneficios en sus pagos mensuales y recipientes o tachos de basura individuales para poder realizar el reciclaje. Pero cada tema surgió dependiendo del ambiente, por ejemplo los comerciantes del Mercado Central en su mayoría pedían como beneficio para ser partícipes del proyecto de reciclaje, la remodelación del lugar pues creen que llevándose a cabo esta solicitud mejoraría

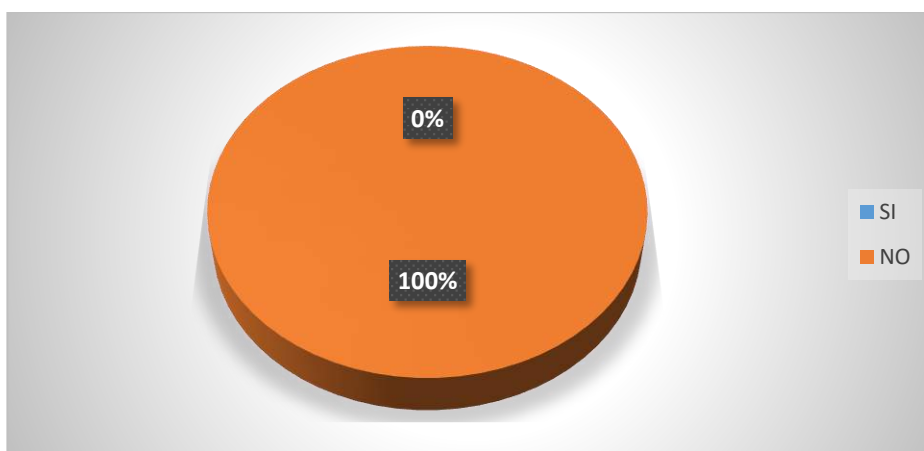
muchísimo en el aspecto económico, cultural, social y medio ambiental del lugar. No así nos comerciantes de los otros dos mercados participes del proyecto, ellos analizan que el beneficio estaría apropiado gestionarlo en los pagos mensuales que realizan por los locales, un descuento para ser específicos. Finalmente hubieron dos personas; una del Mercado Central y otra del Mercado Norte que opinaron acerca de implementar recipientes para ser utilizados únicamente con el fin de reciclar. Las estructuras de los Mercados 4 Manzanas y Norte se encuentran en buen estado y se entiende el porqué de su elección al momento de opinar acerca del beneficio.

6.- ¿Durante el año 2017 y lo que va del 2018 el municipio le hizo partícipe de alguna campaña de reciclaje?

Tabla 7: Respuesta de la pregunta N°6

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	0	0%
NO	44	100%
TOTAL	44	100%

Gráfico 6: Respuesta N°6



Fuentes: Encuestas

Elaboración: Investigadores

Análisis

De un total de 44 personas que representa el 100%, la respuesta NO obtuvo 44 votos que representan el 100%, mientras que el SI no alcanzó un solo voto dejándolo con el 0%, como se observa en el gráfico. Este tipo de resultados corrobora aún más del porqué de la idea de implementar un sistema de reciclaje, como ya se ha mencionado anteriormente no existen y eso lo demuestran los números además, lo positivo de este proceso interrogatorio es que se pudo conocer la opinión de ciudadano común, se puede decir que es quien vive día a día estas necesidades y que, en una estructura económica como esta, sería el pilar fundamental al igual que el cliente, teniendo en cuenta que el primero es quien invierte sus recursos para ofrecer sus productos y el segundo satisface sus necesidades con la ayuda también de su capital, estos dos personajes requieren o necesitan de un buen ambiente para que su relación sea fructífera para ambos.

Análisis de la Entrevista

- 1. ¿Qué opina usted acerca de los mercados municipales que no cuentan con procedimientos de reciclaje o reutilización?**

Entrevistado: Sería de mucha ayuda tanto para el medio ambiente como para las personas que laboran en ese tipo de establecimientos, en vista de que se expenden muchos productos orgánicos que pueden ser mejor utilizados.

- 2. ¿Qué importante sería para el medio ambiente si existieran métodos de reutilización de los desechos orgánicos que un mercado municipal genera?**

Entrevistado: Es bueno devolver a la naturaleza lo que le hemos quitado, en pocas palabras; los desechos orgánicos podrían ser utilizados para dar vida a la naturaleza mediante el proceso de elaboración del abono.

- 3. ¿Cómo se podrían aprovechar de mejor manera los desechos orgánicos que generan los mercados municipales?**

Entrevistado: Como lo dije en la pregunta anterior al existir gran cantidad de desechos orgánicos, se podría procesar estos en abono para luego ser utilizados en terrenos infértiles o en áreas verdes.

- 4. Existen alimentos, que en algunos casos podrían ser destinados a fundaciones que alimentan a personas que viven en la indigencia, ¿Qué procesos se pueden implementar para asegurar la asepsia de estos productos y que así no afecte a la salud de dichas personas?**

Entrevistado: Se recomienda lavar con abundante agua, el hecho de que se vayan a alimentar a personas que viven en la indigencia no quiere decir que deben comer algo en mal estado, al no realizar una correcta limpieza podríamos afectar su salud y estarían empeorando su situación.

- 5. Si este tipo de negocios continúan manipulando los desperdicios de la manera que lo hacen ¿Cuáles serían las consecuencias para el medio ambiente a mediano y largo plazo?**

Entrevistado: Las consecuencias ya las estamos viendo hoy en día, podemos ver en diferentes naciones como el clima ha cambiado significativamente terminando en muchos casos en grandes desastres y

consigo millones de afectados. A largo plazo pues imagínate lo que hoy vivimos, pero quizás multiplicado por dos o tres.

6. En su mayoría los comerciantes que laboran en los mercados municipales ostentan de una educación básica y secundaria, y en algunos casos existe el analfabetismo ¿Cómo se lograría trabajar en estos casos?

Entrevistado: En mi punto de vista este es el principal reto a superar, la mayoría de estas personas han vivido con costumbres poco amigables con el medio ambiente, no se las puede culpar o señalar en vista de que no tuvieron la oportunidad que hoy en día se tiene para educarse, además, hoy a los chicos desde las escuelas se les enseña a respetar a la naturaleza e incluso en la actualidad las personas que luchan por el bienestar del medio ambiente son escuchados y en la parte política existen leyes para proteger a nuestro planeta. Es prioritaria la ayuda a estas personas en la educación académica ya que el conocimiento es poder.

7. Características y desarrollo de la propuesta

7.1 Título de la propuesta

Desarrollar un Plan de Marketing para el reciclaje y la reutilización de desechos orgánicos que se generan en los mercados Municipales del centro de la ciudad de Guayaquil.

7.2 Justificación de la propuesta

Análisis PEST

Político

Tras varios días de búsqueda e investigación se concluye que no existen políticas que vayan en contra de la ejecución del proyecto, más bien; el Gobierno Nacional impulsa el cuidado al medio ambiente, esto se puede notar en la Constitución de la República del Ecuador en donde se pueden encontrar artículos que defienden el agua, el suelo, la biodiversidad, el ambiente sano, entre otros. Actualmente se encuentra en el poder, un nuevo Gobierno que al parecer también trabajara a beneficio del medio ambiente lo que beneficia mucho este tipo de proyectos.

Económico

Para realizar el estudio en el campo económico, es preciso plasmar el siguiente análisis: los desperdicios se generan una vez que los comerciantes realizan la limpieza y la venta de los productos; es decir entre más se venda, más desperdicios existirán pero en esta ecuación que parece tan simple existe un factor determinante que impide que tanto la oferta como la demanda no tengan éxito y este es el desempleo. Según la página del INEC la tasa desempleo alcanzó el 4.1% a nivel nacional, es necesario resaltar que esta información se publica cada 3 meses y esta corresponde a septiembre del año en curso. Otro elemento que se debe considerar es los precios de los productos pueden variar de un momento a otro, en algunos casos llega a un punto en donde comprar se vuelve imposible. Este es el caso del limón, que hasta hace unos pocos meses un saco llegó a costar \$200 dólares o en ocasiones el producto escasea porque aún no es momento de su cosecha o está próximo a serlo y los precios se enaltecen.

Social

El punto más complejo de este estudio es la falta de educación académica y la falta de cultura en el reciclaje, por lo general se colocan todos los desperdicios; sean estos orgánicos e inorgánicos en un solo recipiente y ha sido así por muchas décadas por lo que se trata de una acción que se la realiza con naturalidad. Además este tipo de personas ponen una barrera al cambio teniendo en cuenta que su desconocimiento los ha llevado a vivir de esa manera.

Tecnología

Pasar de basura orgánica a productos que sirvan como abono, recuperadores de suelo o fertilizantes de tierra, no es una tarea sencilla; debido a que el proceso conlleva a la utilización de maquinaria industrial, como granuladoras, clasificadores, empacadoras, además de minerales naturales y en algunos casos estiércol. Es importante manejar este proceso con personas expertas en el campo físico, químico y biológico, debido a que se necesita crear microorganismos para descomponer el material orgánico, se requiere mantener temperaturas específicas, crear ambientes adecuados para el almacenamiento de los residuos y así no crear un cultivo de bacterias que podría afectar a la población.

Análisis FODA

Fortalezas:

➤ **Se ostenta habilidades de comunicación.**

Los autores del presente proyecto investigativo cuentan con experiencia y conocimiento para la difusión del proyecto.

➤ **Se conoce el ambiente donde se trabajará.**

Unos de los integrantes del presente proyecto investigativo cuenta con conocimientos acerca de los mercados municipales donde se desarrollará el proyecto, así como de las autoridades competentes para la solicitud de permisos.

➤ **El Internet**

Esta maravillosa herramienta se ha desarrollado de una forma global y permite la rápida difusión de cualquier tipo de mensaje, adicional más del 55,63% de ecuatorianos usan internet según el Ministerio de Telecomunicaciones, de este modo ayudará a que los ciudadanos conozcan sobre el plan de reciclaje.

Oportunidades

➤ **No existen planes de reciclaje en los mercados municipales.**

Toda la basura orgánica e inorgánica se concentra en un sólo lugar en vista de que no hay lugares para separar los desperdicios.

➤ **Existe mayor apoyo al cuidado del medio ambiente en general.**

Iniciativas desde el Gobierno nacional, hasta agrupaciones populares independientes han hecho que se desarrollen leyes o se creen voluntariados que trabajen con el objetivo de disminuir el impacto ambiental.

Debilidades

➤ **No se cuenta con un experto en el campo de reciclaje y reutilización de desechos orgánicos.**

Lastimosamente no se posee la ayuda de un conocedor del proceso de elaboración del abono, además, los participantes del proyecto nunca han estado inmiscuidos en este tipo de trabajos.

➤ **No se cuenta con la maquinaria industrial.**

Para realizar este tipo de productos orgánicos se requiere maquinaria industrializada teniendo en cuenta que su proceso lo exige.

Amenazas

➤ **Oposición al cambio**

Como se ha mencionado anteriormente, los comerciantes han trabajado durante varios años con la misma forma de manipular los desperdicios y existe la posibilidad de que no deseen cambiar ese hábito, motivo por el cual, quizás lleve un poco más de tiempo.

➤ **El presupuesto de la logística y la publicidad.**

Se realizará un plan de Marketing y se convertirá desechos orgánicos en abono, todo esto conlleva dinero, el cual puede ser elevado para las Autoridades Municipales y a su vez la no aprobación del proyecto.

Modelo CAPA

Potenciar las fortalezas:

➤ **Se ostenta habilidades de comunicación.**

Es muy importante este tipo de conocimientos y a futuro se asistirá a capacitaciones acorde a este tema para reforzarlo.

➤ **Se conoce el ambiente donde se trabajará.**

Mediante visitas constantes a diferentes horarios y en distintas fechas se desea estar al tanto de las actividades que se realizan en los mercados y de esta manera los comerciantes se podrán familiarizar con los partícipes de este proyecto.

➤ **El Internet**

Por lo importante que se ha vuelto hoy en día el internet, las personas con escaso o suficiente conocimiento en este tema, han tenido que adaptarse a este servicio y así se ha vuelto en un importante medio para dar a conocer cualquier tema.

Aprovechar las oportunidades:

➤ **No existen planes de reciclaje en los mercados municipales.**

Se apuesta mucho a esta oportunidad en vista de que al no existir dicho plan de reciclaje, el proyecto tendría más posibilidades de que se pueda ejecutar.

➤ **Existe mayor apoyo al cuidado del medio ambiente en general.**

Aprovechar esta oportunidad sería acertado teniendo en cuenta que el apoyo es directamente de las autoridades.

Corregir las debilidades:

➤ **No se cuenta con un experto en el campo de reciclaje y reutilización de desechos orgánicos.**

Este tema será resuelto de manera prioritaria debido a que es necesario conocer y entender todo sobre el reciclaje y sus procesos.

➤ **No se cuenta con la maquinaria industrial.**

Debido a que se planea producir abono a gran escala es necesario adquirir los implementos necesarios para llevarlo a cabo. Se estima que la autoridad municipal será quien aporte estas herramientas.

Afrontar las amenazas:

➤ **Oposición al cambio**

Se apostará firmemente al diálogo directo con los comerciantes, dado que el diálogo es la base de los problemas y la solución de ellos mismos, por otro lado mediante estrategias eficaces se pretende llegar a la conciencia del comerciante para generar ese cambio en su forma de pensar y proceder.

➤ **El presupuesto de la logística y la publicidad.**

Por lo general la falta de recursos es motivo principal para que un proyecto no se lleve a cabo, por tal motivo se buscará economizar en gran manera pero al mismo tiempo se analizarán acciones que no cambien el resultado final.

7.3 Objetivo de la propuesta

El objetivo del presente trabajo investigativo consiste en Concientizar a los comerciantes a reutilizar los desperdicios orgánicos generados en los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil.

Con la finalidad de impulsar el reciclaje y la reutilización de desechos orgánicos en los mercados municipales.

7.4 Factibilidad de aplicación

De acuerdo al estudio realizado en el presente trabajo investigativo se establece que todas las estrategias que se proponen son factibles en cada uno de sus aspectos, en vista de que se basan en los siguientes ámbitos:

- **Técnica:**

Se considera que será factible en vista de que se cuenta con la ayuda de un experto en temas de reciclaje, además conoce métodos acerca del acopio y manipulación de desechos orgánicos.

- **Operativa:**

La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil siempre ha trabajado por mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos por tal motivo, existe interés en mejorar el destino que se le da a los desechos orgánicos generados en los mercados municipales, el cual es el objetivo del proyecto.

- **Legal:**

Se basa en la Constitución de la República del Ecuador, en el TITULO II DERECHOS, Derechos del buen vivir; Ambiente sano, además del Capítulo séptimo; Derechos de la naturaleza, sin olvidar el TITULO VII Régimen del Buen Vivir; Biodiversidad y recursos naturales, Naturaleza y ambiente, Sección quinta; Suelo, Sección séptima; Biosfera, ecología urbana y energías alternativas con sus respectivos artículos que se encuentran plasmados en el marco jurídico del presente trabajo.

- **Ambiental:**

El impacto ambiental que se desea generar en la ciudadanía es positivo, en vista de que se quiere reutilizar los desechos orgánicos generados por los mercados municipales y así contribuir a la mejora del medio ambiente.

- **Económico:**

El Municipio de Guayaquil creó el programa Guayaquil Emprende, donde se financian proyectos que aporten a la economía del país.

Presupuesto

Tabla 8: Presupuesto de la propuesta

GASTOS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Afiches publicitarios	15	\$ 10,00	\$ 150,00
Publicidad en vehículos parte posterior	6	\$140,00	\$ 840,00
Diseñador de artes	1	\$500,00	\$ 500,00
Computador hp	1	\$600,00	\$ 600,00
Productor de videos	1	\$500,00	\$ 500,00
Cámara nikon	1	\$650,00	\$ 650,00
Tacho de basura orgánico	44	\$ 10,00	\$ 440,00
Pegatinas	44	\$ 0,25	\$ 11,00
Otros Gastos	1	\$109,00	\$ 109,00
		TOTAL	\$3.800,00

7.5 Descripción de la propuesta

La propuesta fundamental radica en cambiar el modo de proceder con respecto al manejo de los desperdicios orgánicos por parte de los comerciantes de los mercados municipales del centro de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de que estos (comerciantes) tengan la información necesaria y así comprendan la importancia de su fin, pero antes de todo se busca despertar su predisposición brindándoles servicios gratuitos en su beneficios y en el de sus familiares, además se busca mejorar las condiciones laborales para que proporcionalmente mejore el servicio.

Los mercados municipales se caracterizan por albergar personas con deseos de tener un medio de ingreso económico independiente, dicho de otra forma negocios propios. En estos establecimientos se puede encontrar hortalizas, verduras, frutas, alimentos perecibles y no perecibles, entre otros y por este motivo es que los participantes del proyecto decidieron crear un Plan de Marketing con diversas estrategias, con el fin de concientizar a las personas acerca del manejo de los desperdicios orgánicos.

Por esta razón, es importante aplicar estrategias que vayan acorde a la idiosincrasia y educación de los comerciantes,

Al mismo tiempo, se realizarán afiches con mensajes de fácil comprensión que serán colocados a los alrededores de los mercados y en sus interiores además de instituciones educativas y de salud pública o privada que se encuentren a los alrededores de los Mercados.

Por otro lado, es importante utilizar el internet como medio de comunicación, se crearán fan pages en las distintas redes sociales más utilizadas (Facebook e Instagram) donde se compartirá información de la campaña, se elaborarán imágenes con fotos de los comerciantes realizando actividades de reciclaje, se contará con la ayuda de un productor de videos para realizar pequeños spots publicitarios para graficar de manera precisa las actividades que se realizaran y así, las personas ajenas al proyecto puedan observar de que se trata la campaña.

➤ **Charla de introducción**

Al igual que las sesiones solemnes que el Abogado Jaime Nebot Saadi Alcalde de la ciudad de Guayaquil, celebra en el Palacio de Cristal cada 25 de Julio y 9 de Octubre, fechas importantes para esta ciudad, se convocará a los comerciantes implicados en el proyecto en dicho lugar para de esta forma realzar el proyecto y darlo a conocer en tiempo determinado de 2 horas, desde las 16:00 hasta las 18:00. Se escogió este horario teniendo en cuenta que por lo general es el momento de menor venta y está cercano al cierre del establecimiento comercial.

Imagen 10: Charlas Informativas



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

➤ **Alianzas estratégicas**

Como se mencionó anteriormente, existen problemas en la parte académica en los comerciantes y con la finalidad de ayudar en este campo, se creará una alianza estratégica con el Ministerio de Educación que ejecuta la Campaña “Todos ABC” el mismo que consiste en la posibilidad de acceder a la educación de todos los ecuatorianos mayores de 15 años que no hayan alcanzado la educación básica, este beneficio será puesto a disposición de todos los comerciantes; sean estos participes o no del proyecto dado que se considera importante el conocimiento y la educación para tener negocios exitosos. Los vegetales y frutas mediante la correcta asepsia, serán enviados a la Fundación Iglesia San Agustín, para apoyar a su trabajo de alimentación a indigentes, con el fin de apoyar a este tipo de instituciones que trabajan por el bienestar del prójimo, sin buscar nada a cambio más que la satisfacción de realizar el bien por los demás, además se buscará algún tipo de descuento económico para los comerciantes que participen en el proyecto en el Centro Médico Dental “San Agustín” que funciona en la misma iglesia, se coordinará la logística con las autoridades de este organismo. Otra alianza estratégica que se planteará será la implementación de una guardería ubicada cerca del mercado municipal con la ayuda del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) en vista de que los comerciantes tienen niños que por lo general al igual que los padres, entran y salen a las misma hora del mercado y en ocasiones no existen las condiciones necesarias para que realicen sus tareas y sus padres no tienen el conocimiento suficiente para supervisar dichas obligaciones académicas. Se proyectará la idea de reducir en un 10% del pago mensual de su tasa de ocupación en el mes que la autoridad municipal considere pertinente por la colaboración de los comerciantes en el proyecto

Imagen 11: Alianzas Estratégicas



Elaborado por: Autores

Fuente: www.google.com

➤ **Implementación de depósitos**

Para la correcta separación de los desechos orgánicos se implementarán depósitos de color verde, el cual va acorde a la composición de los desechos orgánicos, además cumplen con la NORMA NTE INEN 28.41, que hace referencia a la Estandarización de Colores para Recipientes de Depósito y Almacenamiento Temporal. Esta estrategia tiene como objetivo principal fomentar la separación y recolección selectiva.

Estos depósitos poseen dos ruedas para su fácil movilización, además su capacidad es de 132 litros sus medidas son 48cm de ancho, 50cm de largo y 97cm de alto, para el almacenamiento de la basura orgánica se utilizaran fundas grandes y serán utilizados únicamente para dichos residuos, el cuidado y el mantenimiento de los depósitos estarán a cargo de los comerciantes y deberán comunicar de alguna anomalía a la autoridad municipal.

Imagen 12: Depósito de desechos orgánicos



Elaborado por: Autores
Fuente: www.google.com

➤ **Uso de plataformas digitales**

Hoy en día las plataformas digitales se han convertido en un medio de comunicación que es utilizado por millones de personas y de compañías a nivel mundial, se emplean para dar información de interés a sus seguidores o consumidores, así mismo se usan para exponer algún tipo de noticia o evento próximo a realizarse, se explotan como espacios de opinión donde los fans tienen la posibilidad de expresar sus puntos de vista, sean estos positivos o negativos y de esta forma se recopila información que puede ser utilizada por el propietario de la marca y valerse de la misma para crear actividades en que vayan acorde a estos análisis.

○ **Facebook**

En vista de ese fenómeno mundial, se crearán páginas en las redes sociales con más usuarios como son: Facebook e Instagram para proporcionar mayor información acerca de las actividades realizadas y a su vez informar también las que se llevarán a cabo, mediante fotos con diseños innovadores y videos con una duración como mínimo un minuto. Aquí se mostrará las acciones efectuadas durante la semana y se publicarán videos únicamente los viernes para graficar lo realizado en ese tiempo.

Imagen 13: Plataforma de Facebook



Elaborado por: Autores

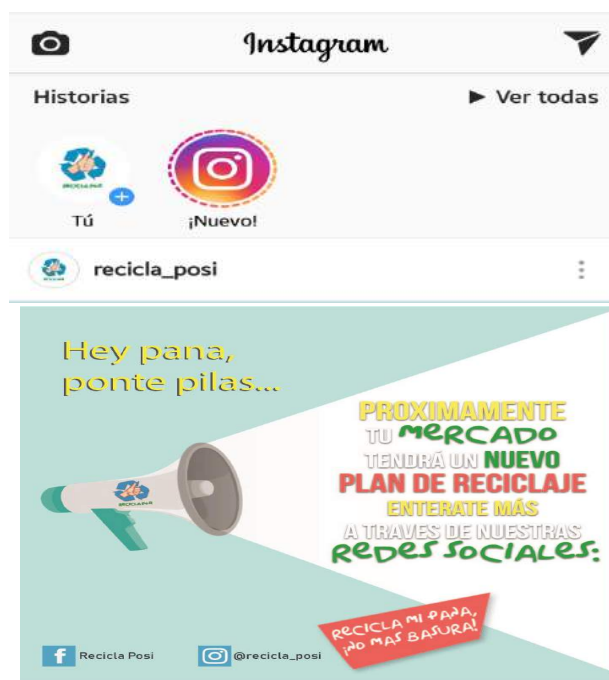
Fuente: Autores

Instagram

Por lo general se recurre a esta aplicación para mostrar fotografías y videos cortos al igual que Facebook, pero más se especializa en las imágenes y al igual que la plataforma anterior, esta será aprovechada para mostrar cambios que se den paulatinamente en los mercados municipales con respecto al manejo de desechos orgánicos. Se expondrá información sobre el reciclaje, sus beneficios, pensamientos de expertos sobre este tema y más.

El municipio utilizará el abono en los diferentes parques y plazas donde exista vegetación, por lo tanto también se graficará estos hechos al igual que los vegetales que serán enviados a la Iglesia “San Agustín” para alimentar a los indigentes, se recogerán testimonios de los beneficiados con estas acciones y será mostrada a toda la ciudadanía mediante estas plataformas.

Imagen 14: Plataforma web Instagram



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

➤ **Afiche publicitario**

Se acudirá a esta estrategia para que los clientes estén informados y al tanto de las nuevas actividades que se van a realizar. Contendrá información acerca de los nuevos depósitos de basura y su uso, para que de este modo también puedan contribuir al proyecto. Mes a mes se realizará un nuevo diseño que serán expuestos en una cartelera informativa, donde las autoridades municipales podrán colocar comunicados o avisos de interés para los comerciantes o clientes en general. De esta forma se desea convertir esta cartelera informativa en un punto de foco noticioso.

Imagen 15: Afiche



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

➤ **Control de desechos orgánicos**

Es importante que exista un control de la cantidad de desechos orgánicos que día a día un mercado municipal genera. Además, de esta forma se puede tomar como referencia para comprender la importante magnitud que posee el proyecto, debido a que si existiera este control, se podría cuantificar con exactitud cuándo desecho orgánico se genera y a su vez se podría evidenciar la cantidad de abono orgánico que podría producirse y lo mejor de todo cuanto esto podría ayudar al medio ambiente. Por tal motivo se plantea la implementación de la siguiente tabla que será utilizada por los comerciantes:

Tabla 9: Control mensual de desechos orgánicos

Control mensual de desechos orgánicos Mercado municipal "4 Manzanas"								
Enero del 2019								
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Libras	
	1 50 lbs.	2	3	4	5	6		Total semana N° 1
7	8	9	10	11	12	13		Total semana N° 2
14	15	16	17	18	19	20		Total semana N° 3
21	22	23	24	25	26	27		Total semana N° 4
28	29	30	31					Total semana N° 5
								Total Mes

Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

➤ **Brandeo vehicular**

Es importante que los clientes estén enterados de la labor que se llevará a cabo pero también es imprescindible que los moradores que habitan a los alrededores del mercado, estén familiarizados con el plan ya que es lo que se proyecta es cambiar la imagen que se tiene de un mercado, es decir; que pase de ser un lugar donde se generan olores por la acumulación de todo tipo de basura, a un ambiente donde el comercio también ayuda a disminuir la contaminación ambiental. Cabe recalcar que existen colaboradores que se dedican a la limpieza de los mercados, y su trabajo es muy bueno el problema recae en que no existe la debida separación de desechos y al acumular toda la basura se crean olores que no son de mucho agrado. Por tal motivo se implementará este tipo de publicidad en buses cuyas rutas circulen a los alrededores de los mercados. Por otro lado se colocara un afiche rectangular en la parte posterior de los asientos de dichos buses, de este modo muchas personas podrán leer el afiche cuando estén sentados y así el mensaje llegará de manera directa al receptor.

Imagen 16: Brandeo Vehicular



Elaborado por: Autores

Fuente: Autores

➤ **Día del medio ambiente**

Cada 5 de Junio se celebra el día del medio ambiente y para celebrar ese acontecimiento, se llevará a cabo una casa abierta en el parqueadero del Mercado de Artículos Varios “4 Manzanas” en vista de que es espacioso. Se invitará a estudiantes de Colegios que estén cursando el último año de educación secundaria para que presenten proyectos que vayan en mejora del medio ambiente, asimismo un representante por cada mercado municipal (participante del proyecto) deberá presentar un trabajo con respecto al mismo tema (medio ambiente). También se expondrán todos los avances alcanzados en el proyecto de reciclaje hasta ese momento.

Imagen 17: Medio Ambiente



Elaborado por: Autores

Fuente: www.google.com

7.6 Formas de seguimiento de la propuesta

En el presente cronograma de actividades se muestra de manera cronológica las actividades a realizarse junto con las estrategias, se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 10: Cronograma de Actividades

NOVIEMBRE 2017				
Etapa de investigación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Observación en los mercados municipales.				

ENERO 2018				
Etapa de Preparación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Realización de arte hojas volante.				

FEBRERO 2018				
Etapa de Preparación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Realización de encuestas.				
Realización de entrevista.				

JULIO 2018				
Etapa de Implementación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Inicio del programa "Todos ABC".				
Apertura del Centro Infantil del Buen Vivir.				
Creación de las Redes Sociales "Facebook e Instagram".				

Octubre 2018				
Etapa de Implementación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Colocación de afiches en los Mercados Municipales y en establecimientos de Salud y Educación, públicos y privados				
Brandeo vehicular				

ENERO 2019				
Etapa de Implementación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Charla de introducción del Pan de reciclaje a los Comerciantes en el Palacio de Cristal.				
Distribución de recipientes donde se depositaran los desechos orgánicos.				
Inicio de la recolección de Desechos Orgánicos.				
Recolección de Frutas y Verduras en buen estado por parte de delegados de la Fundación Iglesia San Agustín.				
Implementación de la tabla del "Control de Desechos"				

JUNIO 2019				
Etapa de Implementación	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Feria Ecológica por el "Día del Medio Ambiente"				

7.7 Resultados esperados de la aplicación de la propuesta

Tras el impulso del proyecto de investigación se espera:

- Mejorar la educación académica de los comerciantes para que la idea de reciclar y reutilizar sea asimilada rápidamente y, así mismo, precautelar la seguridad y el desarrollo de los niños que al igual que sus padres, pasan la mayor parte del tiempo en el establecimiento comercial mediante las alianzas estratégicas.
- De la misma forma se espera el uso correcto y definitivo de los recipientes que se colocarán en cada puesto de trabajo. Pues esto servirá como acopio únicamente de los desechos orgánicos para su recolección y reutilización.
- Se proyecta que con la implementación de las redes sociales, la ciudadanía en general conozca del Plan y así también colabore cuando visite el mercado municipal.
- Al implementar la “Tabla de Control de Desechos” se espera tener datos numéricos que ayuden no solo al comerciante a saber cuánta basura genera, sino también a las personas encargadas de realizar el abono con los desechos orgánicos recolectados para así mantener un registro y evidenciar de forma categórica y contundente la basura orgánica que se está aprovechando gracias al Proyecto y finalmente así se pueda efectuar en otros mercados municipales.

8. Conclusiones

Mediante la ejecución del presente Plan se espera mejorar la calidad del ambiente laboral en los mercados municipales, además de los conocimientos académicos para así brindar un mejor cuidado a los niños, además se espera contribuir grandemente a la fundación Iglesia San Agustín y de la misma manera con las personas que esta entidad ayuda.

Para la implementación de la presente propuesta se va a requerir de una asignación de presupuesto. El valor a necesitar es de \$3.800,00. Este valor será necesario para la implementación de las estrategias.

Principalmente lo que se busca es ayudar al medio ambiente, a las personas que día a día acuden a los mercados municipales a realizar sus actividades de comercio y que en muchas ocasiones se realizan se forma empírica y los resultados no son los que esperan. Además, se busca despertar el interés de la gente en el campo del reciclaje, para heredarles un mejor planeta a las futuras generaciones, pero se debe iniciar ya.

Luego de haber implementado las estrategias de Marketing que en mayoría trata de ayudar al comerciante, se buscarán más beneficios que vayan acorde a las necesidades de los minoristas y a su vez se espera implementar el proyecto en primera instancia, en el resto de locales que venden otros productos, así mismo, se espera la implementación de este proyecto en los mercados municipales restantes.

9 Anexos

Anexos 1: Formato de Encuestas



Buenos días/tardes. Somos estudiantes del tecnológico de formación y me gustaría conocer su opinión.

Objetivo:

- Conocer el comportamiento de los propietarios de los mercados municipales respecto a la reutilización de desechos orgánicos.

Encuesta No:

Fecha:

Lugar:

1. ¿Qué tipo de productos comercializa en su puesto de trabajo?

Vegetales frutas

2. ¿Al finalizar la jornada laboral cuenta con desechos orgánicos?

Sí No

3. ¿Realiza algún tipo de reciclaje con los desechos orgánicos?

Sí No

4. ¿Estaría usted de acuerdo en participar en campañas de reciclaje dentro del mercado municipales?

Sí No

5. ¿Qué beneficio le gustaría recibir por reciclar sus desechos orgánicos?

6. ¿Durante el año 2017 el municipio le hizo partícipe de alguna campaña de reciclaje?

Sí No



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional
Administrativa y Comercial**

Entrevista

Nombre: Lcdo. Jhon José Moreno Aguilar

1. **¿Qué opina usted acerca de los mercados municipales que no cuentan con procedimientos de reciclaje o reutilización?**
2. **¿Qué importante sería para el medio ambiente si existieran métodos de reutilización de los desechos orgánicos que un mercado municipal genera?**
3. **¿Cómo se podrían aprovechar de mejor manera los desechos orgánicos que generan los mercados municipales?**
4. Existen alimentos, que en algunos casos podrían ser destinados a fundaciones que alimentan a personas que viven en la indigencia, **¿Qué procesos se pueden implementar para asegurar la asepsia de estos productos y que así no afecte a la salud de dichas personas?**
5. Si este tipo de negocios continúan manipulando los desperdicios de la manera que lo hacen **¿Cuáles serían las consecuencias para el medio ambiente a mediano y largo plazo?**
6. En su mayoría los comerciantes que laboran en los mercados municipales ostentan de una educación básica y secundaria, y en algunos casos existe el analfabetismo **¿Cómo se lograría trabajar en estos casos?**

Anexos 3: Fórmula de la Muestra

N:

k:

e: %

p:

q:

Calcular muestra

n: es el tamaño de la muestra

Anexos 4: Redes Sociales

Facebook



Instragam



Anexos 5: Brandeo Vehicular

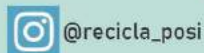


NUEVO PLAN DE RECICLAJE PARA TU MERCADO RECICLA POSI

Hey pana,
ponte pilas...

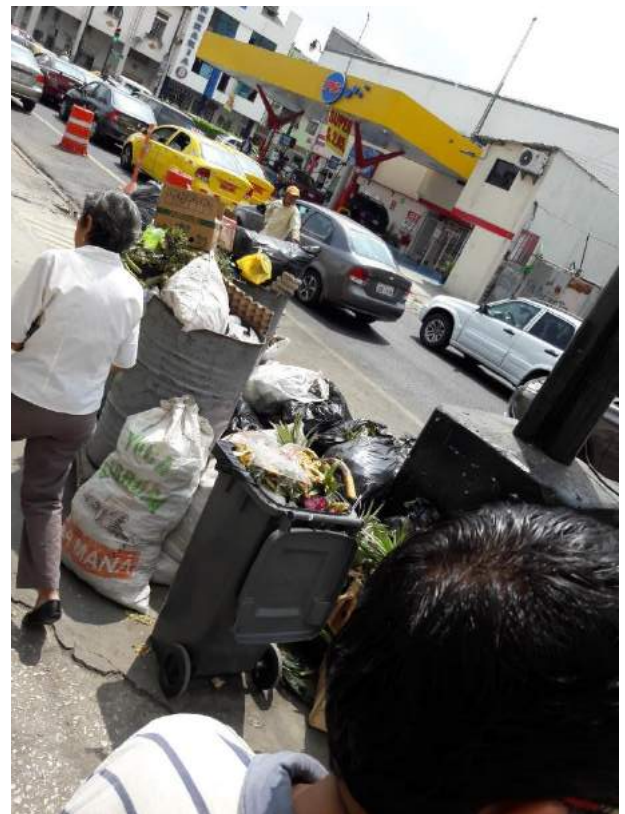


PROXIMAMENTE
TU MERCADO
TENDRÁ UN NUEVO
PLAN DE RECICLAJE
ENTERATE MÁS
A TRAVÉS DE NUESTRAS
REDES SOCIALES:



RECICLA MI PAPA,
¡NO MÁS BASURA!

Anexos 7: Desechos Orgánicos en los mercados municipales







10. Bibliografía

- Asociation, A. (2013). *Marketing Directo*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/eventos-y-formacion/la-american-marketing-association-y-la-asociacion-de-marketing-de-espana-llegan-a-un-acuerdo-de-colaboracion>
- Bembibre, C. (20 de Febrero de 2013). *Residuos*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/residuos.php>
- Bokova, I. (22 de Marzo de 2017). *UNESCO*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/search?q=contaminacion+del+agua+estadisticas+2017&oq=contaminacion+del+agua+estadisticas&aqs=chrome..69i57j0l4.11750j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Bokova, I. (22 de Marzo de 2017). *UNESCO*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2017, de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-water-day-2017/>
- Chricaden, K. (15 de Febrero de 2017). *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2017, de <https://www.google.com.ec/search?q=contaminacion+del+aire+estadisticas+2017&oq=contaminacion+del+aire+estadisticas+2017&aqs=chrome..69i57.19764j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- FAO. (04 de Diciembre de 2015). *Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2017, de <http://www.fao.org/news/story/es/item/357165/icode/>
- Galan, J. S. (29 de Enero de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>
- Hernández, J. (9 de Septiembre de 2014). *Prezi*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2017, de https://prezi.com/ko_xd6swb-ef/economia-de-los-materiales/
- Lebow, V. (24 de Diciembre de 1955). Price Competition in 1955. *Journal of Retailing*, 7. Recuperado el 21 de Noviembre de 2017, de <http://whatdoino-steve.blogspot.com/2007/12/victor-lebows-complete-original-1955.html>
- Lee, P., Compte, F., & Peralta, C. (1989). *Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Muñiz González, R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI*. España: Centro de Estudios Financieros.

- Nebot, J. (2008). *Rendicion de Cuentas de Guayaquil*. Guayaquil.
- Peña. (2017). *Plan de Marketing*. Obtenido de <http://www.lanuevarepublica.org/2017/08/29/hugosadh-plan-marketing-esconde-las-atrocidades-pena-nieto/>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (6 de Noviembre de 2017). *Buen Vivir*. Obtenido de Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-poblacion>
- Ucha, F. (20 de Enero de 2013). *Desechos Organicos*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/desechos-organicos.php>
- vivir, P. N. (Diciembre de 2017). *Secretaria Nacional De Planificacion y Desarrollo*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Westwood. (26 de MARZO de 2016). *Preparar un plan de Marketing*. Obtenido de <https://www.casadellibro.com/ebook-preparar-un-plan-de-marketing-ebook/9788416583362/2980840>