



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA PARA POSICIONAR LA IMAGEN DE ALPINA  
EN LA CIUDAD DE MACHACHI.

Autora

Carolina de los Angeles Domínguez Barba

Año  
2020



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA PARA POSICIONAR ALPINA COMO EMPRESA PREOCUPADA POR LA  
RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA COMUNIDAD DE MACHACHI.

Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciada en Publicidad

Profesora Guía

María de la Paz Villacrés Lara

Autora

Carolina de los Angeles Domínguez Barba

Año

2020

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Campaña para posicionar Alpina como empresa preocupada por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi, a través de reuniones periódicas con el estudiante Carolina de los Ángeles Domínguez Barba, en el semestre 2020-20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las dispositivas vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



---

María de la Paz Villacrés Lara

Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional

C.I. 1713988317

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR**

“Declaro haber revisado el trabajo, Campaña para posicionar Alpina como empresa preocupada por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi, de la estudiante Carolina de los Ángeles Domínguez Barba, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.



**María Andrea Pardo Rueda**  
**Máster Business Administration**  
**C.I. 1716405467**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo de titulación es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.



---

Carolina de los Angeles Domínguez Barba  
C.I. 1724930167

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primero a Dios por permitirme culminar esta etapa tan importante de mi vida, además de darme la sabiduría necesaria para poder desarrollarme tanto profesional como personalmente.

También agradezco a mis padres Oswaldo y Yolanda por su apoyo, amor y paciencia incondicional, sin ellos nada de esto hubiese sido posible, al igual que mis profesores que me han formado desde el inicio de mi carrera, en especial a Pacita que ha sido mi tutora de tesis.

Finalmente agradezco a mis hermanos Belén, Diego, Ricardo, Daniel, Mateo y Camila por estar en cada momento, sea bueno o malo además de llenar mi vida de alegría con cada ocurrencia. Asimismo, a mi compañero de aventuras Dylan por estar conmigo en todo este proceso.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a mi amiga constante, mi madre, por su incansable lucha, amor y ejemplo a seguir, ya que hizo posible que este sueño se cumpla.

También dedico a mi familia y amigos que han sido participes, en especial a Francisco Emiliano quien ha sido mi inspiración desde su nacimiento.

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo brindar información sobre las actividades que realiza la marca Alpina, como parte de su responsabilidad con la sociedad y el medioambiente, enfocándose en el sector urbano y rural de la comunidad de Machachi. Este estudio es relevante debido a que existe una mala percepción acerca de las fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero, lo que genera un rechazo de parte de los moradores del sector.

Por medio de las herramientas de investigación que se han ejecutado, se pudo identificar los factores que influyen en la mala percepción de la población hacia la marca, además de conocer los recursos que se pueden usar para una comunicación bilateral entre los grupos objetivos y la empresa Alpina. La investigación determinó que existen dos públicos a los que se debe llegar y que en cada uno se debe usar un tono de comunicación diferente.

La campaña tiene como finalidad cambiar la mala percepción que tiene la población de del cantón Mejía hacia la fábrica industrial de Alpina ubicada en Machachi desde 2003, la cuál cuenta con certificaciones como ISO 14001 que es una norma que ayuda con la mejora de la gestión ambiental de una empresa, así mismo Alpina como una de sus actividades de contribución al medio ambiente cuenta con una planta de aguas residuales, las cuales colaboran a que el líquido vital no llegue contaminada a cultivos o sembríos cercanos a la fábrica industrial.



## **ABSTRACT**

The aim of this study is to publicize the activities carried out by the brand Alpina, as part of their responsibility to societal stewardship towards the environment and culture, focusing on the community of Machachi. This study is currently relevant because of the poor perception the public has towards industrial agriculture and livestock, which currently has been publicly rejected by the community.

Through the research process we were able to determine the various factors that influence the poor perception towards the Alpina brand. Additionally, we have uncovered the resources available in order to improve bilateral communication between the client and the public. The research determined that there are two audiences in question, with each group requiring different forms of communication.

The campaigns focus is to change the poor perception the Machachi people possess towards the Alpina industrial factory which has been in the city since 2003. We hope to achieve this through varying revenues of communication and perception shifting programs.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I. TEMA .....	3
1.1. Tema .....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Justificación.....	6
CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE .....	8
2.1. Responsabilidad social.....	8
2.1.1. Responsabilidad social y el consumidor .....	9
2.1.2. Principios de la responsabilidad social .....	10
2.2. Actualidad.....	12
2.2.1. COVID-19.....	12
2.2.2. Covid-19 y responsabilidad social.....	12
2.3. Imagen de marca.....	13
2.4. Relaciones Públicas .....	14
2.5. Stakeholders.....	15
2.6. Comunicación.....	16
2.6.1. Publicidad y marketing social.....	17
2.7. Medio Ambiente.....	19
2.8. Contaminación.....	20
2.8.1. Contaminación de fábricas industriales .....	21
2.9. Caso de estudio.....	22
2.9.1. Historia de la marca Alpina .....	22
2.9.2. Responsabilidad Social Alpina.....	23
2.9.3. Objetivos específicos medioambientales de Alpina.....	24

2.10. Caso de éxito internacional .....	25
2.11. Caso de éxito nacional .....	26
<b>3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>29</b>
3.1. Objetivos.....	29
3.1.1. Objetivo general de investigación .....	29
3.1.2. Objetivos específicos .....	29
3.2. Metodología de investigación .....	30
3.2.1. Contexto.....	30
3.2.2. Tipo de estudio.....	30
3.2.3. Tipo de análisis.....	30
3.3. Fases de investigación .....	33
3.3.1. Fase cuantitativa.....	33
3.3.2. Tamaño de muestra.....	33
3.3.4. Consideraciones éticas.....	34
3.4. Análisis de resultados de investigación cuantitativa.....	35
3.4.1. Conclusiones de investigación cuantitativa.....	44
3.5. Investigación cualitativa.....	45
3.5.1. Objetivo .....	45
3.5.2. Entrevistas .....	46
3.5.3. Análisis de resultados de investigación cualitativa a especialistas sobre el cuidado ambiental .....	47
3.5.4. Análisis de resultados de investigación cualitativa a residentes del cantón Mejía.....	53
3.5.5. Conclusiones generales de la investigación cualitativa .....	59
3.6. Conclusiones generales de la investigación.....	60
<b>4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA.....</b>	<b>62</b>
4.1. Hallazgos .....	62

4.2. Grupos objetivos.....	63
4.3. Objetivos de campaña.....	63
4.3.1. Objetivo general.....	63
4.3.2. Objetivos específicos.....	63
4.4. Público objetivo.....	63
4.5. Desarrollo estratégico.....	66
4.5.1. Modelo estratégico.....	66
4.5.2. Problema.....	66
4.5.3. Golden Circle.....	66
4.6. Insight.....	67
4.7. Concepto.....	67
4.8. Tácticas en sector urbano.....	68
4.9. Tácticas en sector rural.....	69
4.10. Fases de la campaña.....	69
4.11. Primera fase.....	70
4.11.1 Posteos en Facebook.....	70
4.11.2. Parada de buses.....	72
4.11.3 Valla.....	74
4.12. Posteo de GAD municipal del cantón Mejía.....	75
4.12. Segunda fase.....	77
4.12.1. Charlas.....	77
4.12.2. Activación BTL.....	78
4.12.3. Alianza con cuerpo de bomberos del cantón Mejía.....	79
4.12.4. Visitas guiadas a la planta industrial de Alpina en Machachi.....	80
4.13. Tercera fase.....	82
4.13.1. Activación BTL.....	82

4.14. Cronograma.....	88
4.15. Cronopost.....	89
4.16. Plan de medios.....	89
4.17. Presupuesto .....	90
<b>5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>91</b>
5.1 Conclusiones .....	91
5.2 Recomendaciones.....	92
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>93</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>100</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inversión ambiental de empresas ecuatorianas en el 2011 .....	5
Figura 2. Tipos de enfoques en la responsabilidad social .....	9
Figura 3. Públicos externos de una organización .....	16
Figura 4. Públicos internos de una organización .....	16
Figura 5. <i>Ejemplo de la marca WWW sobre campaña de responsabilidad social ambiental.</i> .....	18
Figura 6. Creación de valor Alpina .....	24
Figura 7. Campaña de Coca-Cola Devolvemos a la naturaleza cada gota que utilizamos .....	26
Figura 8. Logotipo Lafabril.....	26
Figura 9. Captura de pantalla video sobre responsabilidad social de Lafabril ..	28
Figura 10. Captura de pantalla video sobre responsabilidad social de Lafabril. ....	28
Figura 11. Participantes de investigación.....	31
Figura 12. Participantes de investigación.....	31
Figura 13. Participantes de investigación.....	32
Figura 14. Tamaño de muestra. ....	33
Figura 15. Fórmula de investigación. ....	34
Figura 16. Edad de personas encuestadas.....	35
Figura 17. Profesión de personas encuestadas.....	36
Figura 18. Encuestados del sector urbano.....	36
Figura 19. Encuestados del sector rural.....	37
Figura 20. Personas que elijen una marca por su contribución al medioambiente.....	38
Figura 21. Acciones que ayudan al medioambiente. ....	38
Figura 22. Agentes contaminantes.....	39
Figura 23. Percepción sobre una marca. ....	40
Figura 24. Fábricas industriales del cantón Mejía.....	40
Figura 25. Contaminación de fábricas industriales. ....	41
Figura 26. Conocimiento de aguas residuales.....	42

Figura 27. Conocimiento sobre aguas residuales. ....	42
Figura 28. Opinión sobre Alpina. ....	43
Figura 29. Medios de difusión. ....	44
Figura 30. Entrevistado número 1 del grupo secundario B. ....	47
Figura 31. Entrevistado número 2 del grupo secundario B. ....	48
Figura 32. Entrevistado número 3 del grupo secundario B. ....	49
Figura 33. Entrevistado número 4 del grupo secundario B. ....	50
Figura 34. Entrevistado número 5 del grupo secundario B. ....	51
Figura 35. Entrevistado número 6 del grupo secundario B. ....	52
Figura 36. Entrevistado número 1 del grupo primario A. ....	53
Figura 37. Entrevistado número 2 del grupo primario A. ....	54
Figura 38. Entrevistado número 3 del grupo primario A. ....	55
Figura 39. Entrevistado número 4 del grupo primario A. ....	56
Figura 40. Entrevistado número 5 del grupo primario A. ....	57
Figura 41. Entrevistado número 6 del grupo primario A. ....	58
Figura 42. Buyer person primario. ....	64
Figura 43. Buyer person secundario. ....	65
Figura 44. Explicación del modelo estratégico. ....	66
Figura 45. Gráfica de concepto. ....	67
Figura 46. Bajada estratégica para el sector urbano. ....	68
Figura 47. Bajada estratégica para el sector rural. ....	69
Figura 48. Fases de campaña publicitaria. ....	69
Figura 49. Piezas gráficas para Facebook. ....	71
Figura 50. Posteos en Facebook. ....	72
Figura 51. Pieza gráfica para parada de bus. ....	73
Figura 52. Montaje de parada de bus. ....	74
Figura 53. Pieza gráfica para valla publicitaria. ....	74
Figura 54. Montaje de valla publicitaria. ....	75
Figura 55. Piezas gráficas para posteos en el GAD municipal. ....	76
Figura 56. Posteos en página de GAD municipal del cantón Mejía. ....	76
Figura 57. Infografía del tratamiento de aguas residuales. ....	77
Figura 58. Infografía sobre el uso de agua tratada. ....	78

Figura 59. Montaje de pozo en parque del agua en zona urbana.....	78
Figura 60. Montaje de pozo en parque del agua en zona rural.....	79
Figura 61. Montaje de carro de bomberos informando la alianza con Alpina. ...	80
Figura 62. Invitación para visitar la planta industrial de Alpina. ....	81
Figura 63. Montaje como sería la entrega de la invitación.....	81
Figura 64. Protocolo de bioseguridad para visitas guiadas.....	82
Figura 65. Pantallas para el diseño de la app. ....	83
Figura 66. Montaje de pasaporte. ....	83
Figura 67. Montaje de pasaporte por dentro.....	84
Figura 68. Montaje de pasaporte con mapa.....	84
Figura 69. Montaje de exposición fotográfica.....	85
Figura 70. Montaje de exposición fotográfica.....	85
Figura 71. Montaje de juego.....	86
Figura 72. Montaje BTL sensorial. ....	86
Figura 73. Montaje decorativa en las calles de Machachi.....	87
Figura 74. Cronograma. ....	88
Figura 75. Cronopost.....	89
Figura 76. Plan de medios. ....	89
Figura 77. Presupuesto.....	90



## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad es un proceso que se basa en colaborar con los diferentes públicos que tiene una empresa de manera simultánea, mediante una estrategia que mantenga una relación equilibrada entre ellos y la empresa, respetando las obligaciones, normas, valores y objetivos que una empresa tiene para brindar el bien común, donde participe toda la comunidad que se ve de una u otra manera involucrada con la organización. La responsabilidad social puede brindar mayor seguridad a los consumidores al momento de su decisión de compra ya que genera una buena imagen de marca debido a que va más allá de un producto.

La mayoría de las empresas en el Ecuador no se preocupa por ir más allá de la presentación de un producto, por esta razón, no hay una gran inversión o gasto ambiental, incluyendo que gobiernos locales y nacionales no regulan frecuentemente la industria y la afectación ambiental que está pueda provocar.

Por otro lado, Alpina, una empresa que invierte en prácticas medioambientales pero que no ha realizado comunicación sobre las mismas, se ve obligada a anunciar sobre su labor hacia el medioambiente y la sociedad, ya que existe un rechazo por parte de la población de Machachi hacia las fábricas industriales y las afecciones que estas puedan causar.

Por consiguiente, se realizó una investigación cuantitativa y cualitativa tomando en cuenta a personas de 28 a 58 años que residen o trabajan en el cantón Mejía lo que confirmó las dudas sobre el rechazo de la población hacia la fábrica, además de arrojar datos relevantes sobre la comunicación que se debe manejar y la opinión que la población mantiene acerca del tema. La investigación ayudo a plantear una campaña que resolviera los problemas de comunicación que mantenía la marca, mediante tácticas que involucren al sector urbano y rural que se encuentra alrededor de la fábrica industrial de Alpina.

Finalmente se elaboró la propuesta de campaña con sus respectivas piezas gráficas, manteniendo el tono de comunicación adecuado para los grupos objetivos que se va a manejar y una misma línea gráfica, así mismo, se determinó varias conclusiones y recomendaciones las cuales guiarán la campaña para ayudar a que Alpina pueda posicionarse como una marca socialmente responsable.

## **CAPÍTULO I. TEMA**

### **1.1. Tema**

Campaña para posicionar Alpina como empresa preocupada por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi.

### **1.2. Planteamiento del problema**

Para empezar, según United Nations Educational Scientific and Cultural Organization <sup>1</sup>(UNESCO, 2018) en su informe mundial sobre el desarrollo de los recursos hídricos <sup>20</sup>, presenta que el clima está cambiando, afectando la calidad del agua para el consumo tanto de la población como de los sectores agrícolas, ganaderos e industriales, por lo tanto, la organización ha puesto en funcionamiento una propuesta para combatir el mal uso del líquido vital, por esta razón, el sector industrial se ve obligado a contribuir con un modelo comercial e industrial sostenible, el cual se manejará con normativas y regulaciones constantes las cuales verifican el aporte al medioambiente (UNESCO, 2018).

En la actualidad el mundo esta consiente del daño ambiental que día a día afecta la calidad de vida humana, ejerciendo una presión tanto social como económica en la industria actual, ya que existen empresas que contaminan el medioambiente por su inversión insuficiente o falta de compromiso con el uso de agua.

Es así, que la United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO, 2018) establece objetivos específicos de sostenibilidad, mejorando los estándares de calidad de las industrias además de poner en funcionamiento regulaciones que certifiquen el buen manejo del agua.

---

<sup>1</sup> United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (en adelante UNESCO).

Por otro lado, la producción y consumo de alimentos es uno de los contaminantes más grandes en la actualidad ya que según World Wildlife Fund <sup>2</sup>(WWF, 2020) un 69 % del agua dulce la cual representa tan solo el 2,5 % del total de este recurso en el mundo, es utilizada para la producción de alimentos en el sector agrícola y ganadero, siendo el factor que más explota las reservas de la misma, seguido por el sector industrial el cual se beneficia de este líquido en un 19 %, determinando que al momento de elaborar los alimentos se ocupa un gran porcentaje de agua apta para el consumo tanto humano como de la naturaleza (Centro virtual de información del agua, 2017).

Por esta razón existen nuevas alternativas para la producción de alimentos que sean socialmente responsables y no afecten al medioambiente, es aquí cuando las grandes empresas aceptan el reto de colaborar con el medioambiente y crear objetivos de sostenibilidad, regresando al ecosistema lo que de una u otra manera se le ha quitado (WWF, 2020).

El gobierno ecuatoriano esta consciente de la contaminación actual del agua debido a la producción irresponsable de algunas empresas e instituciones, por lo que el junto a los <sup>3</sup>GADs municipales crean alianzas con el sector privado para generar un desarrollo responsable en el país, donde se puedan bajar los índices de contaminación, garantizando la producción, industrialización y comercialización de servicios o productos que ayuden al medioambiente (Ministerio del ambiente y agua, 2019).

Así pues, el gobierno quiere que las empresas del sector público y privado se involucren con actividades que beneficien al medioambiente, ya que en el 2011 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos <sup>4</sup>(INEC, 2011) dio como resultado que el 80 % de la industria ecuatoriana no realiza una inversión para proteger al ecosistema de los daños que las plantas de manufactura pueden provocar (INEC, 2011).

---

<sup>2</sup> World Wildlife Fund (En adelante WWF).

<sup>3</sup> Gobierno autónomo descentralizado

<sup>4</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Sin embargo, para el 2017 estas cifras cambiaron debido a varias iniciativas realizadas por parte del gobierno nacional y organizaciones, incrementando a un 37,47 % el gasto o inversión ambiental por parte de las empresas en Ecuador aumentando un 18,42 % respecto al año 2016 (INEC, 2019). Estas encuestas realizadas a 4.088 empresas también dieron como resultado:



*Figura 1.* Inversión ambiental de empresas ecuatorianas en el 2011. Adaptado de (INEC, 2017).

Lo que significa que en el 2017 hubo un incremento de inversión para proteger al medioambiente del 12,63 % con respecto al 2016, donde predominó el gasto en administración y gestión medioambiental con un 52,14 %, lo que quiere decir que el dinero se lo dedicó para educar, capacitar e informar sobre la protección al ambiente, seguido de realizar inversiones para prevenir residuos y en tercer lugar prevenir la contaminación de agua (INEC, 2019).

Adicionalmente según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos <sup>5</sup>(INEC, 2019) de 1.146 empresas ecuatorianas que crean aguas residuales, solo el 60,77 % realiza un tratamiento sobre ellas, estas cifras han crecido en los últimos años, debido a que el gobierno ha incrementado medidas que ayuden a las empresas a combatir la contaminación, es así que se creó el fondo de responsabilidad social y sostenibilidad, que se firmó en convenio con el consorcio ecuatoriano para la responsabilidad social y el fondo de inversión ambiental sostenible para

<sup>5</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

frenar el cambio climático, además de ayudar tanto a la conservación como en el control de los bienes y servicios los cuales son parte del medioambiente (Ministerio del ambiente, 2019).

### **1.3. Justificación**

Para comenzar, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2018) mediante el sondeo realizado para el 2017 concluyó que el 41,7 % de los GADS provinciales dedujeron que la primera afectación ambiental en su jurisdicción se da por contaminación de agua, luego con un 20,8 % por deforestación y finalmente con un 12,5 % por minería, pese a que los GADs provinciales son acreditados con Autoridad Ambiental de Aplicación Responsable <sup>6</sup>(AAAr) lo cual les da la autoridad para involucrarse en los procesos que tienen que ver con el cuidado al medioambiente (INEC,2018).

Por consiguiente, el Ecuador necesita que sus empresas realicen un gasto o inversión que contribuya al medioambiente, cumpliendo con objetivos de sostenibilidad ambiental dispuestos por el gobierno de la república, atribuyendo a que las empresas se puedan denominar socialmente responsables y cuando decidan comunicar al público generen una mejor percepción de la imagen de marca ante la población que puede verse afectada por las emisiones de contaminación.

Debido a que existen empresas que realizan responsabilidad social pero no la comunican, generando que la sociedad tenga una mala percepción de la imagen de marca y un desconocimiento sobre la labor que realizan como industria, en especial frente a sus stakeholders, los cuales frente a la mala comunicación de sus empresas pueden tener una idea errónea de lo que la marca está haciendo para su beneficio.

---

<sup>6</sup> Autoridad Ambiental de Aplicación Responsable

Es el caso de Alpina una compañía que se mantiene preocupada por la responsabilidad social y ambiental, cuenta con objetivos de sostenibilidad ambientales los cuales cumple mediante el tratamiento de aguas residuales en su planta industrial, y que como marca quiere dar a conocer su labor para con el medioambiente mediante la comunicación publicitaria, convirtiéndose así en un ejemplo para que otras empresas ecuatorianas puedan realizar su contribución al medioambiente y comunicar a la población su responsabilidad social, mejorando el pensamiento de la población que se ve afectada por las industrias considerando que las empresas también pueden combatir la contaminación ambiental (Alpina, 2018).

Además, Alpina adopta prácticas que favorecen al desarrollo humano es así como, mantiene la responsabilidad social fortaleciendo sus pilares fundamentales, haciéndolo realidad mediante el empleo, la estabilidad y la preocupación por todos sus grupos de interés, tanto que Alpina ha otorgado prestamos de vivienda, estudios, libre inversión, como también bonos escolares y descuentos en sus productos, fortaleciendo así vínculos entre empleados y la marca (Alpina, 2018).

Por lo tanto, con el desarrollo de una campaña publicitaria para posicionar Alpina como una empresa que se preocupa por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi, se desea cambiar la percepción de los moradores del sector, comunicando sobre la responsabilidad social que la fábrica realiza y así disminuir la contaminación medioambiental contribuyendo con el desarrollo sostenible que establece el gobierno de la República del Ecuador.

## CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE

En el actual capítulo se aborda la data recopilada en las fuentes secundarias sobre temas relacionados con el medioambiente y la responsabilidad social, para comprender la problemática actual dentro del campo de estudio.

### 2.1. Responsabilidad social

La responsabilidad social es una obligación consciente que una marca tiene para tomar decisiones en beneficio de los objetivos y valores de una sociedad, lo cual implica tanto obligaciones legales como intereses económicos, además de acciones en conjunto del sistema social, por lo que se reconoce que existe una relación positiva y autónoma, en la que se benefician tanto la empresa como la sociedad, abarcando así expectativas éticas, discrecionales, legales y económicas. La responsabilidad social no solo se preocupa por el cumplimiento de sus obligaciones en contratos con accionistas, administrativos y sindicales, también lo hace para diferentes grupos que se ven influenciados por la marca, es el caso de los proveedores, clientes, empleados, y comunidades cercanas (Barrio, 2019).

Una empresa que quiere seguir el camino de la responsabilidad social puede decidir entre ser socialmente responsable o realizar programas de responsabilidad social, la primera crea un plan estratégico de la mano con la responsabilidad social, mientras que la segunda destina uno solo de sus objetivos para la responsabilidad social (González, Vásquez & Mejía, 2017).

La responsabilidad social se divide en dos ramas la primera se la define como responsabilidad social corporativa, la cual es una filosofía que una empresa incorpora voluntariamente hacia sus <sup>7</sup>stakeholders preocupándose por sus intereses con una visión a largo plazo, además de encontrar el equilibrio entre la

---

<sup>7</sup> Grupo de interés



rentabilidad económica, la contribución con el medioambiente y el bienestar social (Barrio, 2019).

Ahora bien, la responsabilidad social empresarial engloba un significado mucho más amplio ya que se dirige también a empresas públicas, organizaciones, empresas privadas, organismos gubernamentales y entidades sin fines de lucro, las cuales tienen un interés por comunicar a sus stakeholders el trabajo que realizan (Barrio, 2019).

Existen cuatro enfoques desde los que se estudia la reciprocidad que tiene una empresa con la sociedad, junto al desarrollo de la responsabilidad social empresarial vinculados a los paradigmas sobre la teoría de las organizaciones:



*Figura 2.* Tipos de enfoques en la responsabilidad social. Adaptado de (Barrio, 2019).

### 2.1.1. Responsabilidad social y el consumidor

En los últimos años existe un incremento de parte de los consumidores hacia lo que ofrece una marca, como atributos de responsabilidad social, en donde predomina la ética, el medioambiente y la preocupación por las personas sobre características de una marca como la atención al cliente o la preocupación por la misma en circunstancias mucho más cercanas a lo emocional. La calidad de

un producto y la economía han cambiado, debido a que los consumidores han evolucionado su manera de pensar y actuar sumando a su ideología los criterios sociales y medioambientales a la hora de decidir por un producto o una marca en específica.

Los consumidores toman decisiones sobre los productos o servicios que una marca ofrece, según la percepción que tengan sobre ellos, es así que siguen sigilosamente los comportamientos que realizan las empresas a beneficio de la sociedad o medioambiente, por este motivo las empresas deben preocuparse no solo por las necesidades económicas, sino también por las necesidades sociales de sus stakeholders, en otras palabras cuando una marca invierte en responsabilidad social no es considerado un gasto más bien se lo ve como una inversión a largo o mediano plazo, ya que en algún momento tendrá un retorno debido a la percepción que esto genera frente a sus stakeholders, concluyendo que los clientes sentirán fidelidad hacia una marca que les promete algo más que un producto o servicio (PwC, 2019).

### **2.1.2. Principios de la responsabilidad social**

Para profundizar un poco más el significado que tiene la responsabilidad social se va a definir los principios que contribuyen al comportamiento socialmente responsable de las empresas (Enrique, 2019).

**Transparencia:** Es el principio más importante porque se trata de que los stakeholders tengan acceso a la información referente a las conductas socialmente responsables de una empresa y que al mismo tiempo los difundan.

**Visión amplia:** Se enfoca en un contexto global sobre la sostenibilidad y el nivel macroeconómico de la marca, pero teniendo el impacto local que pueda tener en la sociedad.

**Mejora continua:** Promueve la visión a largo plazo de cómo una empresa quiere mejorar continuamente, hasta llegar a cumplir sus objetivos.

**Naturaleza social de la organización:** Significa que la empresa tiene que reconocer al ser humano como eje de la organización.

**Consumo socialmente responsable:** Se refiere a la producción del producto final mediante altos estándares de calidad.

**Autoevaluación:** Mediante este principio se realiza una evaluación sobre la responsabilidad social empresarial, este proceso es realizado por agentes externos, quienes evalúan los mecanismos, criterios, resultados y modelos para llegar a un acuerdo de excelencia en responsabilidad social.

Estos principios ayudan a la empresa a preocuparse por cada uno de los factores que implica la responsabilidad social, con el fin de que todo se cumpla y tener una mejora continua sin desatender a ningún grupo de interés que tiene la marca, invitando a que todos participen en la responsabilidad social de una marca y la imagen que atrae a un consumidor potencial (Enrique, 2019).

Finalmente, a manera de conclusión se puede definir que la responsabilidad social empresarial constituye con la parte humana de una empresa y su forma de apoyar con el medioambiente, la sociedad y el bienestar de la humanidad, basándose en principios de la responsabilidad social y varias herramientas, que tengan la finalidad de fortalecer lazos con sus stakeholders y no tener conflictos entre ellos.

También se puede concluir que al momento de realizar una campaña de responsabilidad social hay que definir el enfoque que se quiere dar, también conocer sobre los valores de la marca que se van a trabajar, además tomar en cuenta cual es el grupo de interés al que la marca quiere dirigir su campaña, para no tener un desperdicio de recursos.

## 2.2. Actualidad

### 2.2.1. COVID-19

El coronavirus, es una familia de virus que transmiten de animales a personas, los síntomas incluyen fallas respiratorias que pueden ser agudas o graves, de esta familia se deriva el Corona Virus Disease 2019=COVID-19. Este virus se originó en el Oriente Medio en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei en China. Su primera aparición fue en diciembre del 2019 (Ministerio de Salud Pública, 2020).

### 2.2.2. Covid-19 y responsabilidad social

El brote de COVID-19 está afectando tanto el comercio como la economía mundial a corto y largo plazo, el Pacto Mundial de Naciones Unidas creó un plan estratégico de preparación y respuesta para que las empresas contribuyan económicamente a las necesidades sanitarias en todo el mundo además de colaborar con la <sup>9</sup>Organización Mundial de la Salud (OMS). También, se invita a las empresas a mantenerse informados y adaptar las medidas necesarias en sus fabricas industriales (Pacto Global Red Ecuador, 2020).

Por otro lado, en lo que se refiere al medioambiente Pacto Mundial de Naciones Unidas tiene 3 principios los cuales son:

- **Principio 7:** Las marcas tiene que estar enfocadas hacia la protección del medio ambiental.
- **Principio 8:** Incentivar la responsabilidad social ambiental.
- **Principio 9:** Promover la creación de nueva tecnología en beneficio para el ecosistema.

---

<sup>8</sup> Iniciativa internacional que promueve la responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad empresarial y el desarrollo sostenible.

<sup>9</sup> Organización Mundial de la Salud en adelante (OMS)

Por consiguiente, debido a las circunstancias las empresas deben incentivar el teletrabajo, generando un cambio efectivo hacia el planeta reduciendo las emisiones de CO2 por consecuencia del traslado de los colaboradores, adicionalmente las empresas deberán ayudar al bienestar de sus grupos de interés, aplicando medidas cautelosas de sanitización (Pacto Global Red Ecuador, 2020).

En fin, las empresas tienen que mantenerse empáticas con sus trabajadores y acoplarse a las necesidades que ellos tienen, además de cumplir con las normativas dispuestas por la OMS y los gobiernos autónomos para reducir los índices de contagio mundial colaborando así con la comunidad mundial y el efecto que está causando este virus.

### **2.3. Imagen de marca**

La imagen de una marca va más allá de poner un nombre, usar un logo o tener una identidad corporativa, se define de mejor manera como la esencia de una oferta o producto, otorgando un significado hacia el cliente potencial conectándolo desde una parte emocional para tomar relevancia frente a la competencia, generando rentabilidad mediante los procesos de compra y fidelización (Hoyos, 2016).

Las marcas se pueden componer de un logotipo en el cuál se ve reflejado la esencia de una marca, aunque una marca se ve reflejada en mucho más que un símbolo, ya que se puede ver atributos tangibles e intangibles que llegan a complementar lo que la marca simboliza para un grupo determinado de personas, por esta razón marketeros, diseñadores y administradores trabajan en beneficio de una empresa para conseguir una expresión poli visual y poli sensorial la cual de a conocer a sus consumidores todo lo que representa la empresa, mediante símbolos como aromas, formas, sonidos, expresiones, entre

otros elementos que hacen de una marca parte de la experiencia del consumidor (Hoyos, 2016).

La imagen de una marca puede llegar a ser más importante que el mismo producto, ya que gracias a esto se puede posicionar en sus stakeholders, debido a las acciones realizadas por la misma, impartiendo valores, principios e ideales porque con esto el público siente confianza acerca del producto y de su fabricante asegurándose de tomar una decisión correcta al momento de realizar una compra (Hoyos, 2016).

#### **2.4. Relaciones Públicas**

Las relaciones públicas se definen como una ciencia que estudia la interacción comunicacional mediante estrategias y tácticas con el fin de que una empresa pueda tener una relación cercana con sus stakeholders y así generar una buena imagen institucional, que tenga base en los valores que promulga la empresa. En efecto las relaciones públicas establecen una relación entre una organización, empresa o gobierno con sus públicos, dependiendo del éxito o fracaso de esta relación, se puede generar una buena o mala imagen de marca (Di Génova, 2016).

En la actualidad las relaciones públicas están atravesando una etapa de cambios ya que existen requerimientos periodísticos, requerimientos integrales y estratégicos donde las relaciones públicas se unen con el marketing y la publicidad para obtener un resultado integral, sin dejar de lado ningún tema, comunicando de menor manera y llegando a tener una buena relación entre las partes involucradas (Di Génova, 2016).

Así es pues las relaciones públicas son una herramienta de comunicación que ayuda a la relación entre una institución o empresa y su grupo de interés, mediante una acción personal, garantizando un trato armónico y eficiente donde

las dos partes puedan sacar provecho de la relación (Facultad de ciencias administrativas y económicas del Tecnológico de Antioquia, 2017).

## **2.5. Stakeholders**

Stakeholders o grupo de interés es un concepto donde se gestiona una estrategia junto con la ética de las organizaciones basándose en identificar cuales son las personas claves para quienes hay que realizar una comunicación, además de identificar el grupo de interés se debe tener identificado a todas las personas que influyen de una u otra manera con la empresa, realizando así un criterio de segmentación que se basará en identificar en que influye cada persona en la organización y que comunicación se debe manejar con cada uno (Oliveira, 2017).

El éxito de una empresa u organización depende de un buen manejo de los stakeholders donde se siente el apoyo recíproco de las personas y con esto poder maximizar intereses a largo plazo, los cuales se puedan manejar mediante el cumplimiento de cuatro condiciones:

1. Ser cumplidos en lo que prometen
2. No mentir
3. Ser consientes del respeto de cada uno de sus stakeholders.
4. Evitar herir a las personas.

Por consiguiente, los grupos de interés o stakeholders engloban una estrategia como parte de la ética de una empresa manteniendo las relaciones entre los públicos tanto externos como internos de una manera equilibrada respetando los intereses de cada uno y avanzando con sus objetivos (Oliveira, 2017).

Existen dos tipos de públicos en una empresa

Externos:



Figura 3. Públicos externos de una organización. Adaptado de (Oliveira, 2018).

Internos:

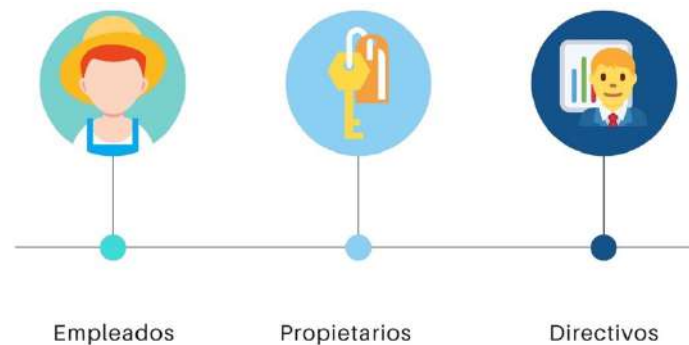


Figura 4. Públicos internos de una organización. Adaptado de (Oliveira, 2018).

## 2.6. Comunicación

La comunicación es una herramienta que sirve para relacionarse entre públicos de una mejor manera, mediante la implementación de nuevas estrategias las cuales encuentran el canal más propicio para comunicar un mensaje donde este no se diversifique, además de que la comunicación se mantiene en constante actualización tanto tendencias como de tecnología, ya que cada vez el público se encuentra más informado y tiene nuevas expectativas de una marca, e incluso adopta nuevos hábitos de compra, que van cambiando con el tiempo y según sus necesidades.



Las personas en el siglo XXI se han transformado en fuentes de información, con su participación en conversaciones virtuales y directas, como también en el uso de redes sociales, asesorándose antes de realizar una compra. Por este motivo hoy en día existen varios soportes de comunicación que se debe aplicar dependiendo la segmentación de mercado a la que se quiera llegar, debido a que el público de hoy en día se ha convertido en un cliente que consume contenido de manera constante (Pintado y Sánchez, 2017).

Por otra parte, tenemos a la comunicación ambiental que es el conjunto de estrategias y tácticas que apoyan la toma de decisiones con la participación pública donde se generen proyectos de sostenibilidad para que las personas obtengan información, adquieran destrezas y adopten comportamientos que beneficien al medioambiente. Este tipo de comunicación es relativamente nueva, debido a que sus inicios fueron en los años 70, naciendo con la publicación de artículos medioambientales, para luego fomentar revistas sobre el marketing verde y la comunicación ambiental (OIE, 2015).

### **2.6.1. Publicidad y marketing social**

La publicidad viene desde mucho antes de lo que se imagina, ya que varios arqueólogos han encontrado en el mar Mediterráneo anuncios sobre eventos y ofertas, además en la Roma antigua se difundían las peleas entre gladiadores. En la actualidad el gasto en publicidad supera el estimado de 500 mil millones de dólares estadounidenses anuales, siendo con esto una de las marcas anunciantes que más gasta es P&G con 4 200 millones en Norte América y 8 700 millones en el resto del mundo (Kotler, 2017).

La publicidad se usa para profesionales, marcas, empresas que quieren lograr sus objetivos a base de una estrategia publicitaria para poder informar, persuadir o vender, estableciendo un presupuesto, que logre el propósito que tiene la marca (Kotler, 2017).

Por otro lado, las marcas necesitan de publicidad estratégica para conocer los insights del consumidor y poder llegar a las emociones más profundas del mismo, basándose en sus experiencias y pensamientos para poder conectarse con ellos a través de una comunicación específica, dirigida para la parte emocional del público, obteniendo actitudes positivas en beneficio de la marca, por consiguiente, en la actualidad la comunicación persuasiva en la publicidad se enfoca en que los mensajes deben tener una parte simbólica que conecte con la dimensión mítica del receptor, dirigiéndose a sus deseos, anhelos y aspiraciones internas de cada persona (Fernández, Rubio & Pineda, 2019).

Con respecto a la publicidad social, se puede definir como la difusión de sus éticas y principios que refuercen la convivencia entre la sociedad, además de informar a la población tanto de las obligaciones que tienen como también sus derechos y a la vez comunicar sobre los temas de su interés, para que las personas tengan un libre acceso a los espacios y servicios públicos manteniendo el orden, además de generar buenos hábitos y conductas que beneficien a la sociedad, ayudando a la buena convivencia de la misma (UNAM, 2015).

Ejemplo:



*Figura 5.* Ejemplo de la marca WWF sobre campaña de responsabilidad social ambiental. (Creativos Online, 2016).

En cuanto al marketing social, tuvo sus inicios en la época de los 70 con Philip Kotler y Gerald Zaltman, quienes propusieron que algunos de los usos que tenía el marketing para la venta de productos o servicios podrían ser usados en la venta de ideas, actitudes o conductas que cambien aspectos negativos y los conviertan en actitudes positivas (La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas, 2015).

Philip Kotler define la aplicación del marketing en el ámbito social como el diseño y la creatividad basadas en problemas que sean que deban ser resueltos, donde los valores del marketing también funcionen en el campo público resolviendo problemas sociales, es aquí donde el consumidor se transforma en ciudadano asimilando un beneficio al cambiar una conducta, por lo tanto, es necesario tanto la comprensión como el entendimiento de las necesidades y deseos de los involucrados, considerando la inclusión de variables tanto éticas como sociales. Las primeras campañas que usaron el marketing social fueron campañas sobre el uso de anticonceptivos y control de la presión sanguínea (Kotler, 2015).

## **2.7. Medio Ambiente**

El medioambiente es la unión de factores físicos, culturales, sociales y biofísicos, es la unidad más compleja ya que aborda niveles epistemológicos los cuales para ser estudiados necesitan de la unión de todas las ciencias. Aquí se desenvuelven variedad de especies entre ellas el ser humano, además de animales y vegetales, este entorno es en el que el hombre se desenvuelve y realiza su vida, juntamente con variedad de especies además de que su relación con ellas da paso a que se forme la vida como se la conoce (Muñoz, Contreras & Molero, 2018).

Parte fundamental del medioambiente es el agua, que es uno de los agentes más importantes para que exista la vida, ya que se compone de protoplasma en un 60 % a 98 %, por lo tanto, la mayor densidad de vida está en zonas tropicales

lluviosas y en el mar. El agua pura es un recurso renovable, pero puede perder su uso debido a la contaminación y hasta llegar a ser tóxico (Muñoz, Contreras & Molero, 2018).

Por esta razón, la irresponsabilidad por parte de la población mundial ha generado un ciclo continuo de contaminación, afectando de esta manera la protección y restauración del ecosistema en riachuelos, lagunas, mares y acuíferos, ríos afectando así el desarrollo continuo del ecosistema actual (Muñoz, Contreras & Molero, 2018).

El agua se ha contaminado con el pasar de los años, debido a malas prácticas por parte de los humanos, por esta razón la ONU Medio Ambiente mediante su Iniciativa Mundial de Aguas Residuales ha creado conciencia sobre lo que representa la calidad del agua en la vida humana, por medio de estrategias que se basan en alianzas con el sector público, para generar conciencia en la población además de ayudar con control continuo de las descargas que existen por parte de industrias irresponsables que vierten sus aguas residuales en ríos y mares alejando de esta manera el ecosistema (UNEP, 2017).

## **2.8. Contaminación**

A partir de la época de los años 60 comenzó el uso de terminología referente a la contaminación como: contaminación ambiental, contaminación de aire, o contaminación del agua, por consiguiente la población empezó a crear conciencia sobre lo que pasaba en el planeta, de manera que los medios de comunicación empezaron a transmitir la idea de que las personas son las culpables de la contaminación y las terribles consecuencias que esto provocaría en el futuro, esta información se transmitió mediante medios tradicionales como: TV nacional, radio frecuencia y periódicos de diferentes ciudades, desde aquel momento las personas empezaron a tener conocimiento del daño que estaban causando y realizaron varias actividades para asegurarse de que el planeta pueda tener un futuro (Cumba, 2020).

En la actualidad la economía ha cambiado el estilo de vida de las personas ayudándolas a mejorar su bienestar, agilidad entre otras comodidades, no obstante con este progreso las industrias han contribuido en la contaminación ambiental afectando la calidad y bienestar de los seres vivos, mediante prácticas que dañan al ecosistema lo que afecta al ciclo de vida y siendo causa de grandes enfermedades, por lo que la Organización Mundial de la Salud <sup>10</sup>(OMS, 2019) implementa una serie de actividades que precautelan la salud a base de tecnología avanzada para ayudar al medioambiente, además de adoptar normas de protección ambiental en procesos industriales controlando así las plantas de manufactura, en especial si estas están ubicadas en sectores agrícolas o ganaderos los cuales se ven afectados en su producción (OMS, 2019).

### **2.8.1. Contaminación de fábricas industriales**

La contaminación que causan las fábricas industriales se genera a través de la carbonización de combustible fósil, cemento, o cerámica por consiguiente este proceso reduce el bienestar de los seres vivos en el planeta ya que afecta directamente a su atmósfera, adicionalmente en los últimos años se ha visto un notable crecimiento por parte de las fábricas industriales, las cuales se han expandido en todo el mundo, provocando afectaciones en la salud de las personas y el ecosistema (González, 2019).

Según la United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO, 2016) la mayor parte de aguas que ha sido contaminadas por fábricas son vertidas en ríos, mares o lagos gran parte de las aguas contaminadas por industrias desembocan en aguas abiertas, por lo contrario existen algunas marcas alrededor del mundo que son sostenibles del daño que pueden llegar a causar y por esta razón realizan tratamiento de aguas residuales, ayudando en este caso a los recursos hídricos del planeta, los países donde estas prácticas son aplicadas por una gran mayoría de sus empresas son: España, Japón, Italia y China (UNESCO, 2016).

---

<sup>10</sup> Organización Mundial de la Salud (OMS)

Algunas fabricas se interesan por no generar un gran impacto en contra del medioambiente por este motivo se denominan empresas socialmente responsables, las cuales por medio de sus objetivos generan acciones que contribuyen a favor del medioambiente, ayudando a la sociedad y obteniendo una mejor imagen de marca, además de que las empresas se pueden fijar en la sostenibilidad basándose en objetivos que desglosen un plan estratégico el cual encamine a una campaña publicitaria con ciertas actividades cuales ayuden a la comunicación entre marcas y stakeholders, además de crear varias acciones inspiradas en la responsabilidad social creando un incremento de metas a largo plazo (Martínez, 2019).

## **2.9. Caso de estudio**

### **2.9.1. Historia de la marca Alpina**

Alpina nació en 1945, por dos emigrantes suizos Walter Goggel y Max Banzinger quienes emigraron de la segunda guerra mundial, luego llegaron a la ciudad de Sopó ubicado en Colombia, entonces se dedicaron a fabricar quesos y mantequillas para luego diversificar su oferta, creando nuevas recetas para productos, con el paso del tiempo entraron al mercado venezolano y ecuatoriano. En 2003 Alpina inaugura su primera planta industrial del Ecuador en Machachi, para luego fusionarse con la empresa ecuatoriana Proloceki, con esto adquiere su segunda planta industrial en San Gabriel (Alpina, 2020).

En Alpina creó una fundación que mejora la calidad de vida sectores rurales, además de crecer de manera sostenible mediante la innovación de tecnología, llegando a todo el Ecuador con el 98 % de sus productos, mientras impulsan el desarrollo sostenible protegiendo al medioambiente mediante la reducción de emisiones y el manejo sustentable de los recursos (Alpina, 2020).

### **2.9.2. Responsabilidad Social Alpina**

Alpina está consciente de que el mundo sigue avanzando y que las personas desean mejorar su calidad de vida, a causa de esto, es cada vez más complicado llegar a un acuerdo sobre la productividad sin dañar el ecosistema, pero Alpina está comprometida a seguir contribuyendo con tecnología que ayude al crecimiento del desarrollo social e industrial, generando un buen ambiente, social, ambiental y económico mediante la creación de valores que se fusionen con la práctica de responsabilidad social para tener una buena relación con sus stakeholders, creando empatía entre la marca y la sociedad.

Alpina como parte de su responsabilidad social, cuenta con el tratamiento de aguas residuales en su fábrica industrial de Machachi, colaborando así con la comunidad, ya que la marca es consciente del daño ambiental que puede generar por medio de sus desechos, afectando a las personas que están a sus alrededores (Alpina, 2018).

Alpina es una empresa consciente del daño ambiental que puede producir con sus fabricas industriales como también, la economía y el terreno social, por esta razón tiene un modelo de sostenibilidad que empieza en la cadena de abastecimiento, impulsando a sus proveedores para la adquisición de materia prima de calidad. También busca generar una buena imagen ante sus stakeholders, por medio de programas de nutrición, bienestar y hábitos de consumo, adicionalmente Alpina se preocupa por sus colaboradores, quienes ayudan a que cada día la marca sea mejor y satisfaga las necesidades del mercado actual y de futuras generaciones (Alpina, 2020).



Figura 6. Creación de valor Alpina. Adaptado de (Alpina, 2019).

### 2.9.3. Objetivos específicos medioambientales de Alpina

- Disminuir los consumos en recursos naturales.
- Desarrollar fuentes alternativas y sostenibles para reducir la huella de carbono en las operaciones.
- Cerrar ciclos de desechos, emisiones y vertimientos.
- Liderar la agenda de postconsumo
- Identificar los aspectos importantes para tener en cuenta para mitigar y adaptar las zonas lecheras a los efectos climáticos extremos de sequía y lluvias.

Alpina cuenta con varios certificados y reconocimientos que la ayudan a ser mejor empresa, teniendo productos de calidad mientras colabora con la sociedad y el medioambiente. Uno de los certificados es el ISO 14001 el cuál se enfoca que mejorar la gestión ambiental de una empresa mediante políticas, normas y compromisos para el ecosistema y la sociedad, garantizando un buen sistema de funcionamiento para el cuidado medioambiental y sus públicos de interés (Alpina, 2019).



## 2.10. Caso de éxito internacional

La marca mundialmente conocida Coca-Cola ha estado en el mercado desde la década de los 80 expandiéndose a más de 200 países alrededor del mundo (Coca-Cola, 2019). La empresa ha contribuido en el cambio climático que existe en la actualidad, mediante tácticas medioambientales, entre ellas esta la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> o la reducción de energía en sus plantas industriales cambiándolas por energía verde. (Coca-Cola Journey, 2016).

Para el 2016 la empresa creó la campaña “Devolvemos a la naturaleza cada gota que utilizamos” mediante la cuál mostro a la comunidad sus prácticas medioambientales, las cuales querían minimizar el impacto que la contaminación tiene en la (Coca-Cola Journey, 2016).

En la actualidad la contaminación ambiental es un tema polémico, por está razón la marca Cola-Cola se ha propuesto enmendar los errores que la marca ha causado durante estos años, debido a que es importante para su público objetivo genere una buena percepción acerca de su imagen con marca preocupada por el ambiente y la sociedad (Coca-Cola Journey, 2016).

Durante algunos años la marca se ha expuesto a varios escenarios desfavorables sobre como la producción de sus productos afectan el ecosistema, entonces se decidió implementar una campaña publicitaria enfocada en proteger la naturaleza en especial su agua, mejorando el uso de este recurso en un 20% comparado con años pasados, además de devolver el líquido vital totalmente pura de nuevo al planeta (Hernández, 2019).

Para finalizar Coca-Cola aumento la comunicación de su campaña hacia sus proveedores agrícolas, creando una mejor imagen frente a sus públicos de interés mediante la creación de una agricultura sostenible (Coca-Cola Journey, 2016).



*Figura 7.* Campaña de Coca-Cola Devolvemos a la naturaleza cada gota que utilizamos. Tomado de (Coca-Cola,2016).

### **2.11. Caso de éxito nacional**



*Figura 8.* Logotipo Lafabril. Tomado de (Lafabril, 2019).

La fabril una empresa con 2500 colaboradores, la cual ha aprovechado de manera positiva las oportunidades que le ha brindado el mercado ecuatoriano desde 1998, ayudando a la innovación de varias marcas de consumo masivo, empezando desde su eslogan “La industria de las ideas” el cual promete ser una empresa innovadora que se basa en la sostenibilidad y la transparencia para un crecimiento económico sustentable que aporte a la industria local de manera social, medioambiental y económico (La fabril S. A., 2017).

La empresa usa el formato de comunicación GRI Standards, convirtiéndose en la primera marca latina que lo hace, efecto de esto es el crecimiento económico de la empresa entre el periodo 2015 al 2016 donde las ventas sobrepasaron los 450 millones asegurando la economía y credibilidad de la marca (La fabril S.A., 2017).

Dentro de sus ideas sustentables están sus fabricas industriales, las cuales cumplen con la norma ISO 14001 del sistema de gestión ambiental, además de cumplir cada año con el plan de manejo ambiental y eliminar el uso de bunkers, generando valor sobre la marca, lo que da como resultado el mejoramiento de las emisiones atmosféricas gracias a la tecnología que la empresa instala con el fin de contribuir al medioambiente (La fabril S.A., 2017).

Además de contribuir en la calidad de vida de San Lorenzo ubicado en Esmeraldas, la empresa también ayuda a mantener 3 mil hectáreas de reserva forestal (La fabril S.A., 2017).

También la campaña hace énfasis en la ayuda que la marca brinda mediante el empleo en las provincias de Manabí y Esmeraldas, las cuales después de el trágico terremoto quedaron devastadas, adicionalmente La Fabril colaboró extendiendo una mano a los más afectados por este desastre, ayudando con más de 120 mil platos de comida, 217.728 platos lavados, 65.050 baños de ducha, 58 mil bocas limpias, 15.120 libras de ropa lavada de adulto, 5.800 prendas lavadas de bebé, 16 mil panes, 20 mil litros de agua y 10 mil juegos de alimentos e higiene, lo que ayudó a la reconstrucción de la economía de dichas provincias (La fabril S.A., 2017).



Figura 9. Captura de pantalla video sobre responsabilidad social de Lafabril. Tomado de (YouTube Lafabril, 2017).



Figura 10. Captura de pantalla video sobre responsabilidad social de Lafabril. Tomado de (YouTube Lafabril, 2017).

### 3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN

*“La investigación científica es crítica, porque trata de distinguir lo verdad de lo falso” (Guadalupe & Concepción, 2015, pp6).*

En el presente capítulo se realizará la fase de investigación del proyecto de titulación, con el fin de recopilar información relevante que ayude a conocer al público objetivo al que va dirigido la campaña para posicionar Alpina como empresa preocupada por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi.

#### 3.1. Objetivos

##### 3.1.1. Objetivo general de investigación

Conocer la percepción del grupo objetivo con respecto a la fábrica industrial de Alpina ubicada en Machachi.

##### 3.1.2. Objetivos específicos

- Conocer los factores que influyen en el rechazo de la fábrica industrial de Alpina en Machachi.
- Analizar la percepción que tiene la población sobre las fábricas industriales.
- Definir los medios adecuados para informar a los ciudadanos del sector de Machachi, que Alpina es una empresa que se preocupa por la responsabilidad social.

## **3.2. Metodología de investigación**

### **3.2.1. Contexto**

El estudio presentado tiene fines académicos y se realiza en el cantón Mejía, recopilando datos de sectores urbanos y rurales que se encuentran cerca de fábricas industriales. En primera instancia se realizó una investigación cuantitativa mediante la técnica de encuestas, luego se complementó la investigación con entrevistas a personas específicas de la población y expertos en el tema.

### **3.2.2. Tipo de estudio**

La investigación es mixta, donde se recopilarán datos relevantes mediante técnicas de investigación con los cuales se pueda analizar e interpretar resultados con ambos enfoques, y conseguir mejores conclusiones con una perspectiva más precisa sobre el tema, y así desarrollar de mejor manera la búsqueda (Muñoz, 2015, pp. 30).

Para comenzar se realizará una investigación de carácter exploratorio analizando la coyuntura actual de la marca en cuanto a percepción, imagen macro entorno y micro entorno, adicionalmente se recopiló información sobre la percepción de las personas con respecto a las fábricas industriales en el cantón Mejía para luego establecer una estrategia que ayude a resolver el problema planteado, acoplándose a los objetivos generales y específicos de la campaña.

Cualitativo: Se realizó entrevistas a ciudadanos que se encuentran cerca de la fábrica industrial de Alpina en Machachi. La población se definió mediante de la saturación de la categoría.

### **3.2.3. Tipo de análisis**

El estudio se basa en analizar e investigar de a manera del tipo explicativo y de diagnóstico.

Por un lado, explicativa debido a que se usan herramientas que ayuden al análisis de las causas por las cuales la población de Mejía se siente amenazada frente a las plantas industriales, como también analizar la opinión de ellas hacia la marca Alpina.

De manera que este estudio pueda contestar las preguntas de investigación planteadas para así fundamentar la investigación y con esto poder proponer una campaña publicitaria que cumpla con los objetivos planteados.

Cualitativo: Se realizó entrevistas a expertos sobre el cuidado ambiental.



*Figura 11. Participantes de investigación.*



*Figura 12. Participantes de investigación.*

Cuantitativo: Se realizó encuestas a una población comprendida de hombres y mujeres de entre 28 a 60 años que habitan en la ciudad de Machachi.



*Figura 13.* Participantes de investigación.

Para la investigación se usará la fórmula estratificada tomando en cuenta un universo finito.



### 3.3. Fases de investigación

#### 3.3.1. Fase cuantitativa

La investigación cuantitativa es una herramienta que consiste en contrarrestar información recuperada de los datos con respecto al comportamiento de un fenómeno en relación con las variables, recopilando información verídica y objetiva (Guerrero, 2015).

#### 3.3.2. Tamaño de muestra

La fórmula que se usará es aleatorio simple, tomando en cuenta un universo finito con un total de hombres y mujeres de 28 a 60 años que residan en el cantón Mejía, que según la proyección de la población del 2020 es de: 108167. El cálculo se realizará con un 95 % de nivel de confianza y 5 % de margen de error (INEC, 2020).

El tamaño muestral sería:

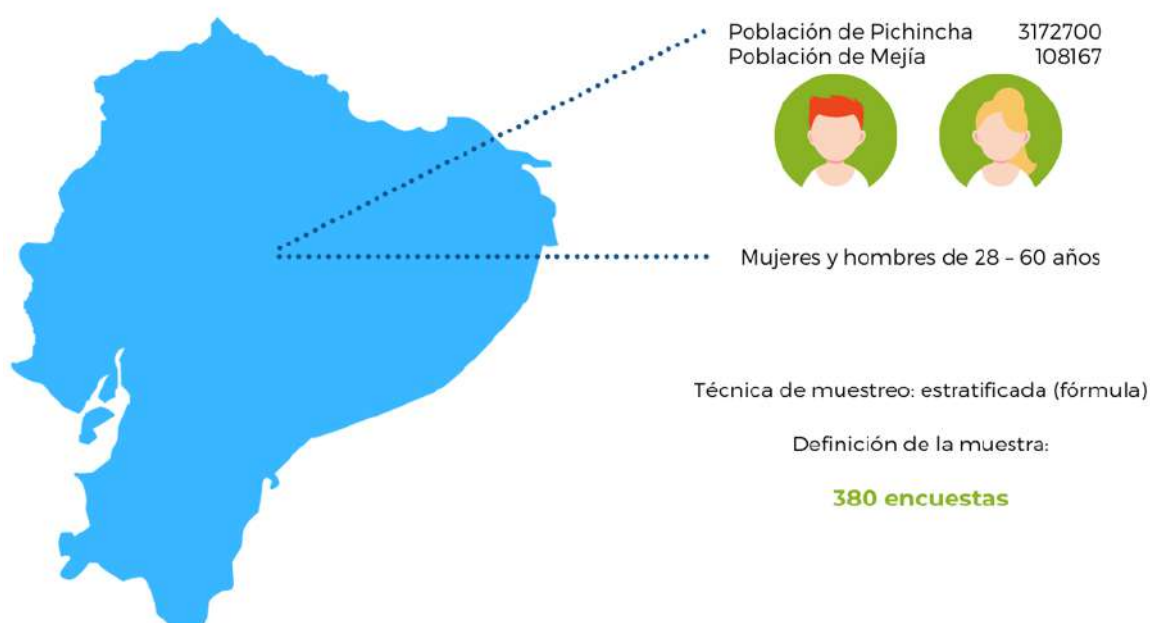


Figura 14. Tamaño de muestra. Adaptado de (INEC, 2017).

Datos de la fórmula:

Tamaño del Universo (N) = 108167

Nivel de confianza (Z)= 95 %=1,96

Probabilidad de éxito (p) 50 %=0,5

Probabilidad de fracaso (q) 50 %=0,5

Error de la muestra (d) =5 %=0,05

$$n = \frac{z^2 Npq}{k^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (108167) (0,25)}{(0,0025)^2 (108167-1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (108167) (0,25)}{(0,0025) (108166) + (3,8146)(0,25)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (108167) (0,25)}{(0,0025) (108166) + (0,95365)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (108167) (0,25)}{(270,415) + (0,95365)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (108167) (0,25)}{(271,36865)}$$

$$n = \frac{(3,8146) (108167) (0,25)}{(271,36865)}$$

$$n = \frac{(103153,45955)}{(271,36865)}$$

$$n = 380,1229786492$$

$$n = 380$$

Figura 15. Fórmula de investigación.

### 3.3.4. Consideraciones éticas

No hay ningún riesgo en cuanto al desarrollo de la investigación sobre el análisis y propuesta para el debido a que no se realizó ninguna acción que atente contra los derechos morales de la población, adicionalmente, la temática de investigación no requiere esfuerzo por parte de población que colaboraron con el estudio, cabe mencionar que dada la coyuntura actual la mayoría del proceso de investigación se lo realizará de manera virtual, debido a que existe un distanciamiento social de 2 metros.

Por otro lado, una minoría realizó las encuestas bajo un protocolo de bioseguridad, puesto que no cuentan con todos los requisitos para realizar la investigación de manera virtual.

El proyecto de investigación tiene una orientación comunicativa acerca de la empresa Alpina y su responsabilidad social.

Por otra parte, los entrevistados y encuestados gozarán de libertad para participar o no en el estudio, así que se considerará el consentimiento de cada participante.

### 3.4. Análisis de resultados de investigación cuantitativa

En el siguiente apartado se presentan los resultados que se obtuvieron por parte de los encuestados mediante gráficos estadísticos con su respectivo análisis.

#### 1. Edad: Señala al rango de edad al que perteneces

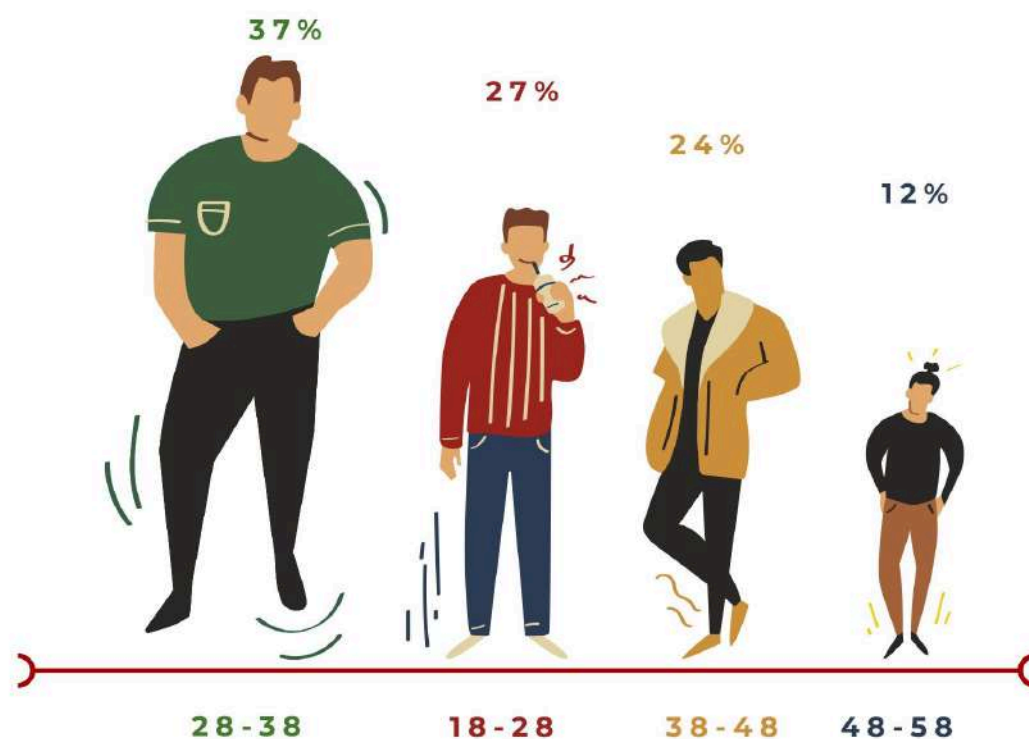


Figura 16. Edad de personas encuestadas.

La mayoría de los encuestados están en un rango de edad de entre 28 a 38 años, luego con un 27 % sigue el rango de edad de 18 a 28, con tan solo un 24 % se recopilaron datos de personas de entre 38 a 48 años y finalmente un 12 % de los encuestados fue de entre 48 a 58 años.

## 2. Profesión



Figura 17. Profesión de personas encuestadas.

El 34 % de los encuestados que participaron en la investigación fueron ganaderos, siendo el grupo más grande de profesionales que formaron parte de la investigación debido a que es uno de los grupos a quienes se quiere dirigir la campaña, seguido por los agricultores con un 22 % quienes también forman parte importante de la investigación, luego los estudiantes tuvieron una participación de un 21 % quienes nos dieron su opinión acerca de que es lo que sucede en el cantón Mejía con respecto a la responsabilidad social de las fábricas industriales. En cuarto lugar, participaron los comerciantes de la zona con un 9 % al igual que los ingenieros con el mismo valor de un 9 % y finalmente los licenciados con un 5 %.

## 3. Sector de residencias

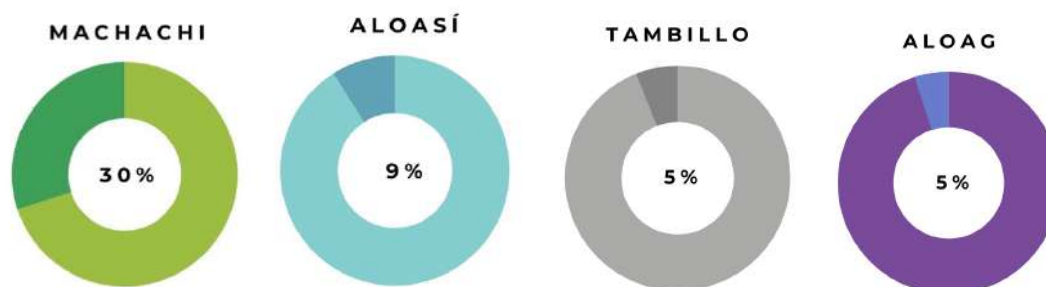


Figura 18. Encuestados del sector urbano.

El 40 % de los encuestados del cantón Mejía es de su cabecera cantonal Machachi, debido a que es el sector más poblado del cantón Mejía, luego le sigue Aloasí con un 9 %, en tercer lugar, el 5 % de los encuestados están ubicados en Tambillo, y finalmente el 5 % de los encuestados son de Aloag siendo la parroquia con menor población en el sector urbano.

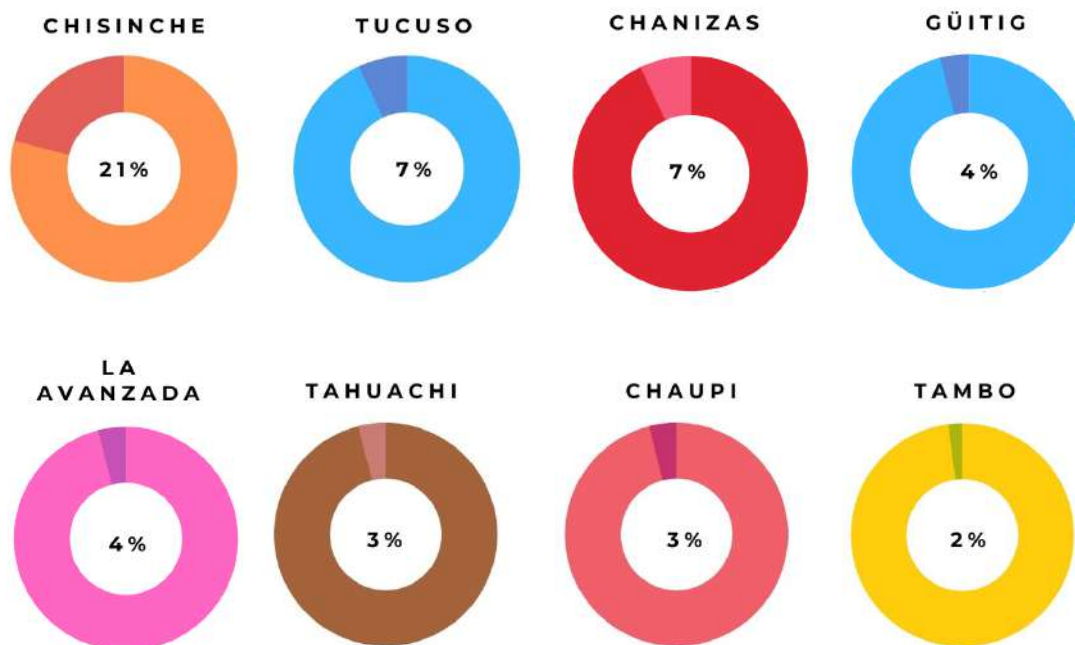


Figura 19. Encuestados del sector rural.

En cuanto a los encuestado del sector rural, en primer lugar con el 21 % de la población del cantón Mejía que participo en la investigación se encuentra Chisinche lugar cercano a la fábrica industrial de Alpina luego con una participación del 7 % fue Tucuso, así también Chanizas otro barrio cercano a la fábrica industrial de Alpina participo en la investigación con un 7 %, un 4 % de los encuestados fue del barrio de Güitig y de igual manera un 4 % de los encuestados es del sector La Avanzada, el cual es un lugar que también queda cerca de la fábrica industrial de Alpina, además tanto pobladores del barrio de Tahuachi y el Chaupi participaron en un 3 % en la investigación para finalizar el barrio del Tambo el cual tiene una población muy reducida y que está ubicada en el mismo sitio de la fábrica industrial de Alpina participó en un 2 % en las encuestas realizadas para el estudio.

**4. ¿Elegiría un producto, frente al otro al conocer que uno de ellos realiza prácticas que contribuyen al medioambiente?**

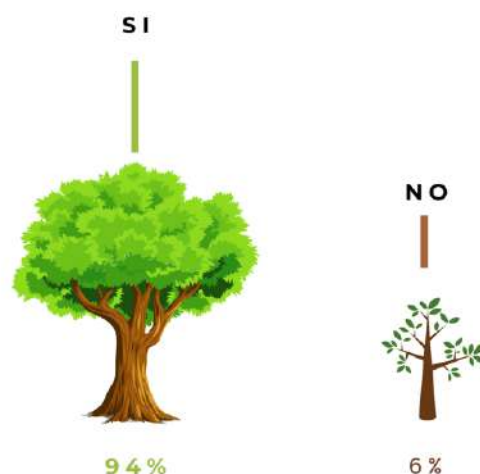


Figura 20. Personas que elijen una marca por su contribución al medioambiente.

El 94 % de los encuestados consideran que al momento de elegir un producto optan por uno que realice prácticas medioambientales mientras que un 6 % de la población del cantón Mejía no considera esto como un dato relevante al momento de realizar una compra.

**5. ¿Qué acciones realiza usted para el cuidado del medioambiente?**

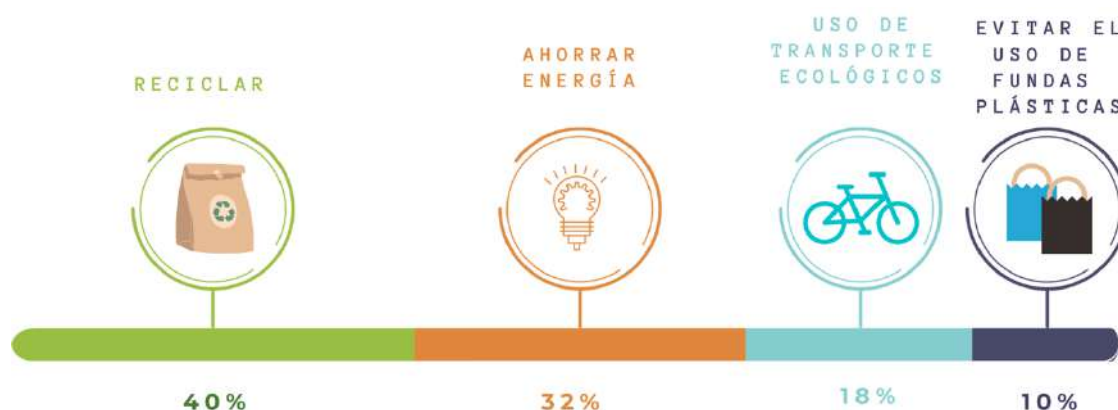


Figura 21. Acciones que ayudan al medioambiente.

Los ciudadanos del cantón Mejía ayudan al medioambiente en un 40 % reciclando productos, también lo hacen mediante el ahorro de energía con un 31 %, además de esto el 18 % de la población colabora al medioambiente con el

uso de transportes ecológicos y finalmente un 10 % de la población lo hace evitando el uso de fundas plásticas.

**6. ¿Cuáles cree que son los agentes que más contaminan al medioambiente?**



*Figura 22. Agentes contaminantes.*

El 42 % cree que las fábricas industriales son los agentes que más contaminan al medioambiente, seguido por el 26 % que cree que son los desechos, el 15 % de la población del cantón Mejía cree que los contaminantes que más contaminan al medioambiente son los plaguicidas e insecticidas, mientras que el 14 % cree que son los autos con sus emisiones y para finalizar un 3 % de los encuestados cree que las maquinas de construcción son un agente que contamina al medioambiente.

**7. ¿Cambia su pensamiento acerca de una marca o le interesaría más sus productos si conoce que está es responsable con la sociedad?**



Figura 23. Percepción sobre una marca.

Al 40 % de la población del cantón Mejía que fue encuestada manifiesta que si le interesaría más un producto frente a otro si conoce que este es responsable con la sociedad, de igual manera un 37 % de los encuestados prefiere una marca si conoce sus prácticas a favor de la sociedad, al contrario de un 14 % de la población que dice no influenciarse de la percepción que tengan sobre una marca en el ámbito social, y tan solo un 9 % dice no interesarse por estos temas si no únicamente enfocarse en el producto que van a comprar.

**8. ¿Conoce alguna fábrica industrial que se preocupe por el medioambiente cerca de su lugar de domicilio?**

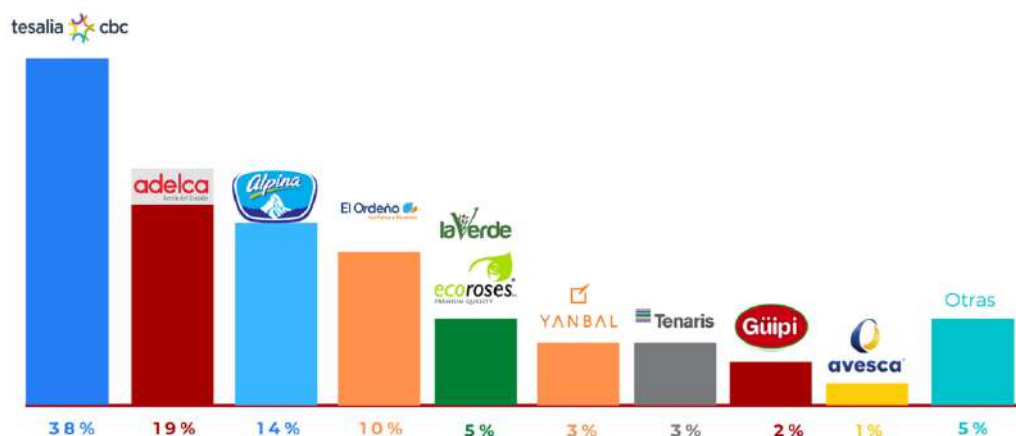


Figura 24. Fábricas industriales del cantón Mejía.



El 38 % de los encuestados quienes formaron parte de la investigación reconocen a Tesalia como una líder en la preocupación por el medioambiente, siendo está reconocida por la mayoría de los encuestados, para luego seguir con la fábrica industrial de Adelca con un 19 % la cual se ha visto presente en algunas actividades a favor de la sociedad, seguida de estas fábricas se encuentra la empresa Alpina la cual es reconocida por realizar prácticas medioambientales por un 14 % de los encuestados, pese a que no realiza comunicación sobre sus acciones, luego tenemos a la fábrica láctea El Ordeño con un 10 %, también reconocen a las marcas LaVerde y Ecoroses con un 5 %, la marca de los cosméticos y cuidado de la piel Yanbal es reconocida por un 3 % de la población encuestada como una marca preocupada por el medioambiente y con el mismo porcentaje está Tenaris con su planta industrial dedicada a la fabricación de tubos petroleros, en está encuesta también entro la planta de la marca Güipi dedicada al sector alimenticio con sus productos a base de champiñones, finalmente, tenemos a la fábrica industrial de Avesca ubicada en Tambillo con un 1 %, y otras fábricas que también se mencionaron en las encuestas con una minoría son: Ecofroz, KFC, El caserío, SachaFlor y Santa María.

### 9. ¿Por qué rechazaría una fábrica industrial en su sector de vivienda?



Figura 25. Contaminación de fábricas industriales.

La mayoría de los participantes de la encuesta rechazan a las fábricas industriales debido a la contaminación ambiental que éstas generan luego les afecta la contaminación visual que éstas pueden presentar, luego un 16 % de los encuestados afirma que rechaza las fábricas industriales por el tráfico que estas pueden causar en su sector, además un 9 % cree que lo que más les molesta de una fábrica industrial es el ruido que estas pueden causar, y finalmente un 6 % de los encuestados las rechazan por el olor que se puede percibir de estas.

#### 10. ¿Sabe usted que es el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales?

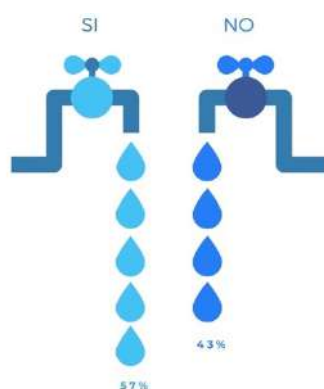


Figura 26. Conocimiento de aguas residuales.

El 57 % de las personas encuestadas no conoce lo que es el tratamiento de aguas residuales, sin embargo, el 43 % si conoce acerca del tema.

#### 11. Elija la palabra que usted relaciona con tratamiento de aguas residuales

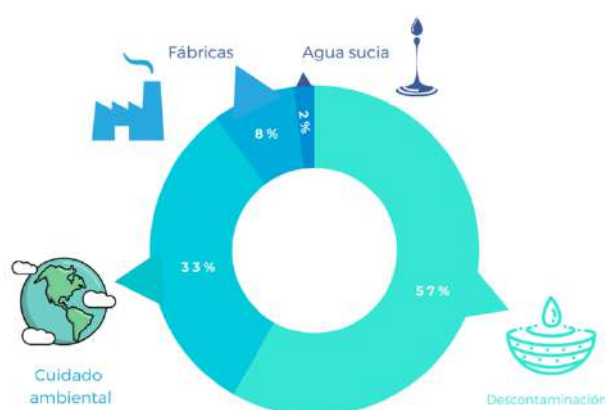


Figura 27. Conocimiento sobre aguas residuales.

Las personas que si conocen que es el tratamiento de aguas residuales lo relacionan en primer lugar con la palabra descontaminación, luego con la palabra cuidado ambiental, en tercer lugar, con tan solo un 8 % lo relacionan con fábricas industriales otro porcentaje de la población lo relacionan con agua sucia con un 2 %, finalmente, un pequeño porcentaje tiene varias opiniones como eliminación de contaminantes de agua, responsabilidad y conocimiento.

## 12. Alpina es una empresa dedicada a la industria láctea ¿Qué opina usted sobre esta marca?

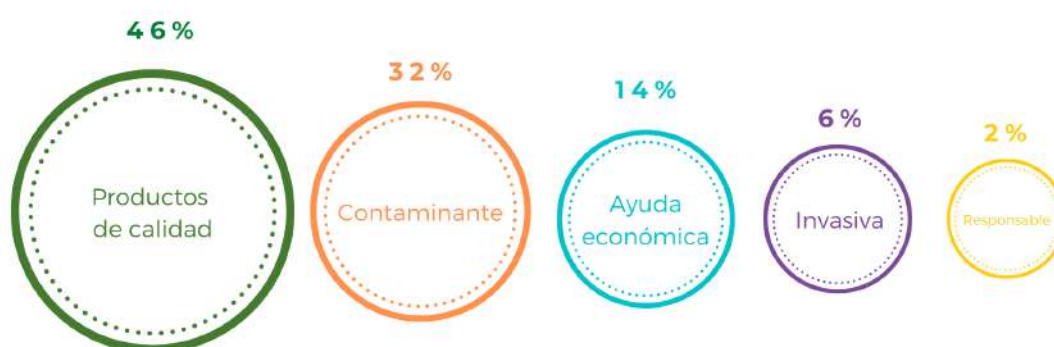


Figura 28. Opinión sobre Alpina.

El 46 % del total de encuestados opina que la marca Alpina tiene productos de calidad, pero también tiene una opinión negativa de la marca ya que el 31 % de los encuestados piensa que es una empresa contaminante, mientras que un 14 % de la población cree que la marca Alpina ayuda económicamente a la sociedad, aunque un 6 % de los encuestados, en su totalidad de sectores junto a la fábrica industrial de Alpina cree que la marca es Invasiva, y para terminar con tan solo un 2 % opina que la marca es responsable.

### 13. En situaciones normales, ¿Cómo quisiera que las fábricas industriales comuniquen la labor que realizan a favor del medioambiente?

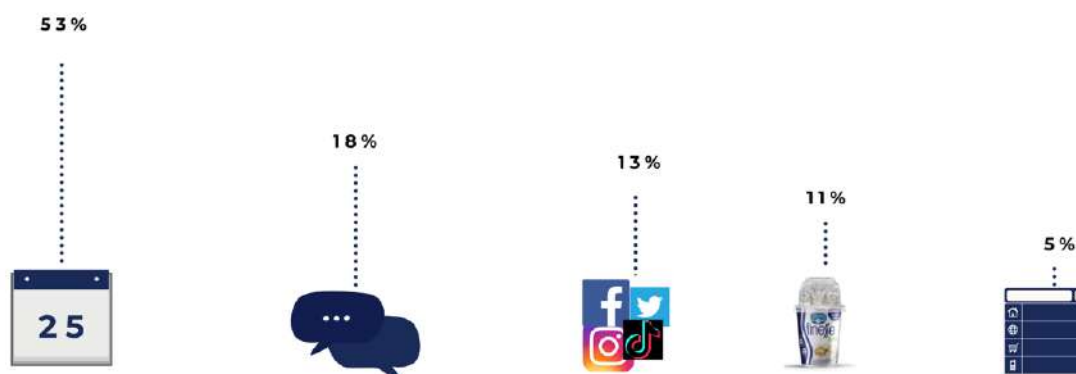


Figura 29. Medios de difusión.

La mayoría de los encuestados de la población del cantón Mejía desea que se le comunique sobre las actividades que realiza una marca en beneficio a la sociedad por medio de eventos, ya que están acostumbrados a varios eventos durante el año, aunque debido a la coyuntura actual es posible que no se pueda realizar eventos. También el 18 % de los participantes desea conocer sobre estas actividades mediante charlas y conversatorios donde se pueda discutir u opinar sobre el tema, especialmente en la parte rural de los encuestados donde desean normalmente las personas que reúnen a tratar sobre asuntos del barrio en conversatorios en la junta parroquial, también un 13% de los encuestados desean conocer sobre la responsabilidad social de una empresa mediante redes sociales, también con un 11 % desean conocer por medio del mismo producto que conste en el diseño de su packaging y finalmente desean mantenerse informados de lo que realiza la marca en cuanto a las acciones que favorecen al medio ambiente por medio de la página web de la marca.

#### 3.4.1. Conclusiones de investigación cuantitativa

- La mayoría de las personas considera la compra de un producto si este realiza responsabilidad social o ambiental, lo que significa que esto influye en su decisión de compra.

- Los ciudadanos del cantón Mejía creen que las fábricas industriales en su sector contaminan el medio ambiente.
- Un 38 % de los encuestados relacionan a la marca Tesalia como una empresa que contribuye con la sociedad, luego de está marca sigue la Adelca ubicada en Aloag y en tercer lugar se encuentra la Alpina con un 14%, lo que se puede concluir que existen personas que reconocen a la empresa como responsable con el medio ambiente, y podría llegar a más personas si realizará comunicación.
- Al momento de hablar del tratamiento de aguas residuales el 43 % de los encuestados no conocía sobre este proceso o de que se trata, mientras que el 57 % restante en su mayoría lo relacionaba con descontaminación, y cuidado ambiental.
- En cuanto a la empresa Alpina, se puede determinar que las personas la consideran como una fábrica que tiene productos de calidad, lo que es un factor positivo, pero también piensan que es una fábrica industrial que contamina al medio con sus prácticas industriales.
- Finalmente, al ser una población que cuenta con pocos medios de comunicación ATL, en su mayoría desean recibir información o capacitación sobre temas de interés mediante eventos y charlas donde puedan participar y sentirse escuchados, además se considera que en la parte urbana las personas desean que también se les informe por medio de redes sociales.

### **3.5. Investigación cualitativa**

La investigación cualitativa se basa en la realidad social donde se integran los hechos y significados de las influencias personales, explorando una realidad objetiva que se crea a partir de la sociedad (Guadalupe & Concepción, 2015).

#### **3.5.1. Objetivo**

En esta fase de estudio investigativo se realizó entrevistas a 2 categorías de grupos objetivos en cada categoría se plantearon 6 entrevistas para tener datos

más amplios y poder contrarrestar información entre los mismos entrevistados y con la investigación ya realizada.

El primero a ingenieros ambientales o con conocimientos sobre el cuidado ambiental, los cuales nos den su percepción acerca de los beneficios con los que las fábricas industriales colaboran con el ambiente visto de una parte mucho más técnica, para luego empezar con las entrevistas de personas residentes en el cantón Mejía las cuales dieron su percepción acerca de la marca Alpina.

### **3.5.2. Entrevistas**

Se realizó 12 entrevistas en total, 6 del área de ingenieros ambientales y expertos del cuidado ambiental, por otro lado, se obtuvo información de 6 residentes del cantón Mejía, con esto se conseguirá tener datos más amplios para poder contrarrestar información entre los mismos entrevistados y la investigación previamente realizada.

La recopilación de los datos se realizó mediante la plataforma de videoconferencias Zoom, debido a la coyuntura actual además de precautelar la seguridad del los entrevistados.

### 3.5.3. Análisis de resultados de investigación cualitativa a especialistas sobre el cuidado ambiental



Figura 30. Entrevistado número 1 del grupo secundario B.

La entrevistada considera que el tratamiento de aguas residuales es muy importante ya que el agua llega con menos contaminación beneficiando a la población aledaña que muchas veces puede producir proliferación de plagas o en el caso de la industria láctea el agua que sale de la planta puede tener exceso de nutrientes afectando a la matriz del agua ocasionando un efecto llamando eutrofización donde el agua queda sin oxígeno provocando la muerte de animales y cultivos que desencadenan efectos desastrosos, ya que pueden llegar al consumo humano.

Karla también nos comenta que no existe un suficiente control de parte del gobierno nacional para con las fábricas industriales, debido al exceso de trabajo que el ministerio del ambiente puede tener, por otro lado, creen que los municipios cantonales (...) deberían realizar más controles periódicos y sin previo aviso ya que los encargados de las empresas están atentos al control haciendo todo lo correcto o escondiendo las fallas, por esto sería bueno que las autoridades del Municipio vayan a las empresas con un período de tiempo determinado sin previo aviso recolectando muestras para que luego éstas sean analizadas y verificando que este cumpliendo de una normativa (E1, Karla Espín).



*Figura 31.* Entrevistado número 2 del grupo secundario B.

El entrevistado piensa que tratamiento de las aguas residuales es una práctica que todas las fábricas deberían implementar como parte de su responsabilidad con lo que quitan al ambiente, generando así un buen flujo de agua para los sectores que podrían verse afectados por la contaminación que una fábrica industrial como su producción o su salud. Por esta razón, (...) el gobierno implementa varias normativas donde se controla a las fábricas industriales, en cuanto al cantón Mejía. El entrevistado piensa que es complicado supervisar frecuentemente a todas las fábricas industriales que existen en la zona, ya que en la actualidad se las visita en un periodo determinado debido que no existe el personal ni el material para realizar un control de calidad de cómo afectan las fábricas al medio ambiente (E2, Jhonatan Sambache).

El entrevistado cree que se puede basar en charlas junto a las personas de barrios rurales, para crear cercanía con estas personas y así enviar un mensaje que sea atractivo para la población y que ellos tomen en cuenta. Esta táctica es la más usada cuando se quiere llegar a estos grupos, debido a que estas personas se encuentran constantemente en charlas o conversatorios en su junta parroquial, lo que facilita la comunicación entre ellos mismos y otras entidades tanto públicas como privadas.





Figura 32. Entrevistado número 3 del grupo secundario B.

Santiago se ha dedicado al cuidado del medio ambiente, colaborando en implementar tácticas que colaboren en el crecimiento de industrias y marcas reconocidas sin dejar de lado la responsabilidad que se ha otorgado al ser humano para que entregue el planeta los recursos que se le quita, por esta razón se cree que el tratamiento de aguas residuales ha ido creciendo en los últimos años, instalando estas plantas en varias fábricas industriales, y aunque en la actualidad hay muchas más maneras de contribuir con el bienestar ambiental esta táctica es muy beneficiosa para fábricas que se encuentran localizadas en lugares donde la economía se basa en el cultivo y la ganadería.

Su empresa ha trabajado por varios años en el manejo de prácticas medioambientales, de esta manera han también han participado en la comunicación de esta, por lo que cree que es importante comunicar los beneficios que se tiene cuando una empresa realiza actividades que colaboran con el medio ambiente y la sociedad, haciendo que los beneficiarios directos establezcan un pensamiento positivo acerca de la marca que en algún punto pudo hacerles daño.



*Figura 33.* Entrevistado número 4 del grupo secundario B.

Melany Armas da a entender que las fábricas industriales tienen procesos químicos que al ser usados con agua afectan a la misma, alterando su composición llegando a afectar al sector ganadero y agrícola con una incidencia directa ya que no se obtiene el recurso hídrico en su estado natural y con el tiempo esto puede tener consecuencias a largo plazo dejando al agua sin oxígeno y matando la vida animal que existe en ríos, lagos, páramos como también al mismo humano.

(...) La descarga directa de agua aumenta la cantidad de nutrientes en los ríos, lo que ocasiona un valor tan alto de enriquecimiento de nutrientes que puede existir eutrofización, es decir, que se va a aparecer muchísimas algas por el exceso de fósforo y de nitrógeno así que esto afecta al consumo del sector ganadero de las vacas y de los sistemas de riego en cultivo (E4, Melany Arias).

La entrevistada enfatiza que es importante entregar las cosas como las recibes, ya que (...) existen poblaciones aguas abajo por ejemplo en la parte andina donde se recibe esta agua y mucha gente va a usar esta agua incluso para el consumo humano. Entonces es importante establecer que nosotros tenemos que ser ese primer ente en el que no deberíamos entregar el agua en parámetros que no estén cumpliendo la normativa (E4, Melany Armas).

Por lo que es importante mitigar los problemas que se derriban si no hay el tratamiento de las aguas, como son proliferación de bacterias, insectos, lo que puede producir un problema de salud pública entre los pobladores aledaños.



*Figura 34.* Entrevistado número 5 del grupo secundario B.

Según la percepción de Camila Sáenz las personas en sectores rurales están muy abiertos a la información que se les pueda dar, pero es importante no tener una conversación técnica con lenguaje que ellos no puedan comprender, por lo contrario se les puede enseñar mediante material didáctico en charlas o reuniones donde todos puedan participar con sus puntos de vista, también ir a las casas que se encuentran más cerca y hablar con ellos para conocer que impacto tiene con las fábricas que están cerca y obtener más información ya que (...) es muy importante ir personalmente para verificar la condición de vida en la que se encuentran y comunicar la contribución que se está haciendo para su beneficio propio porque su calidad de vida está en juego, finalmente, explicarles con sutileza que no se sientan intimidados y confíen en la marca (E5, Camila Sáenz).

Además, el sector público tanto nacional como municipal debería realizar un mejor control a fábricas industriales y sus prácticas, evitando así la contaminación ambiental y el mal uso de los recursos, como también garantizar el bienestar de la sociedad, en especial de las personas que se encuentran cerca de estas fábricas y no solo realizar controles cuando hay problemas y existe una denuncia.



*Figura 35.* Entrevistado número 6 del grupo secundario B.

Sofía Heredia concuerda en que el tratamiento de aguas residuales es beneficioso para la sociedad, ya que las aguas residuales generan muchos nutrientes en los cuales se encuentra carga orgánica como fósforo que si llegaran a tener concentración alta seria perjudicial para el ambiente y las personas aledañas al sector, perjudicando su salud y su producción.

Por este motivo el tratamiento de aguas residuales trae un beneficio significativo para la sociedad, debido a que después de su proceso está agua puede ser usada sin ninguna afectación en riegos, limpieza, consumo animal y hasta humano.

(...) La entrevistada considera que los municipios deben implementar tratados con las personas más cercanas a las industrias ya que ellos son las personas más interesadas en la protección del agua además debe crear alianzas con las empresas que hacen uso de este recurso ya que muchas de ellas no realizan los debidos tratados y no se dan cuenta del gran daño que pueden provocar a las personas, cultivos y animales cercanas a ellas (E6, Sofía Heredia).

### 3.5.4. Análisis de resultados de investigación cualitativa a residentes del cantón Mejía



Figura 36. Entrevistado número 1 del grupo primario A.

Beatriz es ganadera y piensa que las fábricas industriales si pueden llegar afectar a su trabajo ya que no conoce sobre como es el proceso de una planta industrial además de que según su percepción todos los desechos que salen de una fábrica industrial son tóxicos, por lo que tiene mucho cuidado el origen de los productos que consumen sus animales, como también del agua que se riega a los sembríos de donde come su ganado.

Ella se informa de la mayoría de las noticias que son relevantes para ella y su trabajo en las reuniones semanales que tiene en la junta parroquial, donde se habla sobre varios temas que van desde religión hasta agricultura, en estos conversatorios las personas participan y llegan a tomar decisiones favorables para el barrio, creando beneficios para toda la población involucrada la cual evita problemas en el futuro.

También Beatriz cree que (...) Tesalia es una empresa responsable que ayuda al cuidado del medio ambiente, interviniendo en varias ocasiones en conferencias y charlas para cuidar el recurso que es el agua.



*Figura 37.* Entrevistado número 2 del grupo primario A.

La segunda entrevistada por parte de las personas residentes en Machachi considera que en el cantón Mejía hay muchas plantas de fábricas industriales y que existen 2 lados al momento de decidir si es o no beneficioso el tener a estas, ya que por un lado al tener fábricas de producción los ciudadanos del sector pueden solicitar trabajo, lo que genera un crecimiento de la economía, además de que las empresas pueden consumir materia prima del mismo cantón ayudando así a las microempresas que se encuentran en el sector, por otro lado, también es importante conocer que las fábricas generan contaminación de una u otra manera y esto afecta directamente al suelo del sector. En el caso de las fábricas industriales situadas en el cantón Mejía, la mayoría se encuentra ubicadas en sectores tanto agrícolas como ganaderos, afectando a los propietarios que trabajan en estos sectores.

La comunicación en donde Rosa escucha noticias o se informa de lo que sucede en el cantón Mejía es por medios tradicionales como prensa, radio y televisión ya que son medios confiables, también usa redes sociales, pero cree que en internet pueden existir noticias falsas y hasta no comprobar por medios veraces no considera una noticia como cierta.

Rosa cree (...) que es importante entender que los municipios dan información acerca de este tratamiento y todas las personas pueden tener en claro el uso que pueden dar a las aguas residuales por lo que tendría un gran impacto en la sociedad guardando este recurso que es muy importante (E7, Rosa García).



*Figura 38.* Entrevistado número 3 del grupo primario A.

José Barba ha sido agricultor durante toda su vida, él comenta que hace ya muchos años los productos que tenían como fin el consumo humano eran mucho más sanos que los de la actualidad, esto se debe al deterioro de técnicas agrícolas que poco a poco deciden ir por el camino fácil, además de que el mundo se ha globalizado y cada vez hay más fábricas contaminando la producción con sus emisiones que de una u otra manera afectan el suelo donde empieza la siembra y luego el agua con la que se riega a los cultivos. José cree que muy pocas fábricas en el cantón Mejía apoyan a la economía y a los sectores de producción tanto agrícola como ganadera y si lo llegan hacer es por obligación, es el caso de Adelca una fábrica que ha contaminado el sector de Aloag y ha deteriorado la salud de su población, por esta razón se sienten en la obligación de realizar actividades que contrarresten esa mala imagen que se tiene de la empresa. Adelca ha construido complejos deportivos para beneficio de la población, también ha pintado y edificado casas, además de apoyar económicamente a la junta parroquial de Aloag, pero José considera que no es suficiente para todo el daño que hacen hacia la población.

También José cree que (...) deberían tener informado a todas las personas en la junta parroquial de Aloag ya que así muchas personas que no tenemos mucha tecnología pueden mantenernos al tanto de todo lo que sucede (E9, José Barba).



*Figura 39.* Entrevistado número 4 del grupo primario A.

Jennifer es estudiante de medicina y reside en centro de Machachi ella cree que existen empresas en el cantón Mejía que realizan actividades en beneficio del cantón, este es el caso de la empresa Tesalia que siempre se ha comunicado con los ciudadanos del sector mediante apoyo económico, programas de cuidado al agua, apoyo en construcción de obras públicas, además de auspicios en varios eventos realizados por el municipio de Mejía, otra empresa que realiza actividades de este tipo es Adelca la cual se ha manifestado en los últimos meses de pandemia limpiando y desinfectando las principales calles del cantón Mejía con maquinaria de su planta industrial y empleados de la misma. Ecofroz es una empresa dedicada a la producción y exportación de rosas, está empresa ha dejado muy en claro el compromiso que tiene con la población de Mejía realizando prácticas responsables y ayudando a sus trabajadores haciendo que la población alcance un mejor estilo de vida mediante (...) una fuente de trabajo para moradores, también las empresas ayudan a las familias necesitadas del cantón realizando alianzas con el municipio del cantón Mejía para diferentes construcciones importantes que ayuden a su desarrollo (E10, Jennifer Valencia).





*Figura 40.* Entrevistado número 5 del grupo primario A.

Fredy Domínguez considera que el cantón Mejía tiene un camino largo que recorrer a nivel económico ya que varias empresas se han encargado de su propia producción dejando de lado a emprendimientos locales, debido a que los ciudadanos prefieren trabajar para una planta industrial donde saben que tienen seguridad al contrario de tomar riesgos como emprender, por esta razón la economía del cantón no ha crecido en los últimos años, adicionalmente tiene mucho que ver el gobierno que ha tenido el cantón Mejía ya que este no ha invertido en el crecimiento económico de la población, por consiguiente, Fredy no tiene una buena imagen de las fábricas industriales, además de que cree que estas contaminan al sector el cual está lleno de bellos paisajes y naturaleza por todos lados la cual se ve afectada por plantas industriales que dañan tanto la vista como el ambiente, de igual manera las empresas no comunican a la población si realizan alguna actividad que sea de beneficio para los habitantes, son muy pocas las empresas que lo han hecho, pero tampoco lo realizan de una manera correcta ni por el medio adecuado, las microempresas han tenido una mayor participación en el trabajo con la comunidad que las mismas marcas grandes.

La opinión de Fredy ante el municipio de Mejía es que (...) cree prudente que se debería trabajar con transparencia la información acerca de las empresas que afectan a nuestro cantón ya que en muchas ocasiones esto se trabaja como se dice vulgarmente bajo la mesa por varios intereses económicos por lo que todos los ciudadanos nos quedamos fuera de recibir esta información.



*Figura 41.* Entrevistado número 6 del grupo primario A.

El último encuestado comenta que (...) en el cantón Mejía existen varios medios propios como un canal de televisión llamado Mejía TV, 2 señales radiales JM radio y La voz del valle, también cuenta con prensa en redes sociales con programas como La pregunta, Runapacha o Iris y finalmente prensa escrita que es el periódico Tierra Grande, la población se informa por medios tradicionales cuando requieren información sobre actualidad, política, nuevas normativas entre otros temas formales, pero cuando desean información de otro tipo acuden principalmente a redes sociales (E12, Diego Garnica).

Las empresas en el cantón mejía se hacen presentes en eventos representativos del como el Quesotón que se realiza cada año donde se presenta un queso gigante junto a varios emprendimientos de la industria láctea, también se realizan presentaciones musicales, exposiciones de restaurantes representativos del cantón Mejía, en este tipo de eventos las grandes empresas se hacen presentes con auspicios, haciendo que este tipo de eventos se hagan realidad, otro evento que se lo realiza el primer domingo de cada mes es Mejía, valle de los 9 volcanes donde varios emprendimientos se hacen presentes mostrando sus productos innovadores, también existen eventos masivos como el Paseo procesional del chagra en el cual las marcas se hacen presentes para felicitar al cantón Mejía en sus fiestas y promocionar su marca.

El cantón Mejía cuenta con una agenda bastante amplia en cuanto a este tipo de eventos, en los cuales algunas marcas como; Adelca, Tesalia, Laverde, El Ordeño o Tenaris aprovechan para posicionarse en la mente de su público de interés y comunicar las acciones que hacen las marcas beneficiosas para la comunidad.

### **3.5.5. Conclusiones generales de la investigación cualitativa**

- El tratamiento de aguas residuales es una gran contribución con el medioambiente y la sociedad, ya que este recurso es no renovable y al realizar un tratamiento se le puede dar una nueva vida.
- El tener una planta de aguas residuales beneficia a la sociedad teniendo agua que no afecta a la industria ya que el líquido se vierte en ríos o cultivos después de un proceso, para no afectar la salud ni la producción de la comunidad.
- Las poblaciones rurales que se encuentran cerca de fábricas industriales tienen beneficios por parte de estas y eso se debe comunicar mediante charlas, reuniones y visitas a los pobladores más cercanos, además de no darles información técnica si no encontrar una manera creativa de cómo comunicar estos beneficios junto a material didáctico.
- Las fábricas industriales tienen muy poco control de parte de entidades públicas, por lo que depende de ellas ser responsables y contribuir con la sociedad de manera autónoma.
- La población del cantón Mejía conoce el trabajo que algunas empresas realizan con respecto a la responsabilidad social, las principales son; Adelca y Tesalia, sin embargo, Alpina no es una de ellas, ya que no ha realizado comunicación sobre esto.

- La población usa medios tradicionales cuando requiere información verídica, y usa redes sociales al momento de informarse sobre actividades o noticias en general.
- La población asiste frecuentemente a eventos realizados en el cantón Mejía según la agenda del municipio de Mejía, también asiste a eventos de emprendimientos y se mantiene informada sobre los mismos por medio de redes sociales, porque se encuentra acostumbrada a esto, pero debido a la actual situación, existe la posibilidad de que no se realizan eventos con más de 30 personas, por lo que se debe atraer con activaciones BTL sin mucha afluencia de personas.

### **3.6. Conclusiones generales de la investigación.**

- La población de Mejía está presta a recibir información sobre los beneficios que las fábricas industriales quieran realizar.
- La población considera que las fábricas industriales contaminan al ecosistema y a la producción de sectores agrícolas y ganaderos con su afectación al medioambiente, además de creer que las empresas dependen de ellas mismas para ser responsables con la sociedad y en el entorno, ya que el gobierno no mantiene un control para regularizar la contaminación por parte de las plantas industriales.
- Las personas prefieren una información clara, didáctica, entendible y confiable cuando se habla de marcas que invaden su sector.
- Los sectores rurales prefieren informarse por medio de charlas o reuniones, mientras que en el sector urbano prefieren medios tradicionales y redes sociales.
- Tanto el sector rural como industrial participan en eventos que desarrolla el municipio de Mejía en donde no sienten una publicidad invasiva.

Una vez analizados los datos que se han recopilado durante esta investigación sobre la responsabilidad social en el cantón Mejía, se presenta el siguiente capítulo, mostrando la propuesta de campaña que posicione a la fábrica industrial de Alpina en Machachi como una empresa socialmente responsable.

#### 4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA

*“El trabajo de la publicidad no es vender, sino crear una conexión cultural entre los deseos del empresario y los del público”. Philippe Michel*

En este capítulo se explicará de manera detallada el diseño de la campaña de publicidad para posicionar Alpina como empresa preocupada por la responsabilidad social en la comunidad de Machachi, a través de los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos en el estudio realizado.

##### 4.1. Hallazgos

1. Alpina no es conocida como una de las fábricas que realiza responsabilidad social en el cantón Mejía.
2. La población tanto rural como urbana tienen medios y canales diferentes por donde se informan.
3. Los eventos son uno de los pocos canales donde las personas del sector rural y urbano se ven expuestos a marcas al mismo tiempo.
4. La población desea recibir información didáctica y no técnica con respecto a las labores que realizan las fábricas.
5. Para la población es mucho más entretenido discutir sobre problemáticas en un ambiente de confianza como charlas o testimonios, en especial en un sector rural.
6. Las empresas en el cantón Mejía aprovechan eventos para posicionar a la marca.
7. El contenido en redes sociales es más aceptado por la población del cantón Mejía, si viene de fuentes verídicas o prensa.
8. El agua residual tratada puede ser usada para varias actividades, entre ellas apagar incendios forestales y regar cultivos.
9. Las activaciones BTL son atractivas para las personas a las que les atraen los eventos, sin embargo, no pueden asistir a ellos, debido a la situación actual.

## **4.2. Grupos objetivos**

Según la investigación realizada se determinó que los grupos objetivos principales a los que se tiene que posicionar la marca para cambiar la percepción de esta son:

1. Población de entre 28 a 58 años que se encuentra cerca de la fábrica industrial de Alpina en Machachi y que realiza prácticas en el sector agrícola y ganadero, ya que son los principales afectados por la contaminación en una fábrica industrial.
2. Ciudadanos del cantón Mejía de entre 28 a 58 años que residen en el sector urbano y que les preocupa la contaminación que generan las fábricas industriales.

## **4.3. Objetivos de campaña**

### **4.3.1. Objetivo general**

Posicionar a la marca Alpina como una empresa preocupada por la responsabilidad social.

### **4.3.2. Objetivos específicos**

1. Dar a conocer sobre las actividades que realiza Alpina en su planta industrial para su labor con la sociedad.
2. Crear una percepción favorable sobre la marca Alpina entre los habitantes del cantón Mejía.

## **4.4. Público objetivo**

Grupo primario: La campaña se enfoca en personas a las cuales la contaminación de la fábrica industrial de Alpina en Machachi les puede afectar.



Figura 42. Buyer person primario.

Grupo secundario: Personas del sector urbano que se encuentran en la misma zona que la planta industrial de Alpina.





Figura 43. Buyer person secundario.

## 4.5. Desarrollo estratégico

### 4.5.1. Modelo estratégico

El modelo estratégico que se usará en esta investigación será el de Golden Circle, para poder determinar una propuesta de valor que genere impacto en los habitantes del cantón Mejía.

### 4.5.2. Problema

Desconocimiento de la responsabilidad social que realiza la marca Alpina.

### 4.5.3. Golden Circle

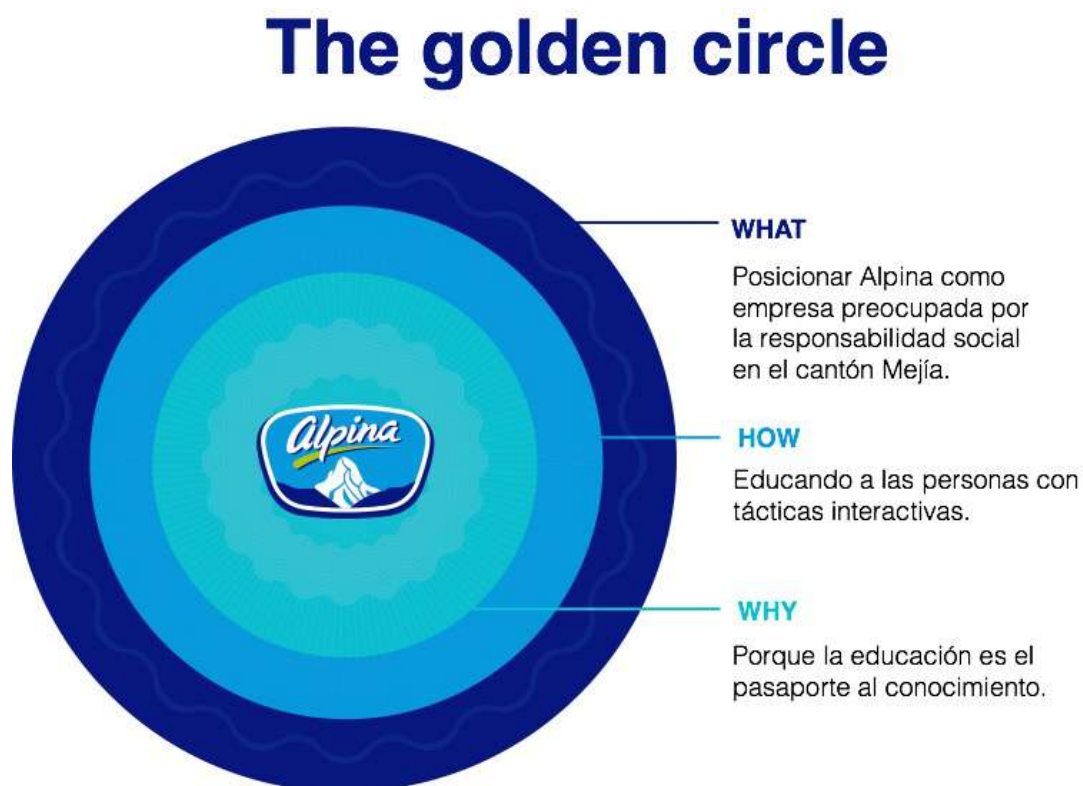


Figura 44. Explicación del modelo estratégico.

## 4.6. Insight

- Sabemos la calidad del agua por su color o transparencia.
- Las mejores historias se cuentan en las páginas de un pasaporte.

## 4.7. Concepto

“Pasaporte al verdadero color del agua”.

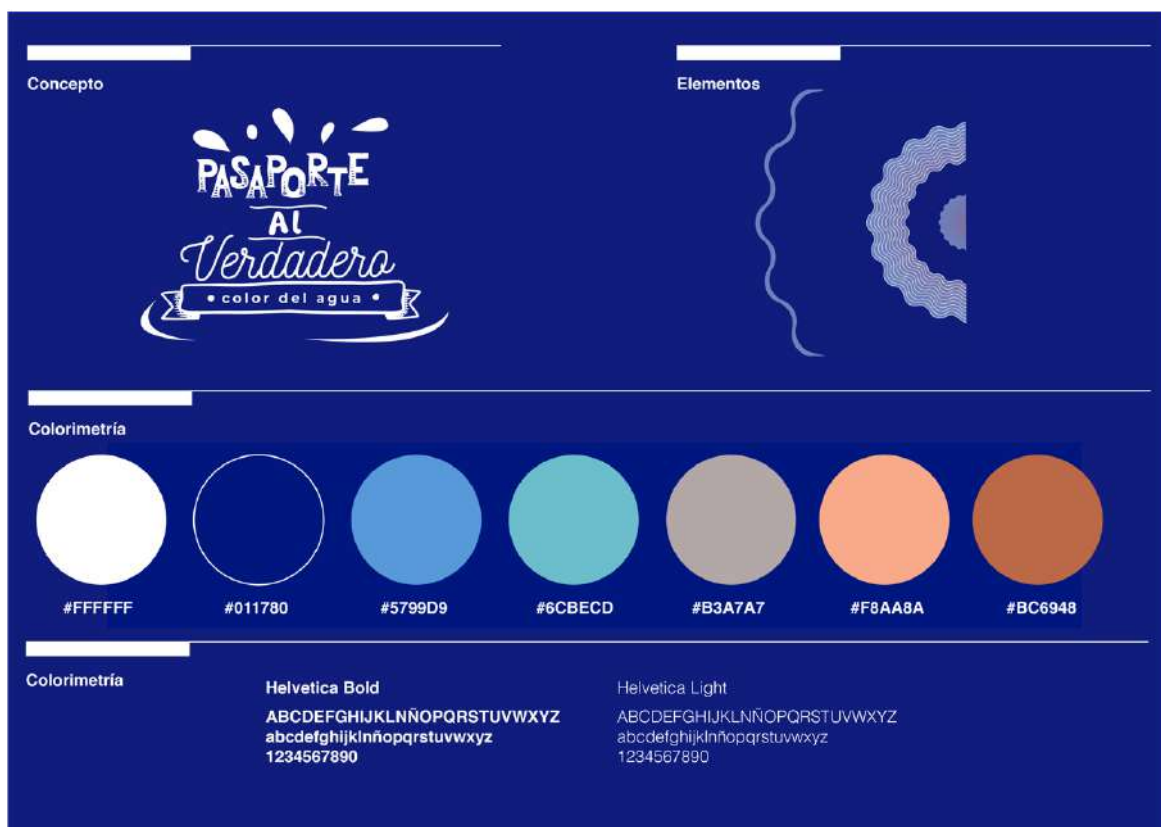


Figura 45. Gráfica de concepto

#### 4.8. Tácticas en sector urbano



Figura 46. Bajada estratégica para el sector urbano.

#### 4.9. Tácticas en sector rural



Figura 47. Bajada estratégica para el sector rural.

#### 4.10. Fases de la campaña

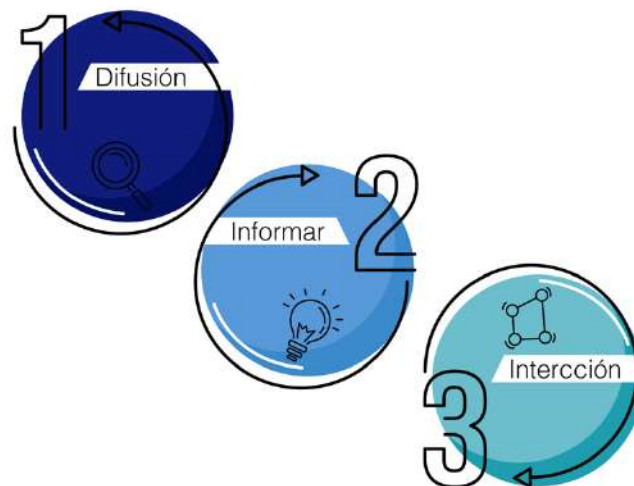


Figura 48. Fases de campaña publicitaria.

#### 4.11. Primera fase

La primera fase de la campaña va enfocada en la difusión de piezas gráficas en redes sociales, vallas y paradas de buses, donde se de a conocer las actividades medioambientales que realiza la marca, mientras se invita a formar parte de la activación para finalizar la campaña.

##### 4.11.1 Posteos en Facebook

Los posteos se realizarán en la red social de Facebook tendrán una pauta para el sector del cantón Mejía, en las piezas gráficas se hará énfasis en informar sobre la labor de responsabilidad social que realiza Alpina en el cantón Mejía, además de invitar al BTL interactivo para educar a las personas sobre los conceptos medioambientales que maneja la marca (figuras 49 y 50).



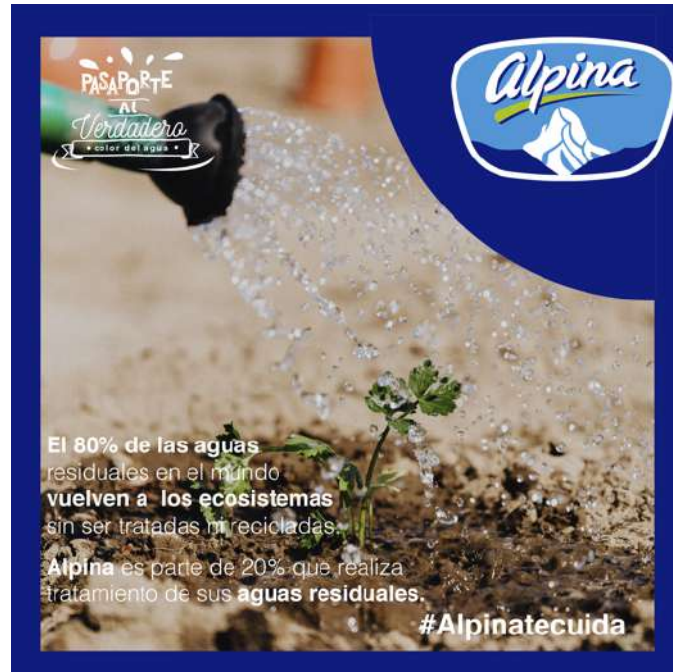


Figura 49. Piezas gráficas para Facebook.

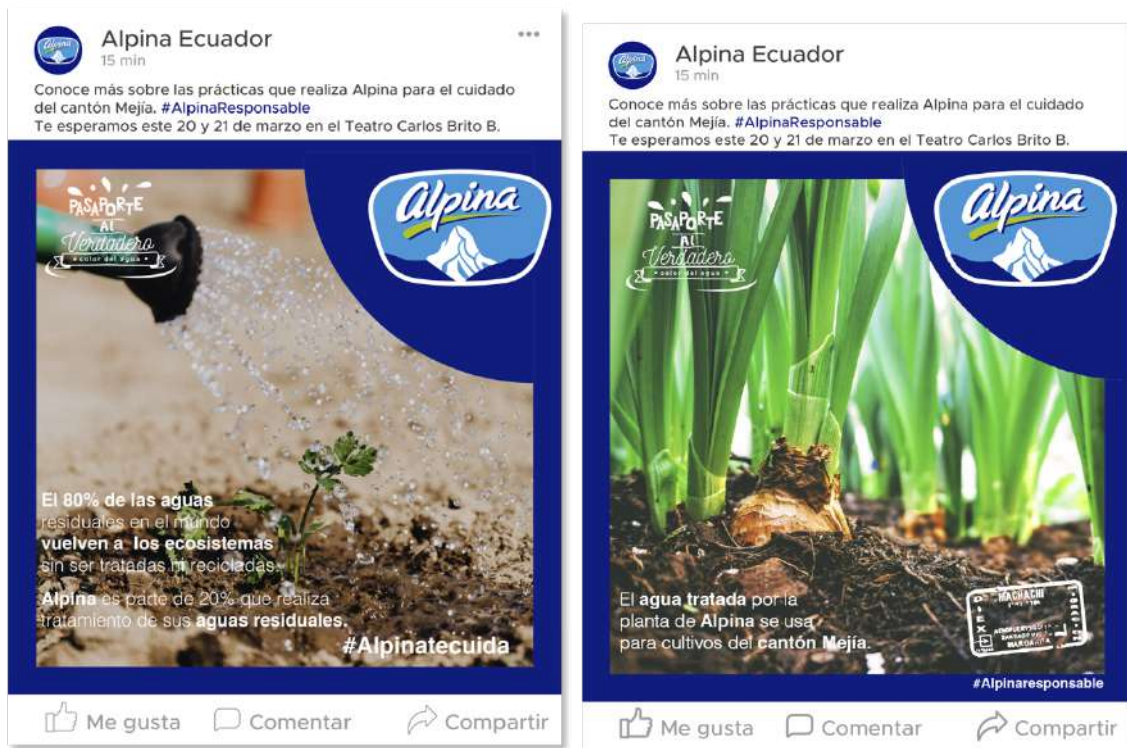




Figura 50. Posteos en Facebook.

#### 4.11.2. Parada de buses

Se realizará 2 piezas gráficas las cuales se ubicarán en puntos específicos de la ciudad de Machachi, éstas paradas pertenecen a las cooperativas de transporte público con rutas interparroquiales, el primero en la Av. Pablo Guarderas parada del colegio Machachi y el otro en la parada del Mercado Central ubicada en la Av. Amazonas. La pieza gráfica se mantendrá activa durante el periodo de 3 meses que dura la campaña (figura 51 y 52).





PASAPORTE  
AL  
*Verdadero*  
\* color del agua \*

**El agua que es descontaminada en la planta industrial de Alpina puede ser usada para riego agrícola, sin afectar su producción.**

#Alpinatecuida

Figura 51. Pieza gráfica para parada de bus.



Figura 52. Montaje de parada de bus.

#### 4.11.3 Valla

La valla estará ubicada en la panamericana sur en la salida secundaria de Machachi, para informar sobre las prácticas de responsabilidad social que realiza Alpina, dicha valla estará activa durante los meses de enero, febrero y marzo (figura 53 y 54).



Figura 53. Pieza gráfica para valla publicitaria.



Figura 54. Montaje de valla publicitaria.

#### 4.12. Posteo de GAD municipal del cantón Mejía

Crear alianzas con el GAD municipal del cantón Mejía, para que este colabore con la difusión de piezas gráficas haciendo énfasis en que Alpina ayuda a la población de Mejía, debido a que según la investigación realizada las personas prefieren la información cuando vienen de fuentes confiables (figura 55 y 56).





Figura 55. Piezas gráficas para posteos en el GAD municipal.



Figura 56. Posteos en página de GAD municipal del cantón Mejía.

## 4.12. Segunda fase

### 4.12.1. Charlas

En esta fase de la campaña se quiere dar a conocer sobre los conceptos medioambientales en los que Alpina se involucra además de dar a conocer sobre su responsabilidad social y ambiental por medio de charlas en sectores rurales que estén cerca a la fábrica industrial de Alpina en Machachi, estas charlas tendrán un tono de comunicación que genere cercanía hacia la población, además de manejarse por medio de oradores que expongan estos temas junto con material didáctico presentaciones con infografías (figura 57 y 58).

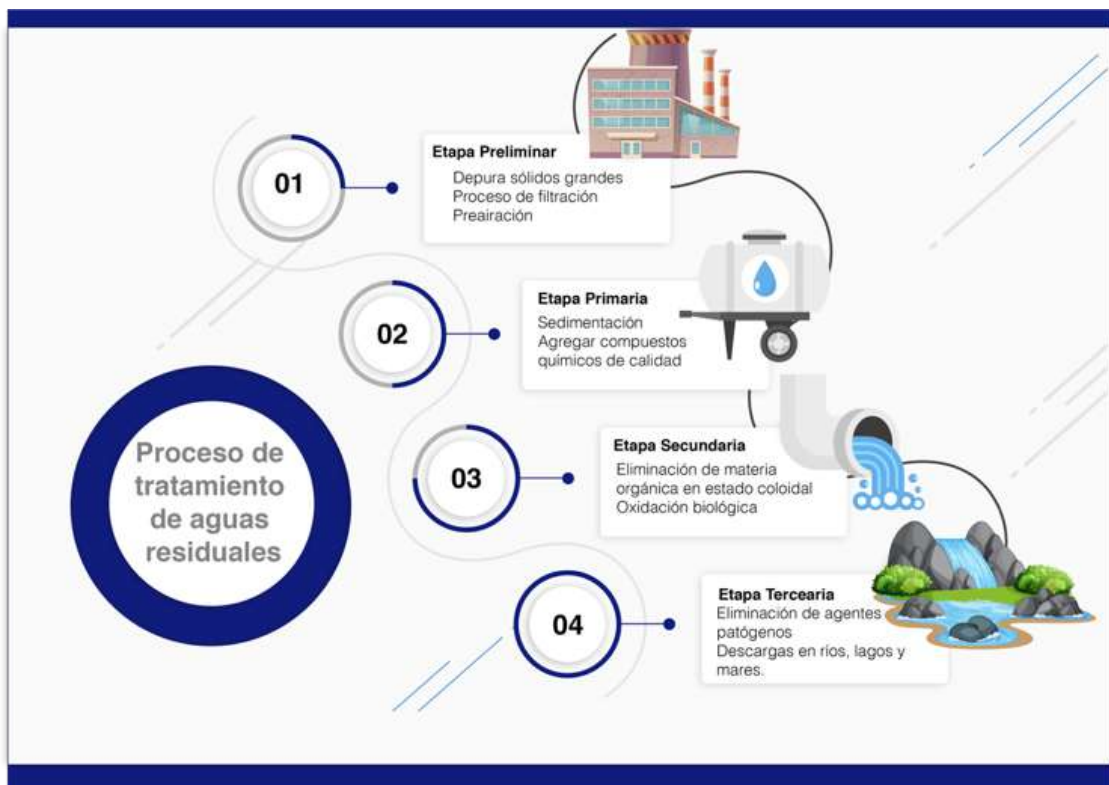


Figura 57. Infografía del tratamiento de aguas residuales.



Figura 58. Infografía sobre el uso de agua tratada.

#### 4.12.2. Activación BTL

Se colocará una activación en el parque de los 9 volcanes o también llamado parque del agua, donde la población podrá hacer uso del agua tratada en la planta industrial de Alpina y utilizar para recreación, riego de plantas, jardinería y lavado de autos (figura 59).



Figura 59. Montaje de pozo en parque del agua en zona urbana.

Otra activación de estas se colocará en una cancha del sector de Chisinche, la cuál queda junto a la iglesia de la virgen de los Angeles, este lugar es céntrico para los pobladores que se encuentran en barrios cercanos a la planta industrial de Alpina, aquí las personas podrán hacer uso del agua tratada para su beneficio (figura 60).



Figura 60. Montaje de pozo en parque del agua en zona rural.

#### 4.12.3. Alianza con cuerpo de bomberos del cantón Mejía

En la investigación realizada la población de Machachi coincidía que no hay una participación entre las entidades públicas y las empresas privadas, en cuanto al control de residuos que puedan afectar a los habitantes, por esta razón se determino crear una alianza con el cuerpo de bomberos de Mejía donde Alpina provea de agua tratada para las diferentes acciones que la entidad realice para el bienestar de la comunidad (figura 61).



Figura 61. Montaje de carro de bomberos informando la alianza con Alpinia.

#### 4.12.4. Visitas guiadas a la planta industrial de Alpinia en Machachi

Como otra táctica se realizará visitas guiadas a personas del sector rural que se encuentren cerca de la planta industrial, también a un pequeño porcentaje del sector urbano, lo que ayudará que las personas creen cercanía con la marca y aprendan sobre los beneficios que la marca tiene hacia ellos (figura 62, 63 y 64).





<b>PASE DE ABORDAR</b>			<b>PASE DE ABORDAR</b>	
<b>ANDRÉS ESPÍN</b>			<b>ANDRÉS ESPÍN</b>	
DÍA	: 27 DE MARZO	DE	: ALPINA	DE : ALPINA
PUERTA	: 07	AL	: AL VERDADERO	AL : AL VERDADERO
HORA	: 11:30		COLOR DEL AGUA	COLOR DEL AGUA
ASIENTO	: 6 17			
<b>PLANTA INDUSTRIAL DE ALPINA</b>			<b>VIAJE 1206</b>	
			<b>HORA 11:30</b>	
				

Figura 62. Invitación para visitar la planta industrial de Alpina.



Figura 63. Montaje como sería la entrega de la invitación.



Figura 64. Protocolo de bioseguridad para visitas guiadas.

### 4.13. Tercera fase

#### 4.13.1. Activación BTL

La activación se realizará en 4 escenarios representativos de la ciudad de Machachi, educando a la población sobre los conceptos medioambientales que Alpina maneja.

El primer escenario será el teatro Carlos Brito Benavides donde se entregará un pasaporte que servirá para visitar cada sitio del trayecto, este pasaporte será sellado en cada uno de los puntos, además el pasaporte cuenta con un mapa para guiar a las personas dentro de la ciudad (figuras 65, 66 y 67).

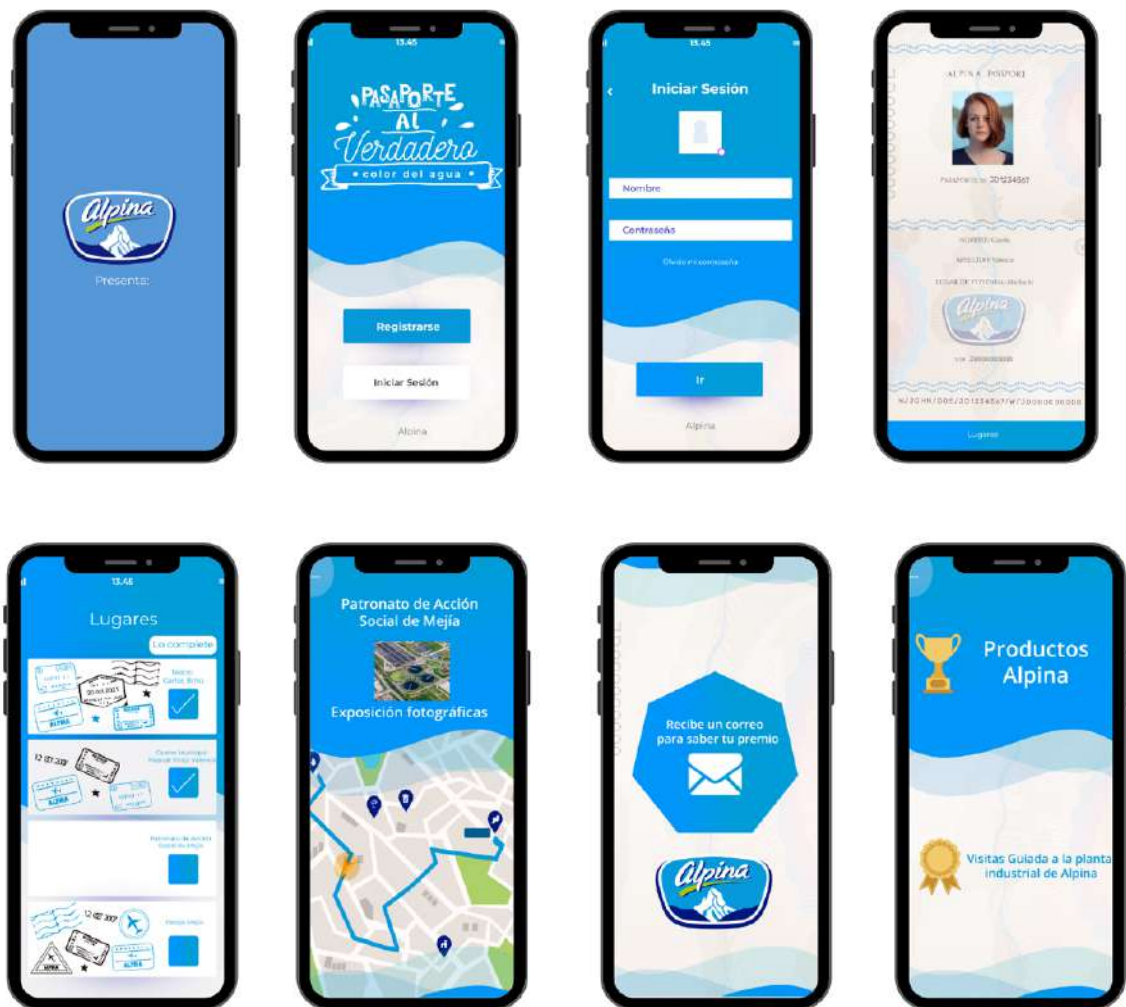
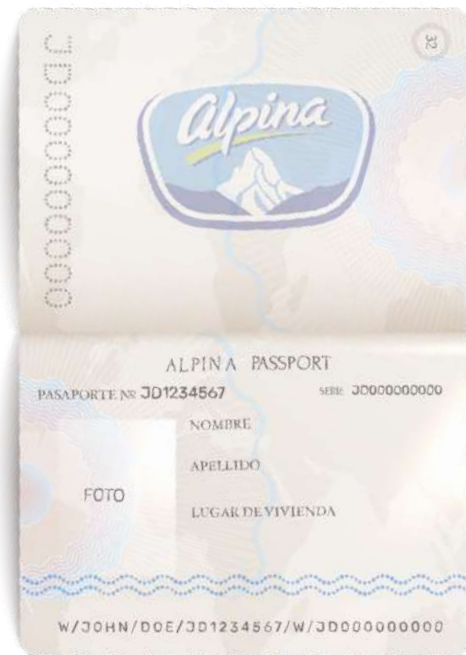


Figura 65. Pantallas para el diseño de la app.



Figura 66. Montaje de pasaporte.



*Figura 67.* Montaje de pasaporte por dentro.



*Figura 68.* Montaje de pasaporte con mapa.

El segundo escenario será el Centro Municipal Musical Víctor Valencia, donde se colocará una exposición fotográfica de la fábrica industrial de Alпина, su proceso en el tratamiento de aguas residuales, la agricultura y la ganadería del cantón Mejía (figura 69).



Figura 69. Montaje de exposición fotográfica.

El tercer escenario será las salas del Patronato de Acción Social de Mejía donde se pondrá a disposición de todas las personas varios juegos con el fin de enseñar de manera didáctica los beneficios que genera la planta industrial de Alpina al realizar tratamiento de aguas residuales (figura 70 y 71).



Figura 70. Montaje de exposición fotográfica.

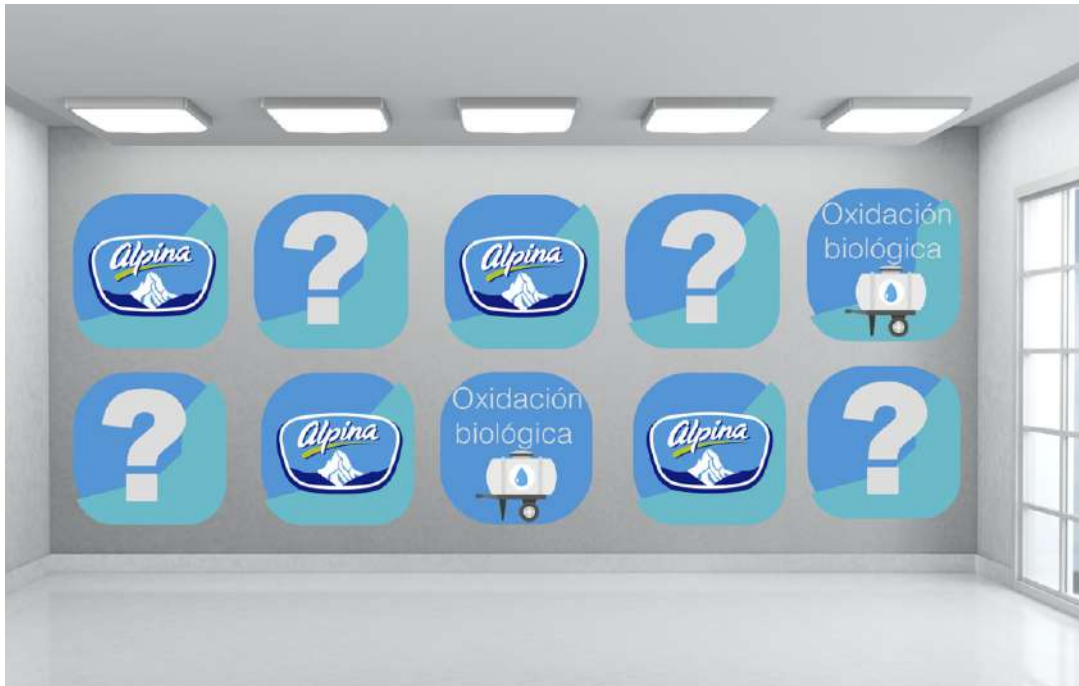


Figura 71. Montaje de juego.

Otro de los escenarios será el parque central de Machachi donde se realizará un BTL sensorial. En varias mesas estarán frascos con diferentes tipos de aguas, las cuales serán identificadas mediante el olfato de las personas que quieran participar y vendarse los ojos para realizar esta actividad (figura 72 y 73).



Figura 72. Montaje BTL sensorial.



*Figura 73. Montaje decorativa en las calles de Machachi.*

Para concluir con esta campaña se realizará la entrega de productos a los que participaron en la actividad, culminando con las visitas guiadas a la planta industrial de Alpina, con la finalidad de cambiar la mala percepción que tiene la población acerca de la fábrica industrial de Alpina y convertirla en una opinión positiva hacia la marca.

#### 4.14. Cronograma

La campaña “Pasaporte al verdadero color de la vida” se debe realizar en 3 fases en el periodo de 4 meses, específicamente en los meses de enero, febrero, marzo y abril del 2021 (figura 74).



Figura 74. Cronograma.



#### 4.15. Cronopost

El presente cronopost ayudará en los posteos que se van a realizar en las redes sociales, cumpliendo con el cronograma establecido (figura 69).

Cronopost					
Fecha	Red Social	Objetivo del mensaje	Copy	Formato	Hashtags
25 de enero al 1 de febrero	Facebook	Interacción	Conoce más sobre las prácticas que realiza Alpina para el cuidado del cantón Mejía. Te esperamos este 20 y 21 en el teatro Carlos Brito B.	Imagen	#Alpinatecuida
15 de febrero al 22 de febrero	Facebook	Información	Alpina una empresa que se preocupa por el cantón Mejía te invita a participar de un recorrido por Machachi. Te esperamos este 20 y 21 en el teatro Carlos Brito B.	Carrusel	#Alpinaresponsable
8 de marzo al 15 de marzo	Facebook	Interacción	Conoce más sobre las prácticas que realiza Alpina para el cuidado del cantón Mejía. Te esperamos este 20 y 21 en el teatro Carlos Brito B.	Imagen	#Alpinatecuida
16 de marzo al 21 de marzo	Facebook	Atención	Animado a participar en un recorrido por Machachi mientras te historias de prácticas medicinales. Te esperamos este 20 y 21 en el teatro Carlos Brito B.	Historia	#Alpinaresponsable

Figura 75. Cronopost.

#### 4.16. Plan de medios

El siguiente plan de medios ayudará a determinar la inversión y el cumplimiento de los objetivos (figura 76).

Objetivo	Acción	Medio	Formato	KPI	Meta	Valor unitario	Inversión
ALCANCE	Parada de buses	Paradas Mercado central Colegio Machachi	Imagen	Alcance	680	\$4,41	\$3 000
	Valta publicitaria	Panamericana Sur	Imagen	Alcance	22 500	\$0,36	\$8 000
	Alianza con bomberos	Cuerpo de bomberos del cantón Mejía	Branding	Alcance	2 000	\$0,20	\$400
	Posteos en redes sociales para activación	Facebook Alpina	Imagen	Alcance	4 000	\$0,09	\$350
EDUCACIÓN	Posteos en informativos redes sociales	Facebook Alpina	Imagen	Alcance	4 000	\$0,09	\$350
	Posteos en redes sociales de GAD municipal	Facebook Alcaldía de Mejía	Imagen	Imagen	8 500	\$0,00	\$0,00
INTERACCIÓN	Charlas	Oradores Alpina	Infografías Diapositivas Expositores	Asistencias	120	\$11,25	\$1 350
	BTL Pozo	Cancha de Chisínche Parque de los 9 volcanes	BTL	Interacción	680	\$1,18	\$800
	Activación	Lugares emblemático de Machachi	BTL	Interacción	480	\$10,00	\$4 800
	Invitación para visitas	Caja de invitación	Caja de cartón	Entregas	100	\$2,00	\$200
	Visitas guiadas	Fábrica Alpina	Expositor	Visitas	100	\$0	\$0
		<b>Difusión</b>	<b>Información</b>	<b>Interacción</b>			

Figura 76. Plan de medios.

#### 4.17. Presupuesto

En el presupuesto presentado a continuación se detallan cada una de las inversiones para que la campaña se pueda lograr, se toman en cuenta varias entidades que ayudaran entre ellas el cuerpo de bomberos de Mejía y la Alcaldía de esta (figura 77).

	Medio	Tiempo	Costo
1	Parada de bus	2 meses	\$3 000
2	Valla	2 meses	\$8 000
3	Alianza con bomberos	4 meses	\$400
4	Pauta en redes sociales	4 meses	\$700
5	Material para charlas		\$500
6	Oradores para charlas	1 vez por semana durante 1 mes	\$850
7	Pozo BTL	3 meses	\$800
8	Invitación para visitas guiadas	1 vez por semana durante 1 mes	\$200
9	Activación BTL	2 días	\$4 000
10	Creatividad y diseño	piezas gráficas	\$500
11	Personal para activación	2 días	\$300
Subtotal			\$19 250
Fee de agencia 17,66			\$3399,55
<b>TOTAL:</b>			<b>\$ 24 959,55</b>

\*Precios no incluyen IVA

Figura 77. Presupuesto.

## **5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Una vez terminada la investigación y la propuesta de campaña, el siguiente capítulo presentará las conclusiones en base al trabajo realizado, además de las principales recomendaciones para que la propuesta de campaña pueda ser llevada de la mejor manera.

### **5.1 Conclusiones**

La población del cantón Mejía tiene un gran apego hacia todo lo referente al cuidado ambiental, por esta razón se sienten abiertos a recibir cualquier tipo de información sobre este tema.

La contaminación ambiental es un tema que cada vez es más polémico, pero existen maneras de contrarrestar los efectos climáticos que pueden provocar esta alteración en el ecosistema y usarlos como una ventaja competitiva de una marca.

Debido a la coyuntura actual no es posible realizar eventos masivos, aunque la población se sienta atraída por estos, debido a esto se puede generar otro tipo de actividades para que las personas puedan tener una interacción entre la marca y su grupo objetivo.

Las entidades públicas tienen trabajo masivo, por este motivo les interesa las alianzas que puedan generarse con el sector privado para ayudar tanto a la población como a las entidades.

Al ser una campaña sectorizada, pero con un rango de edad amplio existen varias dificultades al momento de realizar una campaña, por esta razón es importante conocer donde chocan los públicos objetivos y a partir de esto realizar una propuesta.

Las personas sienten empatía con la marca cuando conocen que está se preocupa por ellos y se preocupa por lo que les suceda.

## **5.2 Recomendaciones**

Es importante mantener una comunicación bilateral constante con la población para generar una buena relación que se pueda fortalecer a lo largo del tiempo, y así evitarse futuras complicaciones.

La marca tiene que estar presente en episodios relevantes o trágicos en los que sus públicos se puedan ver afectados, ya que de esta manera puede crear un vínculo con las personas a las que se las ayuda, además de generar una buena imagen de marca.

Es recomendable generar espacios abiertos donde las personas puedan dar su opinión acerca de situaciones en las que se puedan ver afectadas de una u otra manera, además de que estas opiniones pueden servir en beneficio de tanto de la marca como de la comunidad.

El tono de comunicación de una marca hacia las personas tiene que ir de la mano con el público hacia el que va dirigido el mensaje, generando empatía con el público objetivo.

La marca debe estar constantemente realizando sondeos acerca de la opinión de la población hacia la marca, para evitar algún tipo de inconveniente sobre todo denuncias.

## REFERENCIAS

Abordar la problemática de la calidad y la contaminación del agua en el marco de la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos (GIRH) – mejorar la capacidad jurídica, política, institucional y humana. (2015, 11 diciembre). Recuperado 28 de abril de 2020, de <https://es.unesco.org/themes/garantizar-suministro-agua/hidrologia/escasez-calidad/calidad-contaminacion>

Acceso a la información y el Centro Virtual de Información del Agua – (2017, 4 agosto). Recuperado 3 de junio de 2020, de <https://agua.org.mx/biblioteca/acceso-a-la-informacion-centro-virtual-informacion-del-agua/>

América Latina y el Caribe puede reducir en casi 1°C el aumento regional de temperatura si controla los contaminantes climáticos de vida corta. (2020). Recuperado 24 de mayo de 2020, de <https://www.unenvironment.org/es/noticias-y-reportajes/comunicado-de-prensa/america-latina-y-el-caribe-puede-reducir-en-casi-1degc>

Alpina. (2017). *Informe de Sostenibilidad*. Recuperado de [https://www.alpina.com/Portals/\\_default/Sostenibilidad/Informes-sostenibilidad/Informe-de-Sostenibilidad-2018.pdf](https://www.alpina.com/Portals/_default/Sostenibilidad/Informes-sostenibilidad/Informe-de-Sostenibilidad-2018.pdf)

Alpina. (2019b, noviembre 4). Misión y Visión. Recuperado 13 de abril de 2020, de <https://www.alpinaecuador.com/empresa/mision-y-vision/>

Alpina. (2019). Modelo de sostenibilidad | Alpina Colombia. Recuperado 22 de mayo de 2020, de <https://www.alpina.com/corporativo/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-para-alpina>

Barrio, E. (2019). *Responsabilidad social corporativa de la noción a la*

*gestión* [Udla] (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/visor/61733>

Castello, A., & Del Pino, C. (2019). *Comunicación, Publicidad e Imagen de la publicidad a la comunicación persuasiva integrada* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Madrid, España: ESIC. <https://doi.org/10.6035/21740992.2014.8.13>.

Coca-Cola España. (2017). Economía circular: la apuesta de Coca-Cola | Coca-Cola ES. Recuperado 28 de abril de 2020, de <https://www.cocacolaespana.es/sostenibilidad/medioambiente/envases/coca-cola-apuesta-economia-circular>

Coca-Cola España. (2017b). Medioambiente. Recuperado 24 de junio de 2020, de <https://www.cocacolaespana.es/sostenibilidad/medioambiente>

Cumba, E. (2020). La educación ambiental en los medios televisivos. Estudio de caso: Oromar TV. *Alteridad*, 15(1,125), 126. Recuperado de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/alteridad/v15n1/1390-325X-alteridad-15-01-00125.pdf>

Di Génova, A. (2016). *Manual de relaciones públicas e institucionales estrategias y tácticas relacionales y de comunicación* [Ebook] (2.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/reader.action?docID=4627020&query=relaciones+p%C3%BAblicas#>

Ecuador cuenta con un nuevo Fondo de Responsabilidad Social y Sostenibilidad – Ministerio del Ambiente y Agua. (2019, 25 noviembre). Recuperado 15 de mayo de 2020, de <https://www.ambiente.gob.ec/ecuador-cuenta-con-un-nuevo-fondo-de-responsabilidad-social-y-sostenibilidad/>

Ecuador impulsa la Economía Circular como una alternativa de desarrollo sostenible – Ministerio del Ambiente y Agua. (2019, 1 septiembre). Recuperado 7 de mayo de 2020, de <https://www.ambiente.gob.ec/ecuador-impulsa-la-economia-circular-como-una-alternativa-de-desarrollo-sostenible/>

Fernández, J., Rubio, M., & Pineda, A. (2019). *Branding Cultural una teoría aplicada a las marcas y a la publicidad* [Ebook] (1.ª ed., Vol. 1). Recuperado de [https://elibro.net/es/ereader/udla/113294?as\\_parent\\_theme=marca](https://elibro.net/es/ereader/udla/113294?as_parent_theme=marca)

Ganadería Sostenible – Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). Recuperado 10 de mayo de 2020, de <https://www.agricultura.gob.ec/ganaderia-sostenible/>

González, J., Vázquez, J., & Mejía, C. (2017). *Responsabilidad social empresarial decisiones, reflexiones y casos de estudio* [Udla] (1.ª ed., Vol. 1). Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/visor/54981#>

Hoyos, R. (2016). *Branding el arte de marcas corazones* [E Libro] (1.ª ed., Vol. 1). Recuperado de [https://elibro.net/es/ereader/udla/70461?as\\_parent\\_theme=imagen\\_\\_de\\_\\_marca](https://elibro.net/es/ereader/udla/70461?as_parent_theme=imagen__de__marca)

INEC. (2010). Proyecciones Poblacionales. Recuperado 14 de mayo de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

INEC. (2011, 24 agosto). El 80% de las empresas en Ecuador no invierten en

protección ambiental. Recuperado 29 de abril de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-80-de-las-empresas-en-ecuador-no-invierten-en-proteccion-ambiental/>

INEC. (2018, 5 octubre). La principal afectación ambiental de los GAD provinciales fue por contaminación de agua. Recuperado 10 de mayo de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/la-principal-afectacion-ambiental-de-los-gad-provinciales-fue-por-contaminacion-de-agua/>

INEC. (2019, diciembre). Información Económica Ambiental en Empresas ENESEM 2017 [Diapositivas]. Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/Empresas\\_2017/PRESENTA\\_MOD\\_AMB\\_ENESEM\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2017/PRESENTA_MOD_AMB_ENESEM_2017.pdf)

Junta de Andalucía. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado 14 de mayo de 2020, de <https://www.oei.es/historico/decada/accion.php?accion=25>

Lafabril. (2017, 1 junio). Por una retribución a la sociedad y el medio ambiente. Recuperado 15 de mayo de 2020, de <https://www.lafabril.com.ec/la-fabril-comprometida-con-la-comunidad/responsabilidad-social/>

LA FABRIL. (2017, 4 julio). *LA FABRIL - RESPONSABILIDAD SOCIAL 2017* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ulHp3YwoGew>

Ministerio de salud pública. (2020). Coronavirus COVID 19 – Ministerio de Salud Pública. Recuperado 18 de mayo de 2020, de <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>

Ministerio del ambiente y agua. (19-06-07). Gobiernos locales aliados



estratégicos en la construcción del Acuerdo Nacional sobre el Desarrollo Sostenible y el Cambio Climático – Ministerio del Ambiente y Agua. Recuperado 20-05-05, de <https://www.ambiente.gob.ec/gobiernos-locales-aliados-estrategicos-en-la-construccion-del-acuerdo-nacional-sobre-el-desarrollo-sostenible-y-el-cambio-climatico/>

Moore, S. (2015). *Relaciones Públicas y la historia de las ideas* [Digitalia] (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/visor/43834>

Muñoz, E., Contreras, A., & Molero, M. (2018). *Ingeniería del medio ambiente* [Ebook] (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/reader.action?docID=5636509&query=medio+ambiente>

Oliveira, A. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 2). Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/a/54883/cómo-hacer-un-plan-estrategico-de-comunicacion-vol.-ii--publicos-y-stakeholders>

Pacto Global Red Ecuador. (2020, 16 marzo). EMPRESAS Y ORGANIZACIONES UNIDAS ANTE EL COVID-19. Recuperado 21 de mayo de 2020, de <https://pactoglobal-ecuador.org/empresas-y-organizaciones-unidas-ante-el-covid-19/>

Pacto Global Res Ecuador. (2020, 18 marzo). EL PODER DE LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE LAS NACIONES UNIDAS FRENTE A LA PANDEMIA. Recuperado 21 de mayo de 2020, de <https://pactoglobal-ecuador.org/el-poder-de-los-diez-principios-del-pacto->

mundial-de-las-naciones-unidas-como-herramienta-para-la-respuesta-corporativa-a-la-pandemia/

Pintado, T., & Sánchez, J. (2017). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica* [Ebook] (4.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/reader.action?docID=5758482&query=comunicacion#>

PricewaterhouseCoopers. (2016). Las empresas y el desafío de los ODS. Recuperado 5 de junio de 2020, de <https://www.pwc.es/es/publicaciones/sostenibilidad/empresas-desafio-ods.html>

Ramírez, M. (2016). Respiramos lo que compramos. Recuperado 14 de junio de 2020, de <https://www.creativosonline.org/blog/respiramos-lo-que-compramos-la-nueva-campana-de-wwf-con-tres-ilustraciones-centradas-en-el-aceite-de-palma.html>

Rincón, Y., Restrepo, J., & Venegas, J. (2019). *Estudios de comunicación y Marketing* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 2). Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Jorge\\_Restrepo-Morales/publication/333659720\\_Estudios\\_de\\_Comunicacion\\_y\\_Marketing/links/5cfafb5092851c874c568604/Estudios-de-Comunicacion-y-Marketing.pdf#page=66](https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Restrepo-Morales/publication/333659720_Estudios_de_Comunicacion_y_Marketing/links/5cfafb5092851c874c568604/Estudios-de-Comunicacion-y-Marketing.pdf#page=66)

Rodríguez, T. (2015). *La evolución de las estrategias de marketing en el entorno digital: implicaciones jurídicas* (1.<sup>a</sup> ed., Vol. 1). Recuperado de [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario\\_rivera\\_tesis.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22498/rosario_rivera_tesis.pdf)

Sanromán, R., González, I., & Villa, M. (2015). los principios éticos y las obligaciones civiles. Recuperado 8 de junio de 2020, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/bmdc/v48n142/v48n142a9.pdf>

UNESCO. (2018). *Informe Mundial de las Naciones Unidas sobre el desarrollo de los recursos hídricos 2018*. Recuperado de <https://www.uncclearn.org/sites/default/files/inventory/ga.pdf>

Vidal, I., & Morrós, J. (2018). *Responsabilidad Social Sostenibilidad GRI e ISO 26000* [Digitalia] (1.ª ed., Vol. 1). Recuperado de <http://www.digitaliapublishing.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/visor/37898#>

Vázquez, R. (2017). *Ecología y medio ambiente* (2.ª ed., Vol. 1). Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udlasp/reader.action?docID=3229497&query=medio+ambiente#>

González, P. (2019). *Impacto ambiental en las actividades humanas* (1.ª ed., Vol. 1). Logroño, España: Editorial Tutor Formación. <https://doi.org/10.4067/S0718-50732014000300002>

World Water Development Report 2020 – Water and Climate Change. (2020, 19 junio). Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://en.unesco.org/themes/water-security/wwap/wwdr/2020>

## **ANEXOS**

La presente encuesta tiene objetivo recuperar la información con fines académicos para conocer la percepción del grupo objetivo con respecto a la fábrica industrial de Alpina ubicada en Machachi.

**1. Edad: Señala al rango de edad al que perteneces**

- 18-28
- 28-38
- 38-48
- 48-58

**2. Profesión**

- Estudiante
- Agricultor
- Ganadero
- Comerciante
- Ingeniero
- Licenciado
- Otro.....

**3. Sector de residencia**

- Machachi centro
- Tucuso
- Chaupi
- Avanzada
- Tahuachi
- Aloasí
- Aloag
- Tambo
- Chisinche
- Otro.....

**4. ¿Elegiría un producto, frente al otro al conocer que uno de ellos realiza prácticas que contribuyen al medio ambiente?**

- Si
- No

**5. ¿Contribuye con el cuidado del medio ambiente?**

- Si

- No (Pase a la pregunta 3)

**6. ¿Qué acciones realiza usted para el cuidado del medio ambiente?**

- Reciclar basura
- Ahorrar energía
- Comprar productos de marcas que ayudan al medio ambiente
- Usar medios de transporte ecológicos
- Otro.....

**7. ¿Cuáles cree que son los agentes que más contaminan al medio ambiente?**

- Autos
- Fábricas
- Desechos
- Plaguicidas e insecticidas
- Maquinaria de construcción

**8. ¿Cambia su pensamiento acerca de una marca si conoce que está es responsable con la sociedad?**

- No, solo me importa el producto
- No influye en mi percepción
- Si me interesa
- Si, siempre prefiero una marca que sea responsable ante otras.

**9. ¿Conoce alguna fábrica industrial que se preocupe por el medio ambiente cerca de su lugar de domicilio?**

- Ordeño
- Adelca
- Tenaris
- Tesalia
- Alpina
- Avesca
- Yanbal
- Ecoroses
- Güipi
- Laverde
- Otra...

**10. ¿Porque rechazaría un fábrica industrial en su sector de vivienda?**

- Contaminación ambiental

- Contaminación visual
- Ruido
- Tráfico
- Olor
- Otro...

**11. ¿Sabe usted que es el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales?**

- Si
- No (Pase a la pregunta 10)

**12. Elija la palabra que usted relaciona con tratamiento de aguas residuales**

- Fábricas
- Cuidado ambiental
- Descontaminación
- Otra...

**13. ¿De estas marcas cuál conoce que realice cuidados ambientales en sus fábricas industriales?**

- Ordeño
- Adelca
- Tenaris
- Tesalia
- Alpina
- Avesca
- Yanbal
- Ecoroses
- Güipi
- Laverde


**14. Alpina es una empresa dedicada a la industria láctea ¿Qué opina usted sobre esta marca?**

- Responsable
- Contaminante
- Vinculación con la comunidad
- Ayuda económica
- Productos de calidad
- Invasiva

- Otra...

**15. En situaciones normales ¿Cómo quisiera que las fábricas industriales la labor que realizan hacia el medio ambiente?**


- Evento
- Charlas
- Redes Sociales
- En el producto
- Página Web

	<p><b>Karla Espín</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Machachi</li> <li>• 24 años</li> <li>• Estudiante de último semestre ingeniería ambiental en la Universidad de las Américas</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?</b></p>	<p>Es muy importante ya que llegan con menos carga de contaminación al ambiente siendo más fácil asimilar estas descargas y es beneficioso para la población aledaña ya que muchas veces se producen olores proliferación de plagas y cuando se tratan estas aguas se beneficia a la población y al medio ambiente.</p>
<p><b>2) ¿En qué puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero?, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica</b></p>	<p>Cuando no se tratan estas aguas tienen alta carga de contaminantes en el caso de Alpina tiene nutrientes pero afectan a la matriz del agua y puede ocasionar un efecto llamado eutrofización cuando el agua se queda sin oxígeno y mueren peces y</p>



<p><b>directamente en un sector agrícola o ganadero.</b></p>	<p>vegetación y también puede filtrarse en el suelo y afectar la composición del mismo y los cultivos y ya no van a ser de buena cantidad y calidad y eso llega a nuestra mesa siendo una cadena de efectos desastrosos , al sector ganadero le afecta porque esta agua toman el ganado también afectando los productos que vienen de ellos.</p>
<p><b>3 ¿Qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la contaminación de fábricas industriales o existe alguna normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales?</b></p>	<p>Los Municipios deberían realizar más controles periódicos y sin previo aviso por que los encargados de las empresas saben que van a ir al control y hacen todo lo correcto o esconder las fallas por eso sería bueno que las autoridades del Municipio vayan a las empresas con un período de tiempo y sin avisar y recolecten muestras y hacer ellos los análisis y verificar que esté cumpliendo con lo que se propone.</p>
<p><b>4) ¿Sabes de alguna legislación o alguna ley que exija a estas fábricas tener estas medidas de prevención para no contaminar estos sectores que están cercanos a las fábricas?</b></p>	<p>En el Ecuador existen muchas normativas en las cuales se estipulan los parámetros permitidos de descarga, pero falta el control porque existe la Ley, pero falta que se cumpla, se debería proponer más controles, más auditorias, inspecciones.</p>

<p><b>5) ¿Por qué crees que se debe esta falta de control, tal vez tiempo, personal o que puede influir que no se esté controlando las fábricas de esta manera?</b></p>	<p>A más de personal creo que es una falta de costumbre porque en el Ecuador se hace una inspección cuando hay tiempo o cuando hay una denuncia y debería cambiar esto antes de que haya ya los problemas.</p>
<p><b>6) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales como Alpina?</b></p>	<p>Ayuda a mitigar los problemas que se derriban si no hay el tratamiento de las aguas, como son proliferación de bacterias, insectos, y se produce un problema de salud pública entre los pobladores aledaños.</p>
<p><b>7) Tu que conoces como de este tipo de estudios es mucho más fácil, como podrías hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primeo o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p>	<p>Es muy importante ir personalmente con las personas para verificar su condición de vida tratar de explicarle con palabras no tan técnicas pero que entiendan la gravedad del problema y que como les dan trabajo ya no pueden decir nada, pero no es así porque su calidad de vida está en juego y explicarles con sutileza que no se sientan intimidados y confíen.</p>
<p><b>8) ¿Cómo sería para que sepan los beneficios que causan estas aguas residuales?</b></p>	<p>Indicando que pueden mejorar sus ríos, cultivos talvez utilizando material didáctico, trípticos.</p>

	<p><b>Jonathan Sambache</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Machachi</li> <li>• 25 años</li> <li>• Egresado de Ingeniería Ambiental de la Universidad de las Américas</li> <li>• Actualmente trabaja en el GAD Municipal de Machachi</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?</b></p>	<p>Algunos de los beneficios que podemos tener por medio de este tratamiento es que se puede implementar en sistemas de riego o limpieza generando flujos para los sectores que podrían verse afectados, así salvaguardamos a todos sus habitantes.</p>
<p><b>2) ¿En que puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero?, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica directamente en un sector agrícola o ganadero.</b></p>	<p>El tratamiento de aguas residuales es una práctica que todas las fábricas deberían implementar como parte de su responsabilidad con lo que quitan al ambiente, ya que están afectan directamente a los sectores agrícolas y ganaderos ya que no tienen un efecto positivo a lo que consumen estos como enfermedades de los animales o que dañen los sembríos.</p>
<p><b>3) ¿Qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la</b></p>	<p>El gobierno como GADS municipales han implementado varias normas para controlar a las fabricas</p>

<p><b>contaminación de fábricas industriales? o existe alguna normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales</b></p>	<p>industriales, aunque en el cantón Mejía es complicado supervisar frecuentemente a todas las fabricas industriales que existen en la zona ya que en la actualidad se las visita en un tiempo determinado porque no contamos con el personal y los recursos para realizar un adecuado control de calidad de cómo afectan las fabricas al medio ambiente.</p>
<p><b>4) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>Principalmente ayuda a todos los aledaños del sector porque retribuyen algo del agua que se les ha dado, ya que muchos de ellos la usan para su agricultura y sus necesidades. Pero es importante que todos los habitantes sean conocedores de la importancia de este tratamiento.</p>
<p><b>5)Y tal vez tú tienes algún como consejo o cómo podríamos hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas y tienes un conocimiento mucho más técnico como podríamos hacer para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primeo o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p>	<p>Clara que sí, existen charlas en las juntas parroquiales que podemos realizar para ayudar a la población a conocer sobre la segunda vida que le podemos dar a nuestra agua, ya que a estas personas son las que les afectan directamente a su agricultura y ganadería. Podemos establecer varios puntos aquí como el uso que podemos otorgarle a esta agua y cada paso que se realiza en el tratamiento de estas aguas, comunicar a todos los habitantes mediante, radio, televisión o redes sociales.</p>



### **Santiago Espín**

- Reside en Guayaquil
- 37 años
- Es cuidador del medio ambiente, actualmente trabaja en una empresa dedicada a este motivo.

**1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?**

Los beneficios de realizar estos tratamientos es colaborar a las personas que se encuentran cerca de cada planta industrial ya que se pueden ver afectadas por la contaminación, ayudando a conocer sobre el proceso de este tratamiento para que cada persona pueda tomar las medidas pertinentes sobre cómo pueden afectar a sus hogares.

**2) ¿En que puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero?, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica directamente en un sector agrícola o ganadero**

Puede afectar en una gran escala a este recurso ya que se le quita todos los nutrientes que la naturaleza les ha otorgado, siendo así no aportarían sanamente a las personas cercanas que la consumen. Por esta razón es estrictamente necesario que las empresas tengan una responsabilidad social mediante tácticas o normas que ayuden a establecer de una manera correcta este tratamiento. Es por esto por lo

	<p>que creo que el tratamiento de aguas residuales ha ido creciendo en los últimos años, implementándose en varias plantas industriales, y aunque en la actualidad hay muchas más maneras de contribuir con el bienestar ambiental esta táctica es muy beneficiosa para fábricas que se encuentran localizadas en lugares donde la economía se basa en el cultivo y la ganadería.</p>
<p><b>3) ¿Qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la contaminación de fábricas industriales? o existe alguna normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales</b></p>	<p>En varias empresas ya se ha implementado tácticas que colaboran con el crecimiento de industrias y marcas sin dejar de lado sus responsabilidades. En un ejemplo mi empresa ha trabajado por años en el manejo de prácticas medioambientales, ya que de esta manera han participado en la comunicación de esta, por lo que es importante comunicar los beneficios que se tiene cuando una empresa realiza actividades que colaboran con el medio ambiente y la sociedad, haciendo que los beneficiarios directos establezcan un pensamiento positivo a cerca de la marca que en algún punto pudo hacerles daño.</p>
<p><b>4) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>Creo que es importante la participación de la sociedad ante los proyectos que se intenten realizar</p>

	<p>para mejorar este tratamiento, mediante esto podemos obtener soluciones a las problemáticas presentes en las comunidades por lo que se volvería eficaz y productivo. Esto amplía el alcance de los hogares que se pueden beneficiar.</p>
<p><b>5)Y tal vez tú tienes algún como consejo o cómo podríamos hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas y tienes un conocimiento mucho más técnico como podríamos hacer para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primeo o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p>	<p>Claro, podríamos utilizar las redes sociales, charlas o videoconferencias. La tecnología bien usada para poder informar a las personas que más lo necesitan a pesar de no tener un nivel alto de educación no debe ser un obstáculo sino una herramienta para poder transmitir conocimientos que pueden ayudar a salvaguardar sus hogares. Muchos gobiernos se han apartado de estas personas ya que piensan que no es necesario que se les comunique sobre estos tratamientos, pero es indispensable ya que son los más afectados.</p>

	<p><b>Melany Armas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Quito</li> <li>• 26 años</li> <li>• Es Ingeniera Ambiental en pro-mediación y prevención de la Universidad de las Américas</li> <li>• Actualmente trabaja en una industria dedicada a los hidrocarburos.</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?</b></p>	<p>Los beneficios que tienes al realizar tratamientos de aguas residuales es que puedes hacer una reutilización del agua también esta misma agua puede servir para limpieza, para sistemas de riego además que estas cumpliendo con la normativa y entregas el agua en los parámetros establecidos.</p>
<p><b>2) ¿En que puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero?, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica directamente en un sector agrícola o ganadero</b></p>	<p>Claro, los principales problemas al no contar con un sistema de tratamiento aguas residuales es que en si la industria de la elaboración de productos lácteos y la producción de suero afectan a la composición del agua ya que tienes un efecto de enriquecimiento de nutrientes y muchas veces esta agua es captada para el consumo del sector ganadero y en los sistemas de riego en el sector</p>



	<p>agrícola, entonces tiene una incidencia bastante directa porque ya no estas obteniendo el recurso hídrico en su estado natural</p>
<p><b>3 ¿Ya no proveen a la tierra con esos nutrientes que necesitas normalmente?</b></p>	<p>En teoría la descarga directa de estas aguas hacen que aumenten la cantidad de nutrientes en los ríos entonces puedes ocasionar incluso un valor tan alto de enriquecimiento de nutrientes que puede existir personas con eutrofización es decir que se van a comenzar a aparecer muchísimas algas o como de un color verdoso porque tienes tanta cantidad de fósforo y de nitrógeno que vas a tener en ciertos lugares en los que no va haber corriente tan abundante la concentración de estos nutrientes así que esto afecta directo como te explicaba al consumo del sector ganadero de las vacas y de los sistemas de riego en cultivo.</p>
<p><b>4) ¿Y qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la contaminación de fábricas industriales o existe alguna normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales?</b></p>	<p>Claro, estas industrias están reguladas por el ministerio del ambiente y a su vez por cada cantón entendería que debería haber una instancia que sea lente de control pero normalmente lo que se debería realizar como de lado de la autoridad son seguimientos y controles de manera periódica es decir que tu vayas como ente de control al lugar</p>

	<p>tomes muestras te lleves para analizar en el laboratorio, veas que estas cumpliendo con los parámetros, que en su caso apliquen que estén realizando el tratamiento de las aguas residuales, no haya vertidos directos a los cuerpos hídricos y además esa concientización en la industria que es muy importante como estamos entregando el agua a las poblaciones que están hacia abajo.</p>
<p><b>5) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>Creo que es muy importante entender que nosotros debemos de preocuparnos en cómo estamos entregando este recurso hídrico, porque como tú lo representas deberías entregarlas en condiciones muchísimo mejores porque hay poblaciones aguas abajo y nosotros entendemos que estamos en la parte andina que van a recibir esta agua y mucha gente va a usar esta agua incluso para el consumo humano. Entonces es importante establecer que nosotros tenemos que ser ese primer ente en el que no deberíamos entregar el agua en parámetros que no estén cumpliendo la normativa. Es importante entender que el recurso hídrico se puede reutilizar que puede haber una mejor manera de controlar los vertidos de las industrias que</p>

	<p>pueden utilizar como te explicaba para limpieza o sistemas de riego. Entonces como que siempre darle un segundo uso a esta agua industrial cumplió los parámetros que establece la normativa.</p>
<p><b>6) ¿Tal vez tú tienes algún como consejo o cómo podríamos hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas y tienes un conocimiento mucho más técnico como podríamos hacer para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primeo o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p>	<p>Claro, yo pienso que llegar a la población con esa enseñanza de que el agua es un recurso que en algún momento puede llegar a agotarse, entonces no podemos tener descargas directas a los recursos hídricos porque en algún momento nosotros podemos ser la población que esté recibiendo aguas abajo una agua contaminada, entonces tal vez hacerles entender que así como existe el sector agropecuario que tenemos animales, tenemos cultivos, también existen otros factores que deben aprovechar este recurso y realmente he tenido la oportunidad de ver en muchos lugares en la producción de productos lácteos y la producción de suero tiene descargas directas a los cuerpos hídricos y es bastante notorio porque entiendes que esto la leche es blanca y en el rio van a comenzar a ver un cambio de color, los peces se van, los componentes que puedes decir como que aquí antes era un rio súper limpio</p>

y la calidad del agua era muy buena y ha ido desapareciendo. Entonces creo que también es entender que a todos nos afectan la contaminación que se puede dar en estos lugares y que con pequeñas acciones podemos ir cambiando esto para las poblaciones que están más abajo.



**Camila Zaenz**

- Reside en Quito
- 24 años
- Graduada de Ingeniería Ambiental en la Universidad de las Américas

**1) ¿Cuáles son los beneficios de los tratamientos de aguas residuales en una planta industrial?**

Pienso que al trabajar con aguas residuales salen muchos nutrientes por lo que se encuentra carga orgánica en parámetros de químicos como fósforo que si llegaran a tener concentración alta seria perjudiciales para el ambiente las cuales si no se tratan sería un problema al ecosistema.

**2) ¿En que puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero?, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica directamente en un sector agrícola o ganadero.**

Estas concentraciones si son elevadas causan la sobre nitrificación del agua causando proceso utropisacion inmune la vida productiva del agua causando un desequilibrio en la cadena alimenticia que cuando es afectada algún momento se va a afectar los niveles superiores por la contaminación repercutiendo a la vida de la flora y la fauna del lugar.

**3) ¿Qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la contaminación de fábricas industriales o existe alguna**

Los controles son muy generales puesto que hay rangos permitidos, cuanto a su concentración no es algo especifico para las industrias puesto que hay normativas locales y

<p><b>normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales</b></p>	<p>nacionales pero no está diversificado por el tipo de industria entonces puede ser muy variable entre el tipo de industria que sea como una láctea o metalúrgica son muy diferentes para el grado de contaminación que produzca cada una, por lo que sería importante diversificar los parámetros por el tipo de industria así ayudaría a reducir la contaminación.</p>
<p><b>4) ¿Conoces tú de algunas legislaciones que exijan a estas fábricas industriales tener estas medidas para reducir esta contaminación?</b></p>	<p>Si hay leyes cantonales y nacionales del agua para controlar directamente al cuerpo hídrico receptor o directamente al alcantarillado son distintos niveles que se permiten en estos cuerpos y son generales que se acatan para los dos.</p>
<p><b>5) ¿Es importante implementar otro tipo de medidas aparte de estas?</b></p>	<p>Ya dependería de las empresas porque en el Ministerio de Ambiente tienen regulaciones y que ellos deberían establecer para cada industria algo diferente y a nivel de control también ejercen el tema de manejo ambiental donde se muestra medios verificables que dan seguimiento a las medidas que realizan como empresa que es aprobado por el Ministerio quienes hacen auditorias pero por la cantidad de trabajo lo hacen después de mucho tiempo entonces se podría decir que es eficiente siendo el mejor</p>

	<p>PMA Plan de Manejo Ambiental que controla cada año y ellos se encargan de emitir los permisos cuando una empresa inicia, funciona e incluso cuando cierra ellos son los que emiten una licencia para su funcionamiento que va de la mano con el manejo ambiental estableciendo medidas que comprometen con el cuidado de los recursos como el agua ,el aire, o el suelo para reducir el impacto como industria.</p>
<p><b>6) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>Las personas que viven en zonas industriales están atentas a que las industrias hagan un tratamiento adecuado de los recursos para que no tenga una afectación a las personas, flora y fauna y también a que cumplan con todas las medidas y ordenanzas establecidas. Incluso el PMA realiza socializaciones y encuesta con las personas para saber si hay alguna novedad sobre el impacto de las industrias y estas personas incluso pueden realizar denuncias si algún problema existiera</p>
<p><b>7) ¿Tal vez tú tienes algún consejo o cómo podríamos hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas y tienes un conocimiento mucho más técnico</b></p>	<p>Las personas están abiertas a que se les explique sobre el impacto ambiental y que ellos están en el derecho de informar si tiene algún problema con la fábrica o industria que incluso podrían solicitar trabajo</p>

<p><b>como podríamos hacer para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primer o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p> <p><b>8) ¿Crees que de todos los ejemplos que me has dado, podría ser más beneficioso hacer charlas para comunicar de este tipo?</b></p>	<p>por estar cerca de esta industria. Entonces siempre va a ser primordial para la fábrica buscar el bienestar de las personas que viven por el sector y vivir armoniosamente</p> <p>Se deberían hacer charlas comunales que tiene más alcance porque van más personas a realizar actividades para que la gente se informe y también ir a las casa que se encuentran más cerca y hablar con ellos para conocer qué impacto tiene con las fábricas que están cerca y obtener más información.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



	<p><b>Sofía Heredia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Machachi</li> <li>• 25 años</li> <li>• Voluntaria</li> <li>• Es Ingeniera Ambiental en la Universidad Central del Ecuador</li> <li>• Actualmente está trabajando en una industria dedicada a los hidrocarburos</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?</b></p>	<p>Considero que las aguas residuales generan muchos nutrientes en los cuales se encuentra carga orgánica como fósforo que si llegaran a tener concentración alta sería perjudicial para el ambiente y las personas aledañas al sector, perjudicando su salud y su producción.</p>
<p><b>2) ¿En que puede afectar el tratamiento de aguas residuales en fábricas industriales en un sector agrícola o ganadero, Y si no existe un tratamiento de aguas residuales y este se vierte de una fábrica directamente en un sector agrícola o ganadero?</b></p>	<p>La salud de las personas aledañas se puede ver afectada ya que las comunidades manejan la idea de que es más importante garantizar la obtención del agua para el consumo, que el tratamiento de las aguas residuales. Por lo que no se preocupan por lo que suceda con las aguas que ellos mismos contaminan.</p>
<p><b>3) ¿Y qué tipo de control crees tú que se debería realizar por parte de municipios con respecto a la contaminación de fábricas</b></p>	<p>Los municipios deben implementar tratados con las personas más cercanas a las industrias ya que ellos son las personas más interesadas en</p>

<p><b>industriales? o existe alguna normativa que regule este tipo de circunstancias con las fábricas industriales.</b></p>	<p>la protección del agua Debe existir normas con las empresas que hacen uso de este recurso ya que muchas de ellas no realizan los debidos tratados y no se dan cuenta del gran daño que pueden provocar a las personas, cultivos y animales cercanas a ellas.</p>
<p><b>4) ¿Qué crees que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>La principal ayuda que se puede brindar es el abastecimiento de agua a todos los lugares ya que por falta de información las personas aledañas no utilizan las aguas residuales ya que no conocen en que momentos pueden usarlo. Por lo que al momento de capacitarlos podemos ayudar a cuidar este recurso que es muy importante para toda la sociedad.</p>
<p><b>5) Y tal vez tú tienes algún como consejo o cómo podríamos hacer para informar sobre lo que tú conoces y sabes cómo decir con palabras técnicas y tienes un conocimiento mucho más técnico como podríamos hacer para informar a las personas que carecen a veces hasta de educación de primeo o segundo nivel, como podemos hacer para informar de que se trata el tratamiento de aguas residuales</b></p>	<p>Dar a conocer los pros y contras de utilizar aguas residuales ya que les damos el poder a los ciudadanos de decidir sobre lo que pueden usar para diferentes ocasiones. Mediante charlas, encuestas o el uso de tecnología con el fin de llegar a todos los lugares y capacitar a todas las personas afectadas, aquí podríamos contar con la ayuda de los municipios, por facilitarnos recursos para lograrlo.</p>



**Beatriz Daquilema**

- Reside en Chanizas
- 29 años
- Su familia es ganadera
- Actualmente está trabajando en una empresa independiente ubicada en el centro de Machachi.

**1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?**

La verdad no tengo mucho conocimiento acerca de los beneficios que podemos tener de este tratamiento, por lo que no podría decirle uno certero.

**2) ¿Que piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?**

Las fabricas industriales pueden afectar a mi trabajo ya que estas suelen desechar organismos tóxicos, e incluso organismos que no conozcamos por lo que siempre hemos tenido cuidado el origen de los productos que consumen mis animales como también del agua que se riega a los sembríos de donde después servirá como alimento a algunas personas.

**3) ¿Tú conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice esta contribución con el medio ambiente?**

Se ha escuchado de Tesalia como una empresa responsable que ayuda al cuidado del medio ambiente, interviniendo en varias ocasiones en

	<p>conferencias y charlas para cuidar el recurso que es el agua.</p>
<p><b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón Mejía?</b></p>	<p>Podría nombrar a las plantaciones de ecoroses o sachaflor que son empresas amigables con el medio ambiente e intentan informar a los alrededores para que tomen las medidas necesarias para cuidarse.</p>
<p><b>5) ¿Crees que estas empresas realizan una contribución o ayudan a la contribución social de alguna manera?</b></p>	<p>Algunas si, como ya nombré antes hay unas plantaciones que intentan no contaminar tanto nuestro habitat. Tenemos otra empresa que es Adelca que se preocupan por el bienestar de la parroquia ya que construye canchas y otros lugares de recreación como también ayuda a construir casas para aquellos que no tienen.</p>
<p><b>6) ¿Por qué medios tú te informas acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía</b></p>	<p>Toda la información que veo es mediante las redes sociales como es la página del alcalde. Otro tipo de información son las juntas parroquiales donde nos dicen los cambios que se realizaran en los siguientes días o si una persona importante nos visitara próximamente.</p>
<p><b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b></p>	<p>Creo que el trabajo que estos dan a los habitantes de la parroquia ya que mi hermana estuvo trabajando en una empresa de estas y ayuda con diferentes beneficios a sus empleados por lo que eso también nos favorecía a toda mi familia</p>

<p><b>8) ¿Tú crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b></p>	<p>Yo no veo mucho que se involucre en estas cosas el municipio ya que este está más interesado en controlar otras cosas que ellos creen que son más importantes por lo que no le dan el debido control a las fábricas que causan mucho daño a nuestras tierras.</p>
<p><b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, presa?</b></p>	<p>Más información puedo obtener en las juntas parroquiales ya que aquí nos dan todos los puntos importantes para mejorar nuestros cultivos o de cosas que perjudiquen o ayuden a nuestra comunidad.</p>
<p><b>10) ¿Cuáles son los eventos que asistan personas del cantón Mejía, que sea enfocado para empresas?</b></p>	<p>He escuchado del Quesotón que es un evento que realizan con varias empresas para promocionar sus productos, o el primer domingo de cada mes donde muchas personas llevan sus emprendimientos para que más personas los conozcan.</p>



**Rosa García**

- Reside en Machachi
- 50 años
- Es comerciante y vive en la ciudad de Machachi

**1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?**

En el cantón Mejía hay muchas plantas de fábricas industriales existen 2 lados al momento de decidir si es o no beneficioso el tener a estas, ya que por un lado al tener fábricas de producción los ciudadanos del sector pueden solicitar trabajo, lo que genera un crecimiento de la economía, además de que las empresas pueden consumir materia prima del mismo cantón ayudando así a las microempresas que se encuentran en el sector, por otro lado, también es importante conocer que las fábricas generan contaminación de una u otra manera y esto afecta directamente al suelo del sector.

**2) ¿Qué piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?**

Afectan directamente ya que Mejía es un sector lleno de agricultura y ganadería, esto puede variar en el grado, pero causa muchos daños a los sembríos, animales e incluso a los mismos agricultores ya que en muchas ocasiones si no tienen este

	tratamiento puede llegar con contaminantes tóxicos.
<b>3) ¿Tú conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice esta contribución con el medio ambiente?</b>	Una empresa que es responsable que nos hemos dado cuenta aquí en el cantón es la fábrica Tesalia que cuida de la contaminación que emite a nuestra ciudad, y concientizando sobre la importancia del ahorro del agua.
<b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón mejía?</b>	Hay algunas empresas que ayudan al desarrollo de nuestro cantón en especial esas que ayudan al turismo de Machachi ya que aquí tenemos muchos paisajes hermosos. Ejemplo de uno de estas es la del Tren Ecuador que es una empresa que ha ayudado a que muchas personas salgan beneficiadas mediante los emprendimientos ubicados a la salida de este servicio de transporte por lo que ayuda a varias familias.
<b>5) ¿Crees que estas empresas realizan una contribución o ayudan a la contribución social de alguna manera?</b>	Esta Adelca que en este tiempo de pandemia ha colaborado con el municipio para limpiar las calles de Machachi y ha contribuido con empleados para manejar las maquinas del cuerpo de bomberos y así desinfectar cada lugar de nuestra ciudad.
<b>6) ¿Por qué medios tú te informas acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía?</b>	Yo me he informado en medios tradicionales como prensa radio y televisión ya que son medios

	<p>confiables, también uso redes sociales, pero en internet existen noticias que no son verídicas y hasta no poder comprobar por medios oficiales no considero una noticia como cierta. Así que creo que deberían mantener una página oficial en la que todas las personas estemos informadas de lo que sucede en nuestro cantón, pero algo que sea verídico y que este en constante actualización.</p>
<p><b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b></p>	<p>Las empresas ayudan mucho al desarrollo de nuestro cantón ya que ayudan con trabajo a varias familias como es el ejemplo de KFC ubicada en Uyumbicho la cual también cuenta con bonos hacia sus empleados, así colaboran a que se reanude una buena economía y ayuda a todos los locales.</p>
<p><b>8) ¿Tú crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b></p>	<p>Puede que, si se involucre, pero las personas no tenemos el conocimiento de esto, debería haber una institución que controle que si se realice controles ya que en ocasiones el municipio es demasiado corrupto y los empleados solo trabajan ahí por lo que se dice palancas y no hay una revisión periódica de que todas las normas se cumplan.</p>



<p><b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, prensa?</b></p>	<p>Yo me he informado en medios tradicionales como prensa radio y televisión ya que son medios confiables, también uso redes sociales, pero en internet existen noticias que no son verídicas y hasta no poder comprobar por medios oficiales no considero una noticia como cierta. Así que creo que deberían mantener una página oficial en la que todas las personas estemos informadas de lo que sucede en nuestro cantón, pero algo que sea verídico y que este en constante actualización.</p>
<p><b>10) ¿Cuáles son los eventos que asistan personas del cantón Mejía, que sea enfocado para empresas?</b></p>	<p>Algunos de los eventos son el Quesotón que es muy conocido en nuestra ciudad o eventos que se llevan a cabo en el Parque Central de Machachi o en el Parque del Agua, en el cual el municipio realiza convenciones abiertas para todo público y se puede participar sin necesidad de realizar ningún tipo de pago.</p>



**José Barba**

- Reside en Aloag
- 83 años
- Ex presidente de la junta parroquial de Aloag
- Trabaja en la tierra y tiene diferentes siembras y animales.

**1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales?**


La verdad no creo que tengan beneficios ya que las fabricas tienen muchos contaminantes por lo que no ayudan de una buena manera a nuestros cultivos y animales, y no sabemos que no mas usaron por lo que es preferible por el bienestar de mis cultivos no usar esas aguas porque al final estos alimentos son para el consumo humano

**2) ¿Qué piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?**

Muchas fábricas han contaminado la producción con sus emisiones que de una u otra manera afectan el suelo donde empieza la siembra y luego el agua con la que se riega a los cultivos. José cree que muy pocas fábricas en el cantón Mejía apoyan a la economía y a los sectores de producción tanto agrícola como ganadera y si lo llegan hacer es por obligación, es el caso de Adelca una fábrica que ha contaminado el sector de Aloag y ha deteriorado la salud de su población,

	<p>por esta razón se sienten en la obligación de realizar actividades que contrarresten esa mala imagen que se tiene de la empresa.</p>
<p><b>3) ¿Tú conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice esta contribución con el medio ambiente?</b></p>	<p>Como antes nombre Adelca es una empresa que ha hecho mucho daño a nuestro cantón, pero ha intentado construir complejos deportivos para beneficio de la población, también ha pintado y construido casas, además de apoyar económicamente a la junta parroquial de Aloag, pero esto no es suficiente a comparación de todo el daño que han causado.</p>
<p><b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón Mejía?</b></p>	<p>No sé qué otra empresa puede contribuir a cuidar el medio ambiente pero la mayoría de las empresas grandes causan mucho daño a sectores agrícolas como son las de nuestro cantón.</p>
<p><b>5) ¿Cree que puede contribuir a la sociedad mediante el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>No tiene un buen servicio para la sociedad porque es perjudicial para todos los que habitamos aquí y no nos ayudan más bien nos hacen daño o nos pueden causar graves enfermedades dependiendo de los contaminantes que usen en el agua.</p>
<p><b>6) ¿Por qué medios se informa acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía?</b></p>	<p>Deberían tenernos informados a todas las personas en la junta parroquial de Aloag ya que así muchas personas que no tenemos mucha tecnología podemos</p>

	<p>mantenernos al tanto de todo lo que sucede, también en comercios y cosas así porque hay muchas personas que nos gusta leer y así enterarnos de las acciones que se realizan en nuestra parroquia.</p>
<p><b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b></p>	<p>Como ya lo dije antes no creo que tengan algún beneficio a nosotros como moradores ya que estas empresas solo han contribuido a contaminar.</p>
<p><b>8) ¿Tú crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b></p>	<p>No tengo mucho conocimiento de lo que hacen los municipios, cuando yo trabaja en la junta parroquial intentábamos que toda las personas tengan conocimiento de las obras que se hacían en nuestra parroquia y así evitar la desinformación.</p>
<p><b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, prensa?</b></p>	<p>Si, por televisión ya que existen programas que son enfocados en noticias del cantón Mejía y aquí nos avisan también los eventos que están próximos a presentarse.</p>

	<p>Jennifer Valencia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Machachi</li> <li>• 22 años</li> <li>• Reside en Machachi, estudiante de Medicina</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?</b></p>	<p>El tratamiento de aguas residuales es beneficioso para las personas aledañas para que no se perjudiquen en su salud, el suelo no se contamine porque ahí mejoran sus cultivos, el ganado también no se afecta y mejora la calidad del ambiente.</p>
<p><b>2) ¿Qué piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?</b></p>	<p>Las autoridades deberían tomar medidas pertinentes conforme a las normas establecidas ya que no solo afectan a los productos que salen de mala calidad, menos cantidad sino también a las personas que habitan cerca de estas industrias, conforme pasa el tiempo su salud se puede ver gravemente afectada causando daños irreversibles. A su vez en el sector ganadero sus animales pueden afectarse contaminándose y sus derivados no resultan ser el producto esperado, afectando directamente a los consumidores.</p>
<p><b>3) ¿Tú conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice</b></p>	<p>Podría nombrar tres, una es Tesalia que siempre ha realizado su contribución amigable con el</p>


<p><b>esta contribución con el medio ambiente?</b></p>	<p>ambiente, ayudando de diversas maneras como el estudio de la contaminación del agua y realizando campañas de concientización acerca de la importancia de un recurso como es el agua ya que es el producto principal de esta empresa.</p> <p>La segunda es Alpina, que se ha desarrollado respetando cada norma según los estatutos conforme a los recursos que usan.</p> <p>Y la tercera sería Ecofroz que a pesar de que un tiempo estaban contaminando mucho los suelos, han intentado mejorar su calidad y mejorar sus maquinarias para ser más amigables al ambiente.</p>
<p><b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón Mejía?</b></p>	<p>Diría que Adelca ya que al ser una fuente de trabajo para moradores no solo de Aloag sino también de Machachi, ayuda a las familias necesitadas del cantón. Aunque ha realizado varios contratos con los diferentes municipios del cantón Mejía para realizar diferentes construcciones importantes y que ayuden a su desarrollo. Debido a la emergencia sanitaria, tuvo varios problemas económicos por lo que tuvo que despedir a varias personas sin embargo ha intentado prestar sus servicios y sus trabajadores para</p>

	desinfectar los principales lugares del cantón.
<b>5) ¿Crees que estas empresas realizan una contribución o ayudan a la contribución social de alguna manera?</b>	Si, como ya antes mencioné Tesalia hace muchas campañas acerca de la concientización del cuidado del agua y aprender a valorar este recurso que es tan importante y no solo sobre eso sino también de la naturaleza que nos regala nuestro cantón. Y también las empresas que proveen de empleos a las personas del cantón.
<b>6) ¿Por qué medios tú te informas acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía?</b>	El primer medio diría que las redes sociales, hay varias páginas sobre información del Cantón Mejía como es Iris o Runapacha que realizan seguimiento de lo que ocurre y se podría decir que son las más confiables ya que hay otras páginas que no aportan a la información, otro medio es la televisión por el medio de CBVision en el que transmiten información desde varios sectores del cantón.
<b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b>	Creo que el beneficio más grande es el crecimiento o desarrollo que estas empresas aportan para que esto ocurra ya que son empresas de impacto importante a nivel nacional y están precisamente erradicadas en una ciudad que parece pequeña como es Machachi.

<p><b>8) ¿Tú crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b></p>	<p>Si, ya que tenemos el caso de Coca Cola que quiso establecer sus empresas en nuestro cantón, contribuyendo con grandes sumas de dinero sin embargo según las leyes establecidas esta empresa contaminaba demasiado y más a un lugar que es tan ganadero y agrícola como es Machachi, así que se tuvo que tomar medidas en el asunto y la empresa no siguió con sus planes, para lograr llegar a esto se tuvo que hacer unos profundos análisis y así se logró que esta empresa no se estableciera aquí.</p>
<p><b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, prensa tú te has informado?</b></p>	<p>Si, de eventos, acontecimientos importantes del municipio o alguna cartelera suelo informarme también en un programa llamado la pregunta donde en ciertas ocasiones debaten de ciertos temas mencionados, en la revista Iris ya mencionada y en la página oficial del alcalde ya que suelen subir cosas importantes que han ocurrido.</p>
<p><b>10) ¿Cuáles son los eventos que asistan personas del cantón Mejía, que sea enfocado para empresas?</b></p>	<p>Podría nombrar un evento importante que es el Quesotón, donde asisten diferentes empresas, e incluye diferentes concursos y presentaciones por lo que muchas personas de diferentes partes del cantón acuden. Algunas personas</p>



	<p>que participan en este evento tienen que pagar un poco altas cantidades de dinero, pero según comentarios de los mismos dueños pudieron recuperar lo invertido por tantas personas.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p><b>Fredy Domínguez</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reside en Machachi</li> <li>• Dirige el programa La Pregunta</li> <li>• 48 años</li> <li>• Periodista</li> </ul>
<p><b>1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales?</b></p>	<p>Creo que depende de la empresa que lo realice ya que muchas de ellas no tienen un buen tratamiento por lo que pueden llegar a ser perjudiciales. Pero existen otras empresas que realizan un buen tratamiento de aguas por lo que puede ayudar a muchos beneficiarios con diferentes necesidades siempre y cuando le den el uso adecuado.</p>
<p><b>2) ¿Que piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?</b></p>	<p>Yo considero que el cantón Mejía tiene un camino largo que recorrer a nivel económico ya que varias empresas se han encargado de su propia producción dejando de lado a emprendimientos locales, debido a que los ciudadanos prefieren trabajar para una planta industrial donde saben que tienen seguridad al contrario de tomar riesgos como emprender, por esta razón la economía del cantón no ha crecido en los últimos años, adicionalmente tiene mucho que ver el gobierno que ha tenido el cantón Mejía ya que este no ha invertido en el crecimiento</p>

	<p>económico de la población, por consiguiente estas contaminan al sector el cual está lleno de bellos paisajes y naturaleza por todos lados y se ve por plantas industriales que dañan tanto la vista como el ambiente. Las empresas no comunican sobre las actividades que realizan en beneficio a los habitantes, pero pocas empresas lo han hecho, aunque no todas de la manera correcta ni por los medios que deberían hacerlo, las microempresas han tenido una mayor participación en el trabajo con la comunidad que las mismas marcas grandes.</p>
<p><b>3) ¿Conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice esta contribución con el medio ambiente?</b></p>	<p>La principal empresa que contribuye a el medio ambiente podría decirse que es Tesalia ya que ha realizado muchas actividades y obras para mejorar el bienestar de los consumidores y los habitantes cercanos a la empresa.</p>
<p><b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón mejía?</b></p>	<p>Adelca es una de las empresas más conocidas por realizar este tipo de acciones, es decir realizar otras actividades para el crecimiento del cantón como las plazas de trabajo, construcción de casas y en este tiempo de pandemia se han unido a los bomberos para ayudar a</p>

	desinfectar las calles principales de todo el cantón.
<b>5) ¿Crees que estas empresas realizan una contribución o ayudan a la contribución social de alguna manera?</b>	Creo que si se tiene un buen tratamiento de aguas residuales se puede mejorar de diferentes maneras, informándonos acerca de los usos y lo que podemos hacer, aunque en algunos casos muchos habitantes no tienen este conocimiento y pueden no saber en que pueden implementar estas aguas por lo que causa un gran desperdicio.
<b>6) ¿Por qué medios tú te informas acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía?</b>	Por medio de fuentes oficiales, tenemos muchos grupos en los que los periodistas nos apoyamos con información, otras fuentes oficiales el comercio o de donde nacen las noticias. En este caso de la pandemia he comenzado a informarme mucho de todas las noticias que saca la OMS y el ministerio de Salud Pública para no tener información falsa o cosas que no deberían especular.
<b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b>	Lo importante de todo esto es la economía que estas empresas le da a nuestro cantón ya que por los empleos permiten que siga creciendo. Aunque por malas administraciones no hemos podido seguir creciendo ya que existe mucha corrupción y no realizan buenas colaboraciones.

	<p>Ejemplo de esto ha sido el hospital básico de Machachi que no cuenta con buenas implementaciones y esto no ayuda a la salud de los pobladores.</p>
<p><b>8) ¿Crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b></p>	<p>Como nombre antes al municipio de Mejía, creo prudente que se debería trabajar con transparencia la información acerca de las empresas que afectan a nuestro cantón ya que en muchas ocasiones esto se trabaja como se dice vulgarmente bajo la mesa por varios intereses económicos por lo que todos los ciudadanos nos quedamos fuera de recibir esta información.</p>
<p><b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, prensa tú te has informado?</b></p>	<p>Todo esto como ya lo mencioné antes de fuentes oficiales, ahora principalmente mediante las redes sociales donde tenemos grupos de periodistas donde todos nos colaboramos información confiable.</p>
<p><b>10) ¿Cuáles son los eventos que asistan personas del cantón Mejía, que sea enfocado para empresas?</b></p>	<p>Uno de los eventos más importantes puede ser el Quesotón que ayuda a promocionar empresas, otro evento que se puede ayudar a darse a conocer los emprendimientos puede ser el paseo procesional del chagra ya que aquí muchas empresas se hacen presentes saludando a Machachi.</p>



Diego Garnica

- Reside en Machachi
- 23 años
- Estudiante Ingeniería Civil

**1) ¿Cuáles son los beneficios de realizar el tratamiento de aguas residuales en una planta industrial?**

Para el tratamiento de aguas residuales se toma el agua que es utilizada y se le da un tratamiento para emitir estas aguas de mejor manera que sea para el consumo humano o riego o cualquier otro para que el ser humano lo ocupe aquí en el Ecuador el tratamiento de aguas residuales no es común según estudios solo el 12 por ciento de las aguas que son para consumo humano son tratadas y solo la ciudad de Cuenca se dedica a hacer este tipo de tratamientos según la Secretaría nacional del agua el resto del País no cuenta con una administración para el tratamiento de aguas, que es muy importante puesto que si las personas consumen estas aguas dependiendo de donde se encuentran contienen químicos o algo que puede ser perjudicial para el consumo humano, por lo que cada ciudad debería realizar un tratamiento de aguas residuales ya que beneficia a

	las personas que habitan en cada una de las ciudades.
<b>2) ¿Qué piensas acerca de que las fábricas industriales en sectores agrícolas y ganaderos no tengan un tratamiento de aguas residuales? ¿En que podría afectar?</b>	Afectan a las personas aledañas porque toman el agua de esa zona por eso se debería hacer conciencia con estas empresas que están enviando aguas contaminadas, hay una ley para tomar el agua no contaminada y tiene que estar apta para consumo humano, no está bien que existan industria que no realicen el tratamiento del agua no están pensando en las personas y estarían actuando en forma egoísta
<b>3) ¿Conoces a alguna empresa aquí en el cantón mejía que realice esta contribución con el medio ambiente?</b>	La empresa Alpina que se encuentra a cinco minutos de Machachi se encuentra realizando el tratamiento de aguas residuales de lo que tengo conocimiento
<b>4) ¿Conoces a alguna otra empresa que realice no necesariamente este tipo de contribución ambiental sino otro crecimiento en el cantón Mejía?</b>	La empresa Tesalia que es la más conocida de aquí del sector, la empresa KFC que está en Uyumbicho, la empresa ADELCA ubicada en Aloág quienes realizaron junto con el Municipio un plan de desinfección unidos con otra empresa.
<b>5) ¿Crees que estas empresas realizan una contribución o ayudan a la contribución social de alguna manera?</b>	Directa e indirectamente ayudan al crecimiento del cantón porque crean plazas de trabajo ahí tenemos la empresa KFC que más del cincuenta por ciento es de Uyumbicho al igual

	de la empresa tesalia que ocupa plazas de trabajo con personas del sector siendo beneficioso para el cantón.
<b>6) ¿Por qué medios tú te informas acerca de las noticias que suceden en el cantón Mejía?</b>	Los medios por los que me informo son la televisión que hay un medio llamado CBVISION, las redes sociales como la Pregunta, revista llamada Iris, periódico Tierra Grande.
<b>7) ¿Cuáles son los beneficios que crees tú que te da el cantón o en si las empresas así industriales a ti como persona?</b>	Los beneficios en forma personal se me hacen bien que empresas que con ranking nacional e internacional se posesionen en ciudades como Machachi por que incentivan que crezca el sector agrícola, industrial y mientras más empresas existan el cantón crezca más haya más comercio y haría más beneficio a los habitantes del sector, también se da a conocer por medio de estas empresas y sus trabajadores en otros lugares y beneficia al crecimiento en general.
<b>8) ¿Tú crees que el municipio de Mejía como GAD municipal se involucra en el control de fábricas industriales en estos sectores?</b>	Creo que cada GAD Municipal tiene que controlar lo que realizan cada empresa y no se si realizan el control adecuado a estas empresas porque no se a conocido de alguna demanda o problema que haya habido.
<b>9) ¿Tú te has informado de estas noticias por alguno de los medios que ya nos dijiste televisión, radio, presa tú te has informado?</b>	Si me informado en las redes por ejemplo como en la empresa de KFC que se detectó que hubo un contagiado de COVID 19 y también



	<p>por televisión, aunque en algunos casos no se enfocan en otros problemas de fondo de las empresas.</p>
<p><b>10) ¿Cuáles son los eventos que asistan personas del cantón Mejía, que sea enfocado para empresas?</b></p>	<p>El evento donde que he asistido y visto que va gente es el Quesotón que fue realizado por el Municipio y empresas privadas, y el que se podía encontrar la fabricación de queso gigante productos lácteos y otros productos</p> <p>Otro evento es el de la feria de los Volcanes en donde se exhiben varios emprendimientos y también asiste mucha gente.</p>

