

DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA FOMENTAR EL RECICLAJE EN LA POBLACION DE CIEGO DE ÁVILA

DESIGN OF THE SOCIAL MARKETING PLAN TO PROMOTE RECYCLING IN THE PEOPLE OF CIEGO DE ÁVILA

Autora: Lic. Elidaydes Ruiz Placeres

Institución: Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila

Correo electrónico: eli@erm pca.co.cu

RESUMEN

La investigación se desarrolló en la Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila, con el objetivo de diseñar un plan de marketing para fomentar en la población la conciencia a la recuperación y el reciclaje en el período de vacaciones (julio- agosto). En estos meses es notable el aumento de los desechos, tanto en el hogar como en centros recreativos. Este plan tiene gran significación pues constituye un factor fundamental en el desarrollo de la empresa en cuestión. El reciclaje evita importaciones al país, además de ayudar al medio ambiente evitando el uso y abuso indiscriminado de las reservas naturales y contribuye, de esta manera, a evitar la contaminación atmosférica.

Palabras clave: Recuperación, Reciclaje, Marketing, Materias Primas, Venta.

ABSTRACT

The research was conducted in the Company Recovery of Raw Materials of Ciego de Avila, with the aim of designing a marketing plan to promote awareness in the population recovery and recycling in the holiday period (July-August) and that it brings with it an increase in recyclable waste, both at home and recreational facilities. Meaning this plan a key factor in the development of

the company in question, since we avoid recycling imports into the country, and help the environment by avoiding the indiscriminate use and abuse of nature reserves and protecting it from air pollution.

Keywords: Recovery, Recycling, Marketing, Raw Materials, Sale.

INTRODUCCIÓN

El marketing (MK) es el análisis, instrumentación y control de programas cuidadosamente diseñados y planeados para que se efectúe voluntariamente intercambio de valores con los mercados de interés para la organización. Con el propósito de que logre sus objetivos, tiene que diseñar su oferta tomando en cuenta las necesidades y deseos del mercado que se propone conquistar y el uso efectivo de las técnicas de precio, comunicación y distribución, para informar, motivar y servir a dicho mercado (Mohammad, 1985).

Marketing de Servicios:

Las organizaciones de servicios son aquellas que no tienen como meta principal la fabricación de productos tangibles que los compradores vayan a poseer permanentemente, por lo tanto el servicio es el objetivo del MK, es decir, la empresa está vendiendo el servicio, como núcleo central de su oferta, al mercado.

Mediante la Resolución No. 146 de fecha 25 de septiembre de 1984, emitida por Irma Sánchez Valdés en su condición de Ministra Presidente, se crea la Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila(ERMPCA). La institución cuenta con personalidad jurídica propia, la cual está integrada a la Unión de Empresas de Recuperación de Materias Primas , subordinada al Ministerio de la Industria, autorizado mediante la Resolución No 157 de fecha 23 de febrero de 2005, emitida por el Ministerio de Economía y Planificación.

Esta entidad ubicada en Calle F s/n % 7 y 14, reparto Canaleta, funciona bajo el principio de autofinanciamiento empresarial, por lo que no solo deberá cubrir sus gastos con ingresos propios, sino que además deberá generar un margen de utilidades.

La Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila se caracteriza por ser una organización económica, con balance financiero independiente y gestión económica, financiera, organizativa y contractual autónoma, que se crea para la dirección técnica, económica y comercial, los que deberán lograrse con la mayor eficiencia económica.

El objeto social de la empresa, aprobado desde su creación por la Resolución No. 157 del Ministro de la Industria es el siguiente:

- Recuperar, procesar y comercializar de forma mayorista todo tipo de desechos, envases, artículos, equipos y otros que se generan en la esfera industrial, comercial y productos, en los servicios, en el consumo social, que pueden ser reutilizados en la economía como materias primas secundarias en moneda nacional y divisas, según nomenclatura aprobada por el Comercio Interior.
- Ofrecer servicios de recogida, distribución y transportación especializada de todo tipo de producto reciclado; así como desmantelamiento de instalaciones industriales, comerciales y de servicios en moneda nacional y divisas.
- Efectuar la recogida de la materia prima a la población, intercambiando con estos productos, cumpliendo con las regulaciones vigentes.

Tiene características propias ya que no vende productos de uso y no brinda servicios específicos, sino que se encarga de la recuperación de materiales desechados por la población o entidades. Este servicio forma la conciencia social del reciclaje, por lo que la empresa tiene su funcionamiento basado en procesar los residuos sólidos que otras empresas o la población desechan, clasificándolos de acorde al material que lo componen. El servicio o fin fundamental está validado por dos servicios, el de compra y venta. La empresa compra la materia prima o los desechos mediante casas de cambio, donde la población lleva su materia prima y esta es comprada mediante una tarifa, también se recupera en la basura desechada en los hogares o la de entidades del estado, después de obtenidos los desechos se procesan y se clasifican en ferrosos y no ferrosos, dentro de estos últimos el plástico, el vidrio, el papel y

cartón, seguidamente se pesa y se empaca vendiéndolo a empresas que lo consumen como materia prima para su producción, de esta forma reciclamos y ahorramos importaciones al país.

Luego de esta breve panorámica de lo que es el marketing de servicios y de las características fundamentales de la empresa, se aplica este concepto al desempeño actual de la misma, basados fundamentalmente en los siguientes aspectos:

- 1- Valor y satisfacción
- 2- Mix de marketing
- 3- Mix de comunicación
- 4- Entorno
- 5- Misión y Visión
- 6- Objetivos

También se muestra el diseño de un plan de marketing social que posee como objetivo general fomentar la recuperación de materiales reciclables en la población.

MATERIALES Y MÉTODOS

La recuperación, reutilización y reciclaje de los desechos es una necesidad de Cuba y del mundo, no solo desde el punto de vista económico, sino de la sostenibilidad y conservación del medio ambiente. El agotamiento de las fuentes renovables de energía y de los recursos naturales exige hoy más que nunca de toda nuestra atención. Por otra parte la globalización, la crisis económica que hoy se manifiesta, unido al uso indiscriminado de los recursos por las grandes transnacionales, ajenas al calentamiento global y sus consecuencias, ponen en una situación desventajosa a los países subdesarrollados; de manera que el reciclaje de la materia prima es trascendente.

El 7 de noviembre de 1961 se crea, por el entonces Ministro de Industrias Comandante Ernesto Ché Guevara de la Serna, la Empresa Consolidada de Recuperación de Materias Primas que tiene como misión principal la

recuperación, procesamiento y comercialización de los desechos sólidos reciclables generados en el sector industrial, comercial y doméstico. La filosofía de la empresa se sustenta en satisfacer las demandas del cliente con toda la calidad, prontitud y exigencias requeridas, manteniendo estrategias de mejora continua en sus procesos productivos, en las condiciones de trabajo y la atención al hombre; lo que ha permitido justamente que sus trabajadores den respuesta a las proyecciones de desarrollo de la dirección de la entidad de alcanzar saltos significativos en sus ventas totales, por productos, y en las finanzas en general.

Lo anterior presupone capacitación y toma de conciencia porque cuando reciclamos se disminuye el consumo de materias primas virgen y que en la actualidad es más alto su precio en el mercado mundial y por consiguiente más caro su procesamiento. Se disminuye el consumo y/o abuso del uso de los recursos naturales (yacimientos y reservas naturales.) Se disminuye la contaminación atmosférica y del agua y la tala de árboles para hacer pulpa de madera para fabricar papel, entre otras.

La empresa brinda el servicio de recuperar desechos, destinado a la sociedad, pero se realiza de manera indirecta puesto que los desechos se obtienen mediante casas de cambio de materias primas y la basura recogida en entidades y hogares, luego se envían en dependencia de sus características a otras empresas que los emplean como materia prima para su producción. Por lo tanto para el servicio fundamental, que es recuperar desechos, se aplican dos servicios más, el de compra en las casas de cambio y el de venta a las empresas productoras.

En el servicio de compra se detectó que para el cliente (el vendedor de MP) tiene más importancia que se le pague en efectivo la MP que lleva que con el intercambio por objetos o comida, por lo que se aplicó una tarifa acorde al material y al peso en Kg netos para pagar la MP. Por lo tanto el vendedor va a establecer como comportamiento seguir vendiendo MP en las casa de cambio y para esto las recaudará él mismo en lugares recreativos, las calles e incluso la compran por los hogares a un precio más bajo y las revenderá en las casa

de cambio, teniendo una tendencia al aumento, ya que mientras más MP recaude y venda en las casa de cambio más le pagarán.

Servicio de Venta: a los compradores que son empresas productoras le conviene comprar la MP recuperada que la importada, ya que al disminuir los costos de producción aumentan las ganancias y en muy pocas ocasiones merma la calidad del producto final, de forma que le convenga también al país y a su economía. Por lo tanto las dos partes estarán satisfechas y la tendencia será al aumento de las compras para disminuir las importaciones.

1. Mix de Marketing o 4P del MK:

Al igual que con el valor y la satisfacción, las 4P de MK en esta empresa son difíciles de definir, por ejemplo:

Producto: El producto en esta empresa son los materiales reciclados, o pueden ser los servicios de compra y venta de MP, pero al ser una mezcla entre servicios intangibles y productos tangibles se expone como una idea que da nombre a la empresa: La recuperación de Materias Primas.

Precio: En esta variable existen varios mercados meta y varios tipos de productos, por lo tanto el precio va a variar dentro de un mismo servicio y entre ellos, puesto que los precios de compra en las casas de cambio va a ser menor que el de venta a las empresas recicladoras. Trayendo siempre una ventaja para el intermediario, en este caso la empresa en cuestión. Se aplican los periodos de pago para los compradores y existen los listados de precio para cada producto.

Distribución: Para esto cuenta con una dirección comercial y de ventas que se encarga del traslado a partir de un parqueo propio de camiones o el alquiler de los mismos, de que la mercancía comprada llegue a la empresa en tiempo para ser procesada y empacada para luego llevarla a los compradores para su venta, cumpliendo con los planes de producción de la empresa. La localización geográfica ayuda al encontrarnos en la región central del país.

Comunicación: La empresa no posee una promoción adecuada de sus servicios.

2. Mix de Comunicación:

Constituyen el conjunto de actividades que se utilizan como herramientas para dar promoción a la empresa y a los servicios que brinda.

Publicidad: No posee publicidad.

Promoción de Venta: No posee.

Relaciones Públicas: aunque no tiene ese nombre específico dentro de la empresa sí se aplica el concepto al ser una empresa fácilmente identificable, con una fuerte imagen corporativa, ya sea por el tiempo de creada como por la magnitud de la función que realiza dentro de la sociedad, aunque se puede afirmar que no se realizan acciones para fomentar esta imagen.

Como se pudo analizar el Mix de Comunicación de MK en la ERMP es muy débil y no se aplica ningún efecto para enriquecerlo.

3. Entorno de MK (macroentorno y microentorno):

El ambiente o entorno de MK en la ERMP está formado por los actores y fuerzas que afectan o influyen sobre ella al realizar sus actividades. Lo conforman un Microentorno compuesto por el ambiente demográfico que influye de manera positiva o negativa con el crecimiento de la población en la región, los cambios de edad, el ambiente económico con los ingresos y los planes de producción, el entorno físico natural con incremento o disminución de desechos sólidos, aumento de costos de energía, el ambiente tecnológico con la implementación de nuevas tecnologías que den lugar a un mejor aprovechamiento de la basura, el ambiente político legal con las leyes y la legalidad de las acciones de reciclaje por parte de la población. El ambiente socio cultural con el nivel que posee la población de la región en cultura de reciclaje.

El microentorno de la empresa está formado por los diferentes departamentos de la empresa, que tienen que actuar de manera conjunta para el bien de dicha entidad, los suministradores o proveedores que están formados por casa de cambios y otras empresas o entidades estatales. Los intermediarios de MK son las empresas que ayudan a la promoción, como medio y propaganda, el poligráfico, la TV avileña. Los clientes son vendedores, compradores y la sociedad en general que se favorece con las actividades de la empresa.

Las instalaciones se encuentran en buen estado, las condiciones de trabajo son óptimas, posee una adecuada capacidad financiera, el personal que trabaja en la empresa es controlable, posee una correcta ubicación tanto en el territorio nacional al encontrarse en la región central como en la provincia, posee gran extensión entre sus límites, y la tecnología no es de primera generación pero es aceptable y el mayor peso lo tiene la mano de obra humana.

Por lo tanto el entorno que rodea la empresa es positivo para aplicar un plan de MK.

4. Misión y Visión

Misión: «La Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila garantiza de manera rentable el reciclaje de las materias primas metálicas ferrosas y no ferrosas, no metálicas, la chatarra electrónica y los envases, recuperando las mismas a través de la población y de entidades estatales para satisfacer las necesidades existentes en la industria nacional, sustituyendo importaciones y preservando el medio ambiente. Contamos con trabajadores solidarios, sensibles e identificados con la ideología revolucionaria. Nos identifica la concentración geográfica que se tiene del proceso producto y la vasta experiencia que se posee en la venta de chatarra por ferrocarril.»

Visión: «La Empresa de Recuperación de Materias Primas de Ciego de Ávila es una organización perfeccionada en crecimiento, que continua sustituyendo importaciones y que cuenta con niveles óptimos de liquidez y solvencia. Las relaciones contractuales que establecen son de total beneficio para la organización. La tecnología de izaje, oxicorte y transporte es de punta y las técnicas de informatización y comunicación han cobrado auge en la Empresa. La calidad de los productos que se reciclan está certificada. »

5. Objetivos

- Alcanzar 7 886.5 MP por concepto de Ventas de Producción y/o Servicios.
- Desarrollar una gestión de ventas que permita alcanzar los niveles planificados para la sustitución de importaciones.

Incrementar la recuperación al Sector Estatal con relación al nivel alcanzado en el año 2014.

Intensificar el trabajo con el Movimiento Recuperadores del Futuro en el presente curso escolar con una recuperación per cápita de 4 kg por pionero.

Consolidar y ampliar la campaña de comunicación audiovisual de bien público para instruir y contribuir a la formación de una cultura de reciclaje en la población.

Garantizar el cumplimiento de los indicadores económicos financieros planificados a partir del ahorro, la eficiencia y máxima explotación y control de nuestros recursos.

Desarrollar una gestión integral de los recursos humanos que asegure el óptimo aprovechamiento del capital humano, una mayor productividad y solo el 20 % de trabajadores indirectos.

Controlar el cumplimiento de las nuevas instrucciones relacionadas con el Perfeccionamiento del Sistema de Trabajo con los Cuadros del Estado y el Gobierno.

Garantizar la supervisión y el control de todas las actividades, asegurando el cumplimiento de las normas, procedimientos y reglas establecidas para el desarrollo del trabajo.

Plan de Marketing Social

El Plan de MK que se diseñó está compuesto de la siguiente manera:

1. Problemática
2. Objetivos Generales
3. Objetivos Específicos
4. Entorno actual:
 - Condiciones Demográficas
 - Condiciones Económicas
 - Condiciones Físicas
 - Condiciones Tecnológicas
 - Condiciones Político-Legales
 - Condiciones Socio-Culturales
5. Análisis de las D.A.F.O.

6. Objetivos Sociales:

- Publico Meta
- Nombre del Plan
- Slogan
- Tiempo de Duración

7. Programa de Acción (Cronograma)

- Acciones
- Objetivos
- Lugar de Realización
- Fecha de cumplimiento
- Lugar

8. Conclusiones

Plan de Marketing Social Diseñado:

1. Problemática: ¿Cómo crear conciencia en la población sobre reciclaje y la recuperación de materiales desechados?
2. Objetivos Generales: Fomentar la recuperación de materiales reciclables en la población durante el periodo vacacional.
3. Objetivos Específicos:

- Realizar jornadas de recuperación de MP en centros recreativos y CDR del territorio.
- Convertir a niños y jóvenes en autores fundamentales de la campaña de recuperación y reciclaje.
- Disminuir los desechos en lugares recreativos y de carácter lúdico.
- Crear una conciencia a nivel provincial de lo que es la recuperación y el reciclaje.

4. Entorno Actual

- Condiciones demográficas: Constituye una de las variables más importante pues se toma en cuenta el periodo vacacional donde existe el mayor flujo de personas compuesto por niños y jóvenes, que por demás son los de más alto índice de consumo y productores de desechos. También porque Ciego de Ávila es una provincia con gran cantidad de

lugares de esparcimiento, por lo que se debe tener en cuenta el turismo y los visitantes de provincia.

- Condiciones Económicas: Es una provincia con una amplia economía basada en la agricultura y el turismo, se puede considerar que en este periodo el flujo económico aumenta.
- Condiciones Físicas: La provincia no posee grandes dimensiones y no existen pobladores totalmente apartados que no puedan acceder a los medios de comunicación en general.
- Condiciones Tecnológicas: Se cuenta con la tecnología necesaria para la realización del plan en su totalidad, tanto para exponer películas, crear posters, vallas, carteles, volantes, así como receptionar la señal televisiva por la TV avileña. También los centros recreativos poseen grupos de animación y equipos de audio.
- Condiciones Político-Legales: Este entorno nos sirve para asegurarnos de ciertas cuestiones que puedan guardar relación con nuestro plan. No existe en Cuba ninguna legislación que prohíba celebraciones de este tipo. Se puede apreciar también la presencia de organizaciones de carácter político como la Unión de Jóvenes Comunistas (UJC), el Partido Comunista de Cuba (PCC), la Central de Trabajadores de Cuba (CTC), y el Comité de Defensa de la Revolución (CDR) y las direcciones de los centros donde se ejecutarán las acciones.
- Condiciones Socioculturales: se tienen en cuenta los valores de la población, las actitudes y tradición con el tema del reciclaje y la recuperación de desechos.
 - La basura recogida en el hogar no se separa por tipo de material
 - Se vierte basura fuera de los lugares destinados para ello
 - No se reconoce la función e importancia de los limpiadores de calle y de los carros de basura.
 - La población tiende a guardar muchas piezas y envases que pueden ser reciclados.

5. Análisis de las D.A.F.O.

- Debilidades:

Poco tiempo de duración del plan

Solo tiene alcance a nivel provincial

- Amenazas:

La falta de compromiso de la población con el reciclaje y la recuperación.

Poco tiempo que se cuenta para la implementación del plan.

La falta de motivación en la población para la recogida de MP asociadas generalmente con otras actividades de carácter político que carece de interés.

- Fortaleza:

La mayor cantidad de la población en circulación son niños y jóvenes que se encuentran de vacaciones.

Se permite hacer mucho con pocos recursos por lo que no requiere altos presupuestos.

Será respaldado por la ERMP y otras entidades políticas

Logra comprometer gran cantidad de personas por medio de diferentes acciones diseñadas e implementadas para todos los gustos y en lugares con mucho publico.

- Oportunidades:

La extensión de este tipo de plan a otros periodos no vacacionales y a otros temas más específicos dentro del reciclaje.

Crear una conciencia que perdure en la población para la recuperación y el reciclaje

6. Objetivos de producto Social:

- Público meta: niños y jóvenes
- Nombre del Plan: "Reciclando Valores."
- Slogan: "Reciclar es volver a la vida."
- Tiempo de Duración: del 1ro de julio al 30 de agosto. (Periodo vacacional)

7. Programa de acción

Acciones	Objetivo	Fecha	Lugar
Divulgación de la jornada para el día	Dar a conocer el plan de acciones	Del 1ro de julio al 30 de	Todos los centros recreativos de la

del reciclaje con todas las actividades previstas (volantes, carteles, vallas, anuncios TV, anuncios de radio)	para este día conmemorativo del reciclaje	agosto todos los días	provincia y lugares públicos como parques, boulevard, casa de cultura, en los propios hogares mediante la TV y el radio
Charlas con el tema del reciclaje en lugares públicos y recreativos	Dar a conocer la importancia del reciclaje	Del 1ro de Julio al 30 de Agosto todos los lunes	Lugares Públicos como parques, boulevard, casa de cultura, CDR
Realización de actividades recreativas con la participación de payasos, humoristas, obras de teatro callejero dando conciencia de la importancia del reciclaje y mostrando como hacerlo	Motivar a la población principalmente a niños y jóvenes en la actividad del reciclaje y enseñarles como hacerlo mas divertido	Del 1ro de Julio al 30 de Agosto todos los sábados y domingos	Lugares Públicos como el Boulevard, y los parques
Proyección de documentales relacionados con el tema del reciclaje y reportajes de la	Dar a conocer la importancia del reciclaje, la recuperación de MP y el trabajo que realiza esta	Del 1ro de Julio al 30 de Agosto todos los viernes	La TV Avileña, la radio local, los Cines

ERMP de la provincia	empresa		
Lanzamiento de un concurso para recaudar MP a nivel de CDR	Motivar a los niños y jóvenes en la actividad de la recuperación de MP en los CDR	Del 1ro de Julio al 30 de Julio con recaudación todos los jueves	Los CDR y circunscripciones de la provincia
Lanzar un concurso de Dibujo que tenga como tema: La MP en mi barrio	Motivar a los niños y jóvenes en la actividad de la recuperación de MP en los CDR	Del 1ro de Julio al 10 de Julio	Lugares públicos y recreativos
Exposición de Objetos hechos de materiales reciclados	Mostrar manualidades que pueden ser útiles hechas con materiales reciclados	El 1ro de Agosto	Lugares Públicos como Parques y Boulevard
Jornada del reciclaje haciendo una recogida masiva de MP en los lugares recreativos y de esparcimiento en forma de concurso	Motivar la recogida de MP, hacer un acaparamiento de MP con la limpieza de lugares recreativos y de esparcimiento	Del 15 de Agosto al 25 de Agosto	piscinas, playas, zoológico, parques, boulevard, campismos
Premiación de los concursos de dibujo y recogida de MP por CDR y	Motivar a que los niños y jóvenes participen en otros concursos	28 de Agosto	En las circunscripciones y los propios lugares públicos donde se

lugares recreativos	venideros		realizo la recogida de MP
Entrevistas a la población y a directivos de organizaciones de masas y de la ERMP para comentar los resultados del plan	Dar las conclusiones del funcionamiento del plan y decir recomendaciones para los venideros	30 de Agosto	Lugares públicos transmitiéndolo por la TV y la radio

CONCLUSIONES

La ERMP de Ciego de Ávila posee gran prestigio y reconocimiento social, por lo que se hace necesario trabajar fuertemente en su promoción. Con la propuesta de un plan de MK social patrocinado por la ERMP y complementando las actividades que ella realiza, se mostró una forma de dar a conocer la empresa y sus características, además de concientizar a la población y motivarla al reciclaje y la recuperación de materias primas.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- BALLOU, H.R.: *La logística empresarial, Control y Planificación*, Ediciones Díaz Santos, Madrid, 1991.
- COLECTIVO DE AUTORES: *Manual de logística para la distribución comercial*, Ed. Market Comunicación S.A, Madrid, 2000.
- Ley No 1288. 1975: *Ley de Materias Primas*.
- VI Congreso del PCC: *Lineamientos de la Política Económica y social*, Lineamiento, 235 18 de Abril 2012. p. 40.