



**REPÚBLICA DEL ECUADOR
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:
INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL
MENCIÓN EN MARKETING Y VENTAS**

TEMA:

**MARKETING SOCIAL ORIENTADO AL USO CORRECTO DE
PRODUCTOS QUÍMICOS EN LOS HOGARES EN GUAYAQUIL**

AUTOR:

MARCO TULIO LOAIZA VEINTIMILLA

2018

GUAYAQUIL – ECUADOR

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mi Padre Celestial Dios, y a todas las personas que hicieron posible el cumplimiento de la meta propuesta en especial a mi Esposa por ser el pilar fundamental en mi vida, a mi hija por su amor y apoyo incondicional, a mis maestros por brindar sus conocimientos, Gracias

DEDICATORIA

Este trabajo esta dedicado en primer lugar a mi Padre Dios por darme la sabiduría necesaria y ser la luz en mi camino, a mi esposa, mi hija a mi Padre y en especial a mi Madre y mi Suegra que ya no están conmigo.

Este trabajo de investigación, sus resultados y conclusiones pertenecen exclusivamente a su autor.

.....

Marco Tulio Loaiza veintimilla

MARKETING SOCIAL ORIENTADO AL USO CORRECTO DE PRODUCTOS QUÍMICOS EN LOS HOGARES EN GUAYAQUIL

Marco Tulio Loaiza Veintimilla

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

mtloaiza@hotmail.com

RESUMEN

El estudio “Marketing social orientado al uso correcto de productos químicos en los hogares en Guayaquil”, estableció como objetivo principal el diseñar una campaña de marketing social *online* y *offline* orientada a brindar información referida al uso correcto de productos químicos para uso doméstico. Para ello, se trabajó en materia de protección, manipulación, almacenamiento y uso adecuado de productos de limpieza tomando en cuenta el cuidado de la familia y la protección del medio ambiente. La investigación fue exploratoria, con enfoque cuantitativo y uso de los métodos deductivo y analítico. La herramienta empleada para la recopilación de la información de campo fue la encuesta, concebida como un cuestionario de diez preguntas; misma que se aplicó en forma directa y por medio de las redes sociales Facebook y WhatsApp. Se usó la plataforma de Google Drive como forma de ajustarse a la finalidad del estudio. Cabe señalar que, en base a una consulta previa en los registros del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC del año 2010, se evidenció el total de la población de la ciudad de Guayaquil y mediante la fórmula para calcular del tamaño de muestra en función del universo total, se estableció la muestra a tratar. Como resultados se destacó que existe una limitada información en los ciudadanos sobre el uso apropiado de los diferentes productos químicos requeridos en el hogar, por lo que el estudio comprueba la importancia de diseñar una campaña de marketing Social *online* y *offline*, que ayude a concienciar a la población guayaquileña sobre la importancia de la correcta manipulación de estos productos con el propósito de evitar accidentes de tipo quemaduras, irritación en la piel entre otros. Los resultados se representaron en gráficos, acompañados del análisis de cada una de las preguntas.

Palabras clave:

Marketing, productos químicos, publicidad, cuidado personal, medio ambiente.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, los hábitos de limpieza son actividades cotidianas como el aseo personal y del hogar en los que se utilizan productos químicos que contienen una limitada información del uso correcto, porque puede traer fatales consecuencias para la salud, según la BBC, en un estudio del Departamento de Ciencia Clínica de la Universidad de Bergen, en Noruega afirman que “El uso regular de ciertos productos de limpieza puede tener efectos nocivos para los pulmones”. El objetivo general es Diseñar una campaña de Marketing Social *online* y *offline* orientado a la comunicación del uso correcto de productos químicos en los hogares guayaquileños; el objetivo específico se relaciona con la protección, manipulación, almacenamiento y uso de los productos de limpieza para el cuidado de la familia. El desarrollo temático contribuye a valorar los aspectos de la prevención como forma directa de contribuir al cuidado de la salud y del medio ambiente.

Desarrollo Temático: Marco Teórico

Uso de productos químicos en el hogar

El uso de productos químicos para la limpieza en el hogar, en décadas pasadas se limitaba a los desinfectantes, detergentes y cloro, sin embargo con el paso del tiempo fueron incorporados otros productos como creolina, ácido, desengrasantes, jabón de mano, jabón para limpieza de vajilla, lavavajillas en crema, limpiavidrios, pulidores de piso, entre otros; sin embargo por desconocimiento en cuanto a la aplicación adecuada, se generan efectos a corto y mediano plazo en dos escenarios que involucran a las personas y el medio ambiente. Según datos proporcionados por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente PNUMA, los Gobiernos, la industria y los consumidores deben incorporar medidas que fortalezcan el mejoramiento en la aplicación de ciertos elementos químicos con la finalidad de reducir los riesgos cada vez mayores por el uso excesivo de los mismos (PNUMA, 2018).

En el caso específico del ser humano, la manipulación inadecuada de los elementos químicos produce toxicidad por inhalación, provocando alergias e irritación en las fosas nasales. Generalmente, los disolventes como el ácido, creolina y desengrasantes líquidos al no aplicarse en lugares con suficiente ventilación pueden ser causantes de dolor de cabeza, náuseas, vértigo, vómito y quemaduras en las manos cuando no existe protección y la piel está expuesta.

La intoxicación es un problema mundial en el área de salud pública. Según datos obtenidos de la Organización Mundial de la Salud, aproximadamente 346.000 personas mueren a causa de intoxicación no intencional en todo el mundo. Destacando que en el medio ambiente se produce contaminación bioacumulativa por el uso perenne de productos que a largo plazo dañan el ecosistema terrestre y acuático. De acuerdo con la (OMS, 2018) “Cada año podría evitarse la muerte de 1,7 millones de menores de cinco años y de 4,9 millones de adultos de entre 50 y 75 años con una mejor gestión del medio ambiente”. La finalidad es concientizar a las personas del cuidado del medio ambiente.

Marketing Social en el mundo de los negocios

Las organizaciones públicas y/o privadas que trabajan con o sin fines de lucro, buscan constantemente aportar al desempeño adecuado de las actividades que desarrollan; la finalidad es incorporar actividades que se fundamenten en el crecimiento sostenido de las empresas, es así que al Marketing se lo reconoce como un proceso social, que involucra acciones administrativas para que el individuo pueda satisfacer sus necesidades, por medio de la compra, pagando un valor por cada bien o servicio que sea adquirido (Kotler & Armstrong, 2016).

En la administración empresarial, se asume decisiones que apoyan eficientemente a mejorar el sistema de ventas, siendo el marketing social uno de los instrumentos que promueve el buen comportamiento de los clientes y que resulta socialmente favorable. En el marco de aquello, las acciones puestas en marcha llevan un comportamiento beneficioso para las compañías, a través de la aplicación de estrategias comerciales que permiten aumentar la productividad y ejercer influencia en el crecimiento y rentabilidad de las organizaciones en la comercialización de productos o servicios (Zambrana, 2015).

En las actividades destacan los beneficios del mercadeo social para ser promovido en el mercado seleccionado, garantizando que el público destinatario desempeñe un papel importante con las opiniones e implementación de programas que se centren en el cambio de comportamiento hacia las preferencias de los segmentos específicos. La finalidad es lograr la eficiente utilización de recursos, acompañada de estrategias y tácticas que resulten efectivas a los intereses, necesidades y deseos de distintos grupos objetivos, con la reducción de los costos en la difusión (Andreasen, 2016).

Para Philip Kotler. Citado por (Alonso, 2016) “Cada una de las actividades que desarrolla una empresa o sector organizacional tiene objetivos claros y precisos que buscan lograr el compromiso de los consumidores y están destinadas hacia un determinado comportamiento de interés social que favorece a los intereses de la empresa, al mercado y la imagen (pág. 36). Las acciones que se asuman requieren generar mejores posibilidades en el mercado con un compromiso social que aporte al cuidado de quienes compran o consumen el producto.

Las actividades nuevas en el marco de publicidad deben ser comunicadas de forma pertinente con el propósito de que los consumidores conozcan las bondades y beneficios de determinado producto y/o servicio, por lo que la publicidad *online* y *offline* es una opción válida para introducir un mensaje en el mercado, siendo una herramienta estratégica imprescindible para las organizaciones que buscan ocupar un lugar en la mente del consumidor real y potencial (Muñiz, 2016).

Productos químicos para el uso del hogar y el marketing social

Los productos químicos se utilizan de forma frecuente en los hogares, sin conocimiento completo sobre los riesgos que conlleva este tipo de sustancias por los daños que provocan en las personas que los aplican. En virtud de ello, se debe implementar estrategias enfocadas al marketing social que permitan vigilar el uso de dichos productos con dosis apropiadas y medidas adecuadas de seguridad. El uso equivocado de las sustancias químicas sólidas, en polvos, líquidos, vapores y gases causa daño en la salud de los consumidores, por lo que se requiere proponer medidas de protección para su empleo (Hormazabal, 2018).

Tipos de productos químicos que pueden dañar la salud

Los productos químicos que se utilizan en forma frecuente en el hogar, presentan un riesgo de peligrosidad para la salud de las personas, por lo que se debe tener cuidado en el uso del detergente de ropa, desinfectante, cloro, limpiadores de piso, vidrio y paredes, cremas para lavar vajillas y diferentes tipo de jabones que puede ser tóxicos o irritar la piel y los ojos; la falta de precaución en el uso provoca mareos, náuseas, envenenamiento e intoxicaciones que pueden ser evitadas. Los productos que sirven para eliminar la grasa y los insecticidas utilizados para eliminar diferentes tipos de insectos, contienen ácidos que pueden acarrear consecuencias fatales como la intoxicación e incluso la muerte (Health Day News, 2018) .

Estrategias del Marketing Social para el uso de los productos químicos

Al aplicar las herramientas de la mercadotecnia se asumen decisiones relacionadas a estrategias. Según (Kotler & Keller, 2014) “Para la comunicación de los atributos y en casos excepcionales cuidados y precauciones, es un plan de juego para llegar al cumplimiento de las metas que cada negocio lo diseña para que sea compatible y llegue a los usuarios” (pág. 36).

La aplicación del marketing social se ve apoyada en el análisis de las necesidades de los clientes, en el caso de las organizaciones sin fines de lucro la implementación del marketing tiene iguales características (Lamb, Hair, & McDaniel, 2014). La comunicación *online* y *offline* son los medios para que los consumidores actuales y potenciales accedan, almacenen e integren la información en diferentes categorías: productos, servicios y marcas (Schultz, 2016).

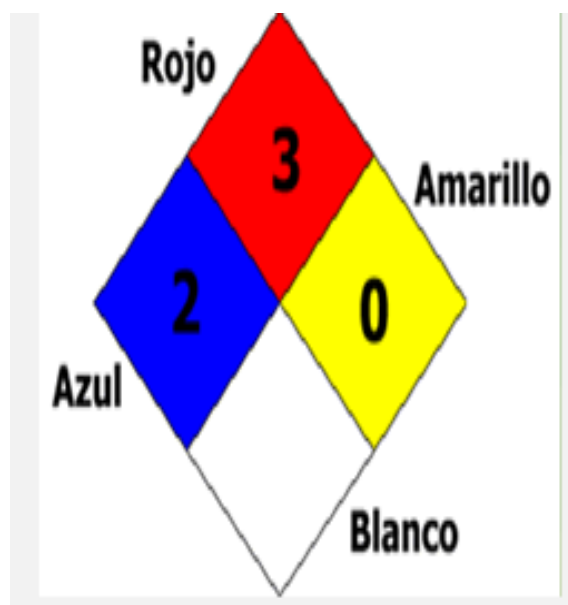
Comunicación sugerida según el Marketing Social

El desarrollo del marketing social orientado al uso correcto de los productos químicos tiene como finalidad que los posibles consumidores conozcan sobre los cuidados y precauciones que se deben tomar cuando se utilizan estas sustancias.

Entre las recomendaciones previas a la manipulación de los elementos químicos se destaca:

- En las botellas de los productos químicos se debe escribir:

Se recomienda utilizar guantes, mascarilla, gorro, gafas para evitar afectaciones en la salud. Protegerse es su responsabilidad.



Se sugiere que contenga el diagrama del rombo

Rojo: Altamente inflamable, uso peligroso

Azul: Riesgos para la salud

Amarillo: Reactivo (inestabilidad).

Blanco: Indicaciones especiales para algunos productos como producto oxidante, corrosivo, reactivo con agua o radiactivo (Seguridad , 2018).

Imagen 1 Tomada de (Seguridad , 2018)

Antes de manipular productos que contengan sustancias químicas, es necesario leer las recomendaciones del diagrama del rombo y actuar conforme a las indicaciones así como seguir las sugerencias de la etiqueta del producto como: mantenga cerrados los recipientes que contienen sustancias químicas, no ingiera alimentos ni bebidas, no fume, no manipule lentes de contacto en la zona de trabajo en las que se maneje o se almacene agentes químicos, lávese las manos antes y después de utilizar los agentes químicos, entre otras.

En casos como el de ruptura o daño grave de un guante de protección, es imprescindible cambiarlo inmediatamente; lavarse y secarse las manos antes de colocarse un par nuevo. En caso de accidentes con productos químicos se deben seguir instrucciones de tipo: lavarse correctamente las manos con abundante agua, limpiar zona, evitar contacto con los ojos, no ingerir, entre otros (Universidad Pública de Navarra UPNA, 2018).

Elementos publicitarios utilizados en el diseño de la campaña publicitaria

La publicidad es considerada como un conjunto de estrategias que de manera directa e indirecta permiten llevar al cliente habitual o potencial la información sobre un producto o servicio, por lo que se requiere investigar al cliente y sus tendencias de consumo así como la ubicación en los segmentos de mercado que establecen los grupos objetivos (Hernández D. , 2018).

Para el diseño de una campaña, la elaboración de un volante publicitario, afiches, camisetas, entre otras estrategias, se requiere captar la atención de las personas que consumen los productos o servicios que están en el mercado, atendiendo las características específicas, que contenga información real y concisa sobre la marca o negocio y que permita obtener un beneficio que sea recíproco con quien lo recibe (Mesa Editorial , 2018).

Los afiches son una lámina que promociona directamente un producto, un servicio o un evento en una determinada área geográfica, buscando atraer la atención de los clientes potenciales con el objetivo de incrementar las ventas y mejorar la comercialización de los productos (Pérez & Moreno , 2018).

Los medios digitales han evolucionado de tal manera que pasaron de ser una moda, a generar tendencia, éstos se conectan directamente con los usuarios y consumidores, con el objetivo principal de fidelizar el mercado con la utilización de redes sociales, entregando información de manera eficaz y recabando la opinión que genera para generar medidas de aceptación o rechazo (Puro Marketing , 2018).

Para Celaya los medios de difusión de información establecen una comunicación directa por medio de las redes sociales y se caracterizan por ser lugares en Internet, en los cuales las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, que interesan a otros y se convierten en terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos que comparten las mismas aficiones por un tema específico, por un producto o un servicio (Huitt, 2015).

Diseño de la campaña publicitaria para la manipulación, uso y almacenaje de productos químicos

Esta campaña fue creada en base a la experiencia que mi empresa tiene en la venta de productos químicos y como en el transcurso de este tiempo nos hemos dado cuenta de los peligros que hay debido al poco control que ejercen las autoridades. Nuestro objetivo es concientizar a las personas sobre el peligro que tiene la mala manipulación ya que puede provocar serias lesiones en el cuerpo como quemaduras, irritaciones, perdida de la visión y en casos extremos perdida de la vida, el mal uso pueden provocar los mismos daños en el cuerpo humano y además pueden provocar incendios y por último el almacenaje es primordial que se encuentre en lugares seguros fuera del alcance de los niños ya que esta una de las principales causas de intoxicación infantil. La campaña tiene la siguiente característica: Delimitación geográfica - temporal: Provincia del Guayas, cantón Guayaquil, en el año 2018, por medio de los canales *online* y *offline*.

Dentro del diseño de la campaña publicitaria consta:

- **Elaboración de la etiqueta para la publicidad:** (Ver Anexo A)

Logotipo: El diseño es estéticamente agradable y refleja la esencia de la campaña, siendo sencilla para su fácil reconocimiento.

Imagen: Representa al nicho de mercado o público objetivo, razón principal con la que se pretende llegar con la campaña de concientización.

Frases: Uso correcto de químicos, manipulación y almacenaje, identifican la finalidad de la campaña. El color rojo evidencia dominio de la situación, convencimiento del mensaje.

- **Simbología:** (Ver Anexo A)

Imagen: guantes, delinean las manos y representa el instrumento de manipulación de los elementos.

Colores: denota limpieza. Dentro de la simbología el estrechar las manos representa un compromiso con la campaña.

Frase: cumple con el mensaje y la finalidad de la campaña.

- **Colores que identifican la peligrosidad en los productos:** (Ver Anexo A)

Rojo: Producto inflamable.

Azul: Riesgos a la salud. USE GUANTES AL APLICARLO/irritabilidad

Amarillo: Riesgos por reactividad (inestabilidad).

Blanco: Producto oxidante, corrosivo, reactivo con agua o radiactivo

- **Camiseta con diseño de la campaña** (Ver Anexo A)

Se opta por usar camisetas blancas que reflejan la limpieza del ambiente y el cuidado personal.

El logotipo con la leyenda son la parte central de la consecución de la campaña que busca incentivar el cuidado en el uso, manipulación y almacenaje de los productos químicos.

- **Etiqueta para los envases de los productos químicos** (Ver Anexo A)

La etiqueta contiene toda la información detallada del producto; su composición, dosis adecuada según sea el caso, fechas de elaboración y caducidad, riesgos de peligrosidad, así como el uso, manipulación y almacenaje de los productos químicos en el hogar.

- **Uso de las redes sociales**

La web social en la que se enmarcan redes sociales tiene como principios fundamentales generar la participación y cooperación de las personas en diferentes campos de la vida. La idea es centrar la campaña en las diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp, que permiten el fácil acceso y la alta difusión de la información en un segmento de mercado.

- **Hoja volante y Afiche**

Siendo el afiche publicitario un material gráfico cuya finalidad es el transmitir determinado mensaje, se establece la información necesaria para publicitar la campaña offline sobre el uso, manipulación de los productos químicos.

Contenido: Marca, Valoración del cuidado el producto según el color que resalte el triángulo. Slogan informativo, establece la Responsabilidad Empresarial, se utilizará solamente en los afiches y hojas volantes.

Metodología

Método de investigación

En la investigación se utilizaron dos métodos: Deductivo y Analítico.

- a) Método Deductivo: permite iniciar desde lo general de la investigación e inferir en algo observado a partir del conocimiento sobre el uso de los productos químicos, tomando los datos del proceso investigativo como una realidad y abarcando los hechos particulares con la finalidad de comprobar su validez.
- b) Método Analítico permite realizar el estudio parte por parte, se lo aplica en la metodología, en las encuestas, de las que parte el análisis de respuestas, al descomponer sus elementos constitutivos que son parte de la investigación.

Enfoque de Investigación

La investigación en la fase metodológica precisa de una estrategia para llevarla a cabo. Tiene un enfoque exploratorio con el objetivo de analizar y examinar un tema poco estudiado como es el caso del uso de productos químicos. Es necesario recalcar que se necesita considerar lo relevante del tema. El diseño de la investigación lo compone la parte no experimental, sin considerar la manipulación de las variables.

Técnica de Investigación

Se utilizó como técnica de investigación la encuesta y aprovechando las ventajas del internet, las redes sociales de Facebook, Twitter y WhatsApp, se la ubicó en la plataforma de Google drive, aplicando el Google Form. Se utilizó este tipo de técnica porque brinda la posibilidad de explorar los diversos aspectos relacionados con la forma *online* y se encuadra con el propósito del presente estudio.

Instrumento de Investigación

El instrumento técnico de investigación fue el cuestionario, mismo que contiene preguntas estructuradas y no estructuradas, formuladas para obtener la información sobre las variables independientes y dependientes que forman parte del problema.

Población

En la investigación es importante determinar la población que será instrumento de estudio, así como las técnicas a usar. La población en este estudio la integran hombres y mujeres, habitantes de la ciudad de Guayaquil, mayores de edad. Según los datos encontrados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población total de la ciudad de Guayaquil es 2.350.915 habitantes.

Tabla 1 Población

Ciudad:	Hombres	1.158.221
GUAYAQUIL	Mujeres	1.192.694
Total		2.350.915

Fuente: (INEC, 2010)

Muestra

La muestra es parte importante del universo o la población, es lo que se selecciona para justificar la representatividad por las características similares y homogéneas. Por el número de personas que se determina en la muestra se la considera finita, lo que permite aplicar la fórmula conociendo el total de la población.

$$n = \frac{Nz\alpha^2 p q}{d^2 (N - 1) + Z\alpha^2 p q}$$

N= Tamaño de población= 2.350.915

Za = Nivel de confianza al 95% es:

p= probabilidad de éxito o proporción esperada = 0,5

q= probabilidad de fracaso = 0,5

d=precisión (error máximo admisible en términos de proporción) = 0,05

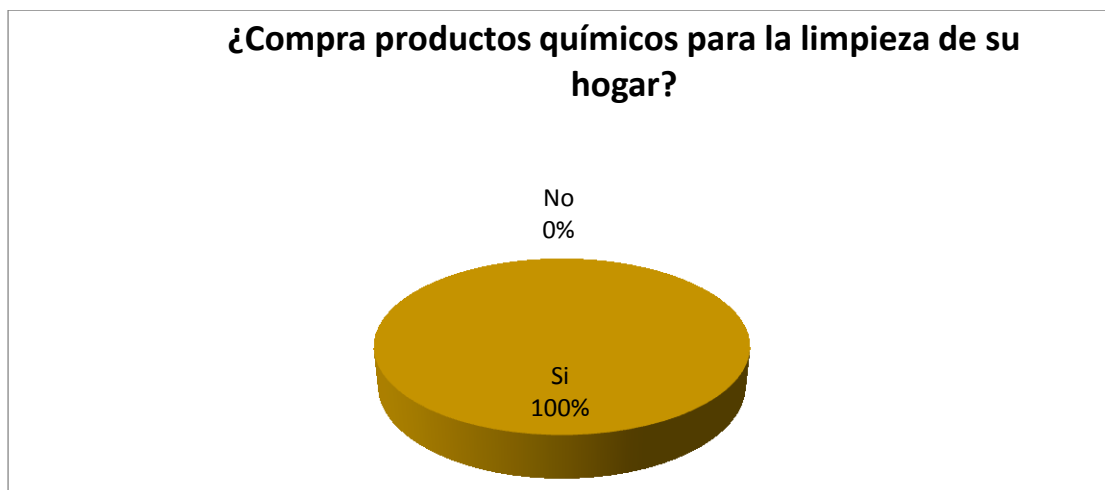
n=muestra conociendo el tamaño de la población= 384

Resultados de la investigación

Las personas encuestadas tenían edades de 18 años en adelante; predominó el 58% de género femenino y 42% de género masculino.

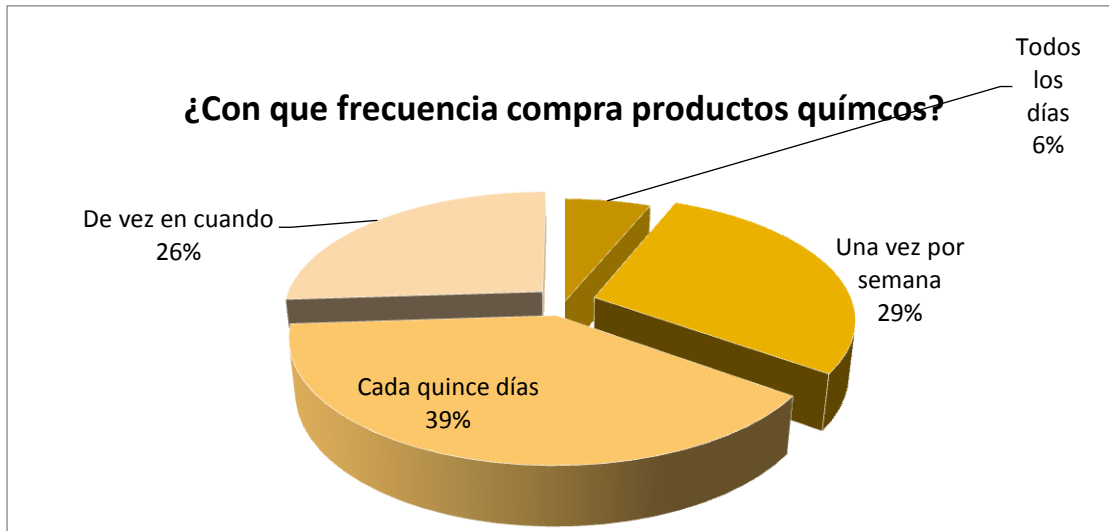
Al aplicar la encuesta, se obtuvo los siguientes resultados:

1. ¿Compra productos químicos para la limpieza de su hogar?



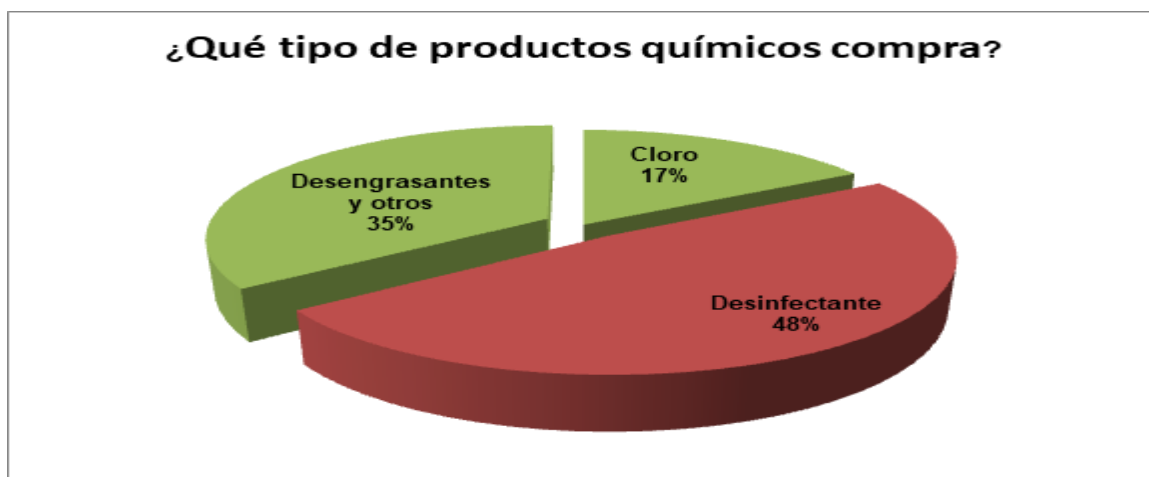
Análisis: Del 100% de personas encuestadas, todas manifestaron que si compran productos químicos para el hogar.

2. ¿Con que frecuencia compra productos químicos?



Análisis: Al comparar las respuestas de las personas encuestadas se evidencia que el 39% compra cada quince días productos químicos para el hogar, 29% lo realiza una vez por semana, observándose un alto porcentaje de compra de estos productos.

3. ¿Qué tipo de productos químicos compra?



Análisis: Las respuestas determinaron que el 48% compra desinfectante, 35% desengrasantes y otros productos relacionados con la limpieza de la cocina, lavavajillas, entre otros elementos químicos.

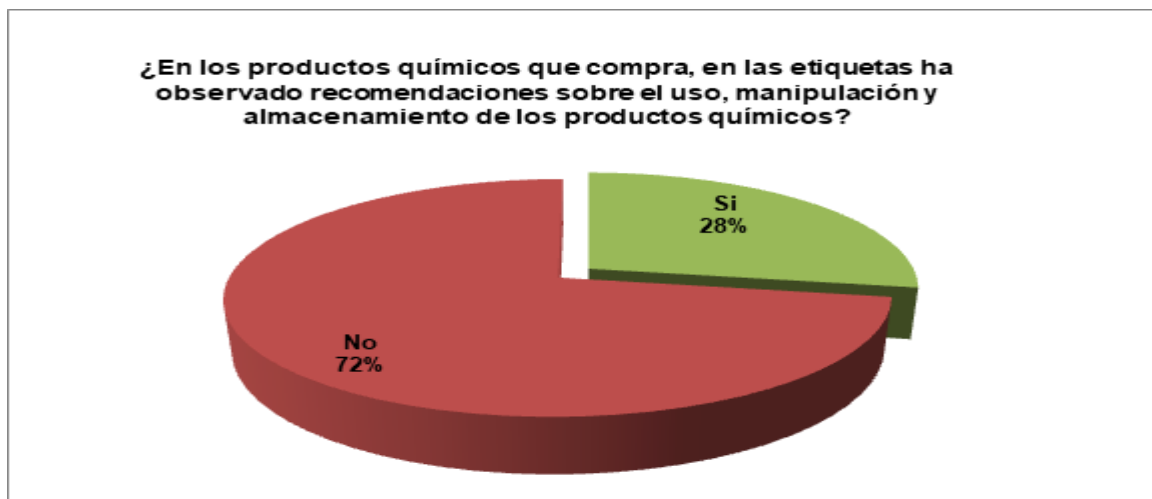
4. ¿Conoce los cuidados que debe mantener con la manipulación y almacenamiento de los productos químicos?



Análisis: El 87% de los informantes indicaron que No conoce los cuidados que deben mantener con la manipulación y almacenamiento de los productos químicos.

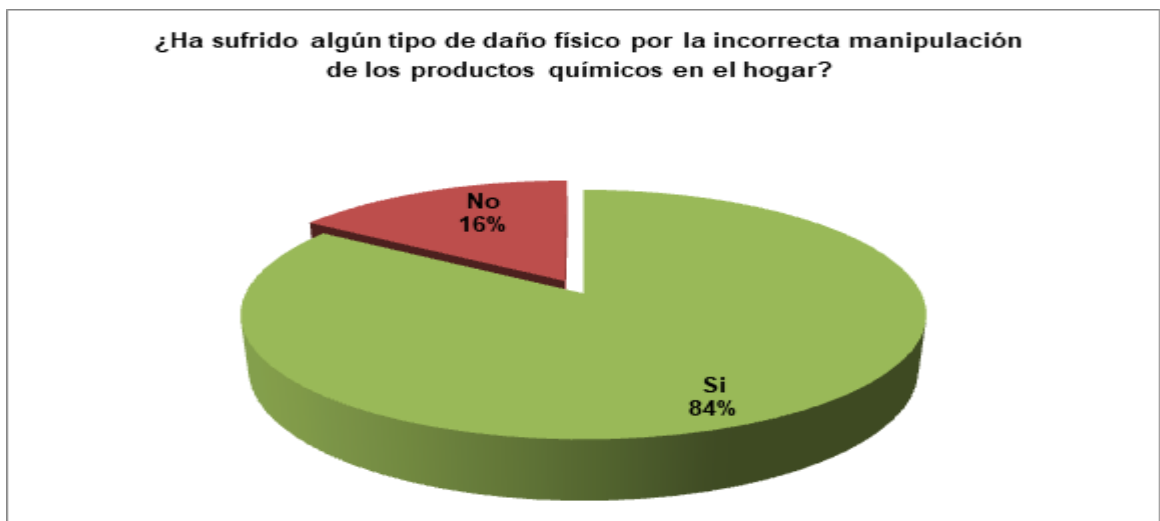
Los resultados se relacionan con la investigación llevada a cabo por científicos de la Universidad de Bergen, en la cual se descubrió que el uso de productos de limpieza es tan nocivo que puede producir daños similares a los que ocasionan fumar grandes cantidades de cigarrillos (Telemundo, 2018).

5. ¿En los productos químicos que compra, en las etiquetas ha observado recomendaciones sobre el uso, manipulación y almacenamiento de los productos químicos?



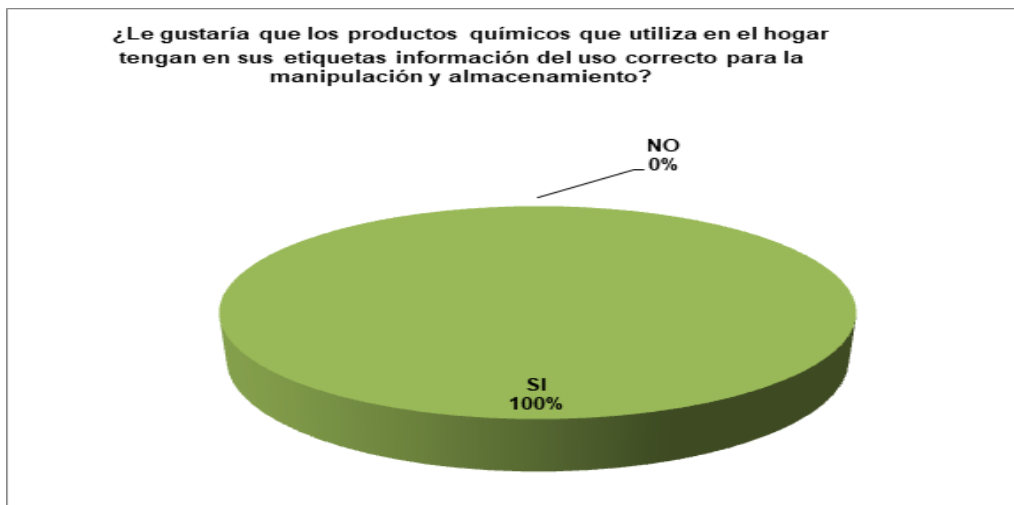
Análisis: El 72% de las personas encuestadas indicaron que No han observado etiquetas que contengan recomendaciones sobre el uso, manipulación y almacenamiento de los productos químicos. La investigación realizada por el Observatorio de Salud y Medio Ambiente de Andalucía, recomienda que se deben guardar adecuadamente los productos químicos y no dejarlos al alcance de los niños. Seguir las instrucciones de uso y almacenamiento. Comprar la cantidad necesaria, evitar el uso innecesario de productos químicos en el interior (OSMAN, 2018).

6. ¿Ha sufrido algún tipo de daño físico por la incorrecta manipulación de los productos químicos en el hogar?



Análisis: Al estudiar cada una de las respuestas se determinó que el 84% de las personas encuestadas, de una u otra manera, han experimentado algún tipo de daño físico debido al incorrecto uso y manipulación de los productos químicos en el hogar. Al comparar con los resultados del estudio realizado por el Grupo Vulcano se establece que los casos de intoxicaciones o envenenamiento se pueden evitar si los adultos recuerdan mantener bajo llave los productos que potencialmente afectarían a los niños (Rodríguez, 2018).

7. ¿Le gustaría que los productos químicos que utiliza en el hogar tengan en sus etiquetas información del uso correcto para la manipulación y almacenamiento?



Análisis: Las 384 personas encuestadas indicaron que Sí les gustaría que los envases o envolturas contengan información en las etiquetas sobre el correcto uso, manipulación y almacenamiento de los productos químicos. En un estudio realizado por la Universidad de Washington se indicó que incluso los productos para lavar la ropa pueden contener muchas sustancias químicas que no figuran en la etiqueta, en algunos casos pueden llegar a ser tóxicos (Steneiman, 2018).

8. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que le informen sobre el uso correcto para la manipulación y almacenamiento de los productos químicos en el hogar?



Análisis: Al examinar las respuestas a la pregunta, se determina que la mayoría de personas se inclina por recibir información a través de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter e incluso WhatsApp, 35% prefiere hojas volantes, y un menor porcentaje se inclina por la radio, prensa y televisión. Los afiches informativos también son importantes.

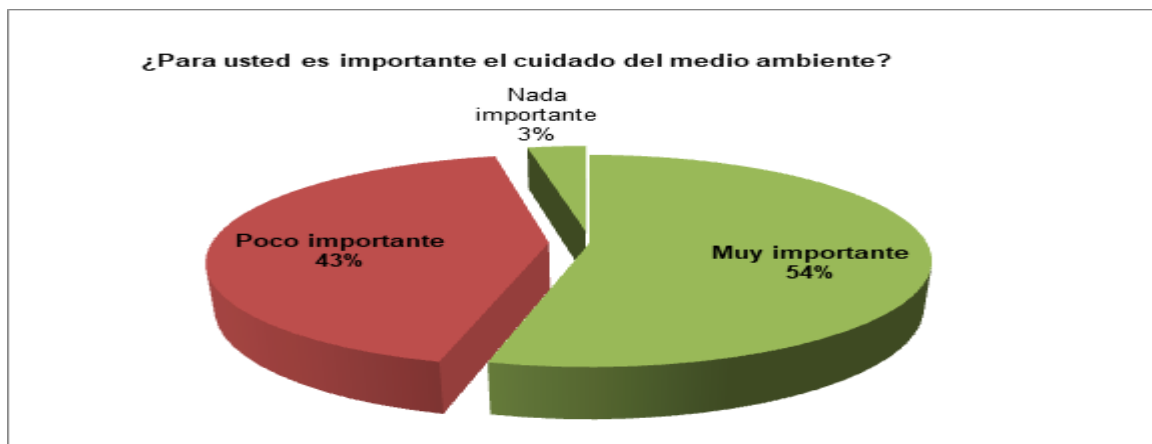
Un estudio realizado por la BBC de Londres, del 16 de febrero del 2018, tuvo como resultado que el grupo estudiado se identificaron como hombres y mujeres, las edades fueron entre 20 y 44 años, la mayoría de las personas fueron de sexo femenino (BBC, 2018).

9. ¿Cuál es la principal ventaja de la información sobre la manipulación y almacenamiento de los productos químicos en el hogar?



Análisis: El estudio realizado muestra que el 69% considera que la información sobre la manipulación y almacenamiento de productos químicos en el hogar, generará un beneficio para la salud de los usuarios; por otra parte, el 25% indica que es un beneficio para el medio ambiente y el 6% restante considera que es un beneficio para la economía.

10. ¿Para usted es importante el cuidado del medio ambiente?



Análisis: En el resultado de las encuestas aplicadas, se evidenció que para el 54% es muy importante el cuidado del medio ambiente, 43% lo consideró poco importante y el 3% nada importante. El estudio de Greenpeace indica que gran parte del estudio que describe la distribución medioambiental de los compuestos organoestánicos se ha centrado, comprensiblemente, en la propagación del TBT y sus derivados (incluido el DBT) en el medio ambiente marino (Santillo, Labunska, Fairley, & Johnston, 2018).

Cronograma

Está estipulado dividirlo en dos etapas en lo que respecta a medios masivos que comprenderán los meses de Enero a Mayo y Octubre a Diciembre con visitas a medios de comunicación, entrega de hojas volantes y afiches.

Con lo que respecta a medios Online (Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp) la campaña será más agresiva con imágenes que muestren los daños que causan la mala manipulación, uso y almacenamiento de los productos químicos.

Tabla 2 Cronograma de actividades

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Campaña Offline												
Divulgación de la campaña	x	x	x	x	x					x	x	x
Visita a medios de comunicación	x	x	x	x	x							x
Comunicación por medio de hojas volantes y afiches	x	x	x	x	x					x	x	x
Campaña Online												
Redes sociales	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Uso de e-mail, WhatsApp	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaborado por Marco Loaiza

Plan de acción.-

Campaña Offline: Se comenzará con la Divulgación de la campaña los primeros cinco meses y se reactivará los tres últimos meses del año; esto es por el costo que tiene mantener una campaña por los doce meses.

Campaña Online: Por el costo, alcance y penetración de las redes sociales, e-mail y WhatsApp, el objetivo es perennizar la campaña todo el año, considerando el alcance y la masificación de los usuarios de Facebook, Instagram, Twitter.

Tabla 3 Presupuesto de la campaña publicitaria

Estrategias	Cantidad	Valor unitario	Costo	Característica
Hojas volantes	2000	\$0,05	\$100,00	Full color
Afiches	500	\$0,25	\$125,00	Full color
Redes sociales	3	\$15,00	\$45,00	Facebook, Instagram, Twitter
Uso de e-mail y WhatsAap		\$25,00	\$50,00	Correos
Total			\$320,00	

Elaborado por Marco Loaiza

Conclusiones y Recomendaciones

Las conclusiones se basan en los objetivos planteados y en el resultado de la investigación.

Los constantes cambios climáticos y la necesidad de concienciar la forma de mitigar el impacto ambiental que genera el uso de los productos químicos, especialmente en el hogar, permite acogerse al desarrollo de una campaña de Marketing Social *online* y *offline* que busque consensuar y potenciar las ventajas de asumir medidas sobre el cuidado del medio ambiente, resaltando la importancia de comunicar el uso, manipulación y almacenaje correcto de productos químicos.

El estudio permite concluir que la elaboración y ejecución de una campaña de marketing social orientado al uso correcto de productos químicos en los hogares en Guayaquil, contribuirá a la disminución del impacto negativo que provocan las sustancias químicas en la salud de quienes las utilizan con regularidad; por lo tanto se deben asumir medidas preventivas ante situaciones que causan daños físicos por las quemaduras que provocan. El enfoque debe resaltar la importancia de leer las etiquetas en los envases y envolturas de los diferentes productos químicos que se utilizan en la limpieza del hogar.

En la vida moderna se hace evidente una alta incidencia en el uso de diversos productos químicos para la limpieza del hogar, cuyos efectos colaterales presentan repercusiones en la salud, trastornos y ciertas enfermedades nasales, por lo que cada vez se hace imperioso gestionar campañas informativas que reduzcan los riesgos en la salud pública.

Finalmente, se recomienda que la campaña sea implementada a través de los diferentes medios de comunicación masiva, radio, televisión, prensa, así como mediante la utilización de las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, en los que se resalte la importancia de la correcta manipulación, uso y almacenamiento de los productos químicos en el hogar.

Bibliografía

- Puro Marketing (12 de Septiembre de 2018). Obtenido de Puro Marketing : <https://www.puromarketing.com/42/4962/media-medios-comunicacion->
- Alonso, M. (2016). *Marketing Social Corporativo.- Una nueva estrategia de desarrollo comercial en España*. Madrid: Eumet.net.
- Andreasen, A. (2016). *Marketing Social en el cambio social*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Ánzola, S. (2015). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill.
- Barrios, A. (2015). *Metodología de la Investigación 2*. Guayaquil: Rijabal.
- BBC. (12 de Julio de 2018). Obtenido de <https://laopinion.com/2018/02/16/como-fumar-20-cigarrillos-al-dia-el-dano-que-causan-los-productos-de-limpieza-del->
- Bernal, C. (2013). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Cáceres, J. (2013). *Conceptos básicos de Estadística para ciencias sociales*. Madrid: Delta.
- Health Day News. (21 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://www.clikisalud.net/cuidados-con-los-quimicos-para-el-hogar/>
- Hernández, C., Fernández, C., & Batista, P. (2015). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, D. (03 de Octubre de 2018). Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/61274/7/DanielHern%C3%A1ndezFI%C3%B3rez.2017.pdf>
- Hormazabal, C. (19 de agosto de 2018). *Riesgos en la utilización de productos químicos*. Obtenido de chcprevencion.blogspot.com/2008/11/riesgos-en-la-utilizacion-de-productos.html
- Huitt, H. (2015). Las redes sociales una herramienta de difusión . *Reflexiones* , 123.
- INEC. (2010). *Almanaque* . Quito.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Desarrollo de Comercio en la Cooperativa Juan Montalvo*. Guayaquil: INEC.
- Kotler, & Keller. (2014). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (2014). *Libro del Marketing*. México: Person.
- Malhotra, N. (2014). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- Mesa Editorial . (01 de Octubre de 2018). Obtenido de Merca2.0: <https://www.merca20.com/3-tips-para-crear-volantes-publicitarios-exitosos/>

- Muñiz, R. (2016). *Marketing en Siglo XXI*. México: CEF.
- OMS. (6 de Agosto de 2018). Obtenido de Organización Mundial de la Salud:
<http://www.who.int/ipcs/poisons/es/>
- OSMAN. (4 de Octubre de 2018). Obtenido de <https://www.ecoagricultor.com/wp-content/uploads/2013/10/productos-quimicos.pdf>
- Pacheco, O. (2015). *Fundamentos de Investigación*. Guayaquil: Nueva Luz.
- Parkinson, M. (2014). *Cómo dominar los cuestionarios de personalidad*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Pérez, J. (2016). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. Madrid: Editorial MAD, S.L.
- Pérez, J., & Moreno, M. (30 de Agosto de 2018). Obtenido de Diccionario:
<https://definicion.de/afiche/>
- PNUMA. (08 de Agosto de 2018). Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/document/110671214/PNUMA-UNEP-ONU-Perspectivas-de-los-productos-quimicos-a-nivel-mundial-nota-de-prensa-en>
- Rodríguez, B. (19 de Septiembre de 2018). Obtenido de
<http://www.tecnologiavulcano.com/informacion/el-riesgo-de-tener-productos-quimicos-en-el-hogar/>
- Rodríguez, E. (2013). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Santillo, D., Labunska, I., Fairley, M., & Johnston, P. (04 de Octubre de 2018). Obtenido de <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/consumiendo-quimica.pdf>
- Schultz, S. (2016). *Comunicaciones de marketing integrada*. Granica S.A.
- Seguridad. (6 de Agosto de 2018). Obtenido de
http://www.paritarios.cl/especial_riesgo_uso_productos_quimicos.htm
- Steneiman. (14 de Septiembre de 2018). Obtenido de Universidad de Washington:
<https://nofun-eva.blogspot.com/2010/11/productos-con-fragancia-emites-quimicos.html>
- Telemundo. (05 de Octubre de 2018). Obtenido de
<https://www.telemundo51.com/noticias/salud/Estudio-productos-de-limpieza-tan-nocivos-como-el-cigarrillo-475861753.html>
- Universidad Pública de Navarra UPNA. (26 de Julio de 2018). Obtenido de Manual de uso de productos químicos: [http](http://)
- Zambrana, M. (2015). *Marketing Social: Aplicación práctica*. Madrid: Iepala.

ANEXOS



Cuida tus manos

Uso correcto de químicos

Manipulación y almacenaje

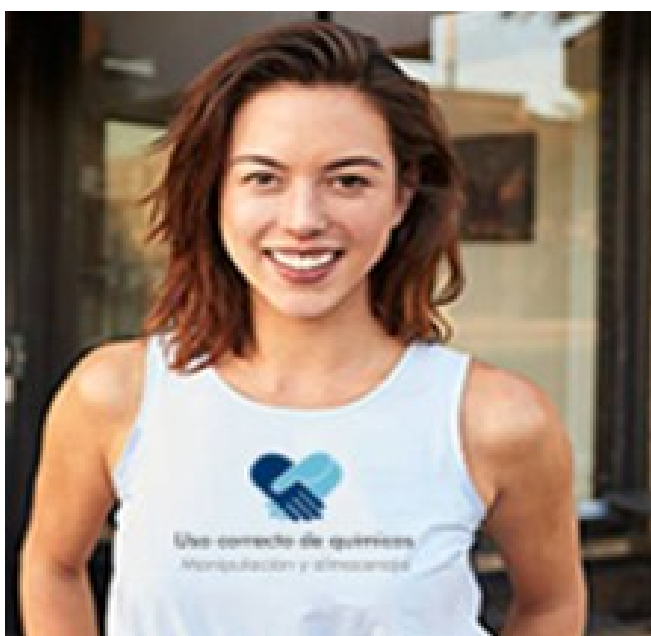
Etiqueta



Simbología



Colores que identifican la campaña



Camisetas con diseño

Desinfectante ML



Rojo: Producto inflamable .
Azul: Riesgos a la salud. USE GUANTES AL APLICARLO/irritabilidad
Amarillo: Riesgos por reactividad (inestabilidad).
Blanco: Producto oxidante, corrosivo, reactivo con agua o radiactivo







Cuida tus manos
Uso correcto de químicos
Manipulación y almacenaje



Guayaquil, Mapasingue Este Mz 2,
villa 12
Teléfono: 0993245232
Búsquenos en redes sociales:



**Cuidar tus manos es nuestra responsabilidad/
Proteger tu vida es responsabilidad de todos**

Etiqueta para envase de producto químico

Desinfectante ML



Rojo: Producto inflamable
Azul: Riesgos a la salud. USE GUANTES AL APLICARLO/irritabilidad
Amarillo: Riesgos por reactividad (inestabilidad).
Blanco: Producto oxidante, corrosivo, reactivo con agua o radiactivo







Cuida tus manos
Uso correcto de químicos
Manipulación y almacenaje



Guayaquil, Mapasingue Este Mz 2,
villa 12
Teléfono: 0993245232
Búsquenos en redes sociales:



**Cuidar tus manos es nuestra responsabilidad/
Proteger tu vida es responsabilidad de todos**

**CAMPAÑA LEE
TU ETIQUETA EN
LOS PRODUCTOS
QUÍMICOS**
LO NUEVO en cuidado para
tus manos
Revisa la información

**Síguenos en redes so-
ciales**



**PARA MAYOR INFORMACI-
ÓN**
Teléfono: 0993245232
**TOMA CONCIENCIA
LEE LA ETIQUETA**

CUIDA TU SALUD... Lee la etiqueta

**Cuidar tus manos es nuestra responsabilidad/
Proteger tu vida es responsabilidad de todos**



Hoja volante y afiche

Anexo B

ENCUESTA

Soy estudiante de la UTEG, realizo esta encuesta con fines investigativos. Puede responder las siguientes preguntas.

OBJETIVO: Diseñar un plan de Marketing Social *online* y *offline* orientado a la comunicación del uso correcto de productos químicos en los hogares en Guayaquil

Instructivo: Marque con una X, la respuesta que considere correcta

Rango de edad

18 - 25 años	
26 - 35 años	
36 - 45 años	
46 años en adelante	

Género

Masculino	
Femenino	

1. ¿Compra productos químicos para la limpieza de su hogar?

Si	
No	

2. ¿Con que frecuencia compra productos químicos?

Todos los días	
Una vez por semana	
Cada quince días	
De vez en cuando	

3. ¿Qué tipo de productos químicos compra?

Cloro	
Desinfectante	
Desengrasantes y otros	

4. ¿Conoce los cuidados que debe mantener con la manipulación y almacenamiento de los productos químicos?
- | | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

5. ¿En los productos químicos que compra, en las etiquetas ha observado recomendaciones sobre el uso, manipulación y almacenamiento de los productos químicos?
- | | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

6. ¿Ha sufrido algún tipo de daño físico por la incorrecta manipulación de los productos químicos en el hogar?
- | | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

7. ¿Le gustaría que los productos químicos que utiliza en el hogar tengan en sus etiquetas información del uso correcto para la manipulación y almacenamiento?
- | | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

8. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que le informen sobre el uso correcto para la manipulación y almacenamiento de los productos químicos en el hogar?
- | | |
|----------------------|--|
| Radio /TV/Prensa | |
| Hojas volantes | |
| Afiches informativos | |
| Redes Sociales | |
| Otros | |

9. ¿Cuál es la principal ventaja de la información sobre la manipulación y almacenamiento de los productos químicos en el hogar?
- | | |
|---|--|
| Beneficio para la salud de los usuarios | |
| Beneficio para el medio ambiente | |
| Beneficio a la economía | |

10. ¿Para usted es importante el cuidado del medio ambiente?

Muy importante	
Poco importante	
Nada importante	