

Sistema Empresarial de la Asociación de Servicios de Reciclaje “Creciendo por ti Mejía”

Business System of the Recycling Services Association “Growing for you Mejía”

Rodrigo Fernando Arévalo Mejía¹

Universidad UTE. rodrigo.arevalo@ute.edu.ec

Ximena del Consuelo Tobar Cazares²

Universidad UTE. ximena.tobar@ute.edu.ec

Fernando Marcelo Borja Borja³

Universidad UTE. fernando.borja@ute.edu.ec

Recibido: 25/07/2025

Aceptado: 21/11/2025

Publicado: diciembre/2025

¿Cómo citar?:

Arévalo, R.; Tobar, X.; García, G.; Pérez, R. (2025). Sistema Empresarial de la Asociación de Servicios de Reciclaje “Creciendo por ti Mejía”. Revista Científica Mundo Recursivo, 8(2), 26-46.

¹ Mgtr. en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior, Economista, Docente Universidad UTE

² Mgtr. en Educación Superior, Economista, Docente Universidad UTE

³ Profesor de la Universidad UTE Ecuador. código orcid: 0000-0002-6387-8529

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo fortalecer las capacidades organizativas, comerciales y de gestión de esta asociación en la parroquia de Machachi, cantón Mejía. Se partió de un diagnóstico inicial de la situación actual de ASERECIME en áreas clave como la administración, el marketing y la contabilidad, mediante la recopilación de información a través de entrevistas y encuestas a los miembros de la asociación. En función de los datos obtenidos se utilizaron para diseñar modelos de gestión específicos a través de la construcción de los manuales de operación en las áreas mencionadas. A nivel social y ambiental, se potenció la contribución a la economía circular y una reducción significativa de la vulnerabilidad de la asociación frente a las fluctuaciones del mercado y otros factores externos.

Palabras claves: Modelos de negocios, Administración, Asociación.

ABSTRACT

The objective of the research was to strengthen the organizational, commercial, and managerial capacities of this association in the parish of Machachi, Mejía canton. The study began with an initial diagnosis of the current situation of ASERECIME in key areas such as administration, marketing, and accounting, through the collection of information via interviews and surveys conducted with members of the association. Based on the data obtained, specific management models were designed through the development of operational manuals in the aforementioned areas. On a social and environmental level, the initiative enhanced the contribution to the circular economy and significantly reduced the association's vulnerability to market fluctuations and other external factors.

Keywords: Business models, Administration, Association.

INTRODUCCIÓN

En el 2017 se formó la nueva Asociación de Servicios de Reciclaje “Creciendo por Ti Mejía” (ASERECIME) ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Mejía, parroquia de Machachi, la cual está compuesta por 32,814 habitantes. Actualmente, esta asociación forma parte de la Red Nacional de Recicladores del Ecuador (RENAREC) y se dedica a la venta al por mayor y menor de desechos, chatarra metálica y materiales para el reciclado, así como a la producción de ECOPOSTES y mangueras para instalaciones eléctricas y canales de riego.

La asociación, conformada por 10 socios y un equipo adicional de 3 colaboradores produce postes ecológicos y mangueras para instalaciones eléctricas y agua de riego. En la organización se presenta un grupo de dificultades; donde la principal limitación proviene de la disminución de ventas, agravada por la falta de una estrategia publicitaria efectiva para sus productos. Asimismo, enfrenta inconvenientes para establecer los precios debido al inadecuado registro de los costos de producción. A esto se suma la necesidad de mejorar los estándares de calidad, ya que existen áreas donde el conocimiento sobre ciertos parámetros es insuficiente, lo que genera incertidumbre en términos de calidad y eficiencia.

Otra problemática importante es la situación financiera de la asociación, que afecta su capacidad para mantenerse y crecer como negocio. A pesar de contar con capacidad de producción, la disminución de las ventas y la ausencia de canales de comercialización efectivos han llevado a la organización a una situación en la que no pueden generar ingresos suficientes para sostener sus operaciones. Esto repercute negativamente en su estabilidad financiera y en la generación de empleo para la comunidad.

En lo que respecta a las labores de reciclaje, los miembros de ASERECIME comienzan su trabajo en el botadero de desechos, situado en las afueras de la ciudad de Machachi, a partir de las 06:00 horas y se extienden hasta aproximadamente las 19:00 horas. En ocasiones, este trabajo se lleva a cabo incluso durante los fines de semana, exponiéndose a una diversidad de residuos sólidos mientras realizan sus tareas. Después de la selección del material plástico apto para su reutilización, este se traslada a un galpón alquilado al Gobierno Autónomo Descentralizado de Machachi. En este espacio, a pesar de no contar con condiciones óptimas, operan dos máquinas dedicadas a la fabricación de postes y mangueras utilizando como materia prima el producto de su reciclaje.

En cuanto a la comercialización, el kilogramo de plástico reciclado es vendido por la asociación a 45 centavos, pero también desempeñan el papel de intermediarios, adquiriendo el kilogramo a 30 centavos para revenderlo en 45. Cada dos semanas, reciclan entre 11 y 12 toneladas. Sin embargo, el principal problema identificado en ASERECIME es la dificultad en la comercialización de sus productos, específicamente postes y mangueras. Desde diciembre de 2023, ASERECIME ha enfrentado una disminución significativa en las ventas de sus productos, una situación que se ha extendido hasta enero de 2025. Esta caída en ventas también afecta a sus clientes, quienes han experimentado una baja en sus propias ventas. Además, la falta de publicidad impacta directamente en la comercialización de sus productos.

A pesar de la capacidad de producción, la escasez de canales de venta efectivos, el inadecuado registro de costos de producción y la falta de conocimientos sobre estándares de

calidad han generado precios de venta que no reflejan la realidad. Como resultado, se identifican los siguientes problemas:

- Inexistente sistema de producción, reflejado en una falta de planificación de la demanda, lo cual impide programar la producción.
- Bajo nivel de publicidad.
- Inadecuado manejo contable de los costos de producción debido al empleo de un registro manual.
- Bajos niveles de posicionamiento de sus productos en el mercado y canales.

Finalmente, es importante destacar que la situación descrita también afecta al capital de trabajo, el cual es fundamental para el funcionamiento operativo de la asociación. Sin un adecuado capital de trabajo, la asociación enfrenta dificultades para mantener la continuidad de sus operaciones, lo que compromete su capacidad de generar ingresos y, por ende, su estabilidad financiera y la generación de empleo para la comunidad.

Como respuesta al escenario descrito, el objetivo de la investigación fue fortalecer las capacidades organizativas, comerciales y de gestión de la asociación en la parroquia de Machachi, cantón Mejía. La contribución de este estudio radica en su potencial para transformar la asociación en un modelo replicable a nivel regional o nacional, promoviendo una economía más inclusiva y resiliente. Además, el fortalecimiento de ASERECIME apoyará el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente en lo que respecta a trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8) y producción y consumo responsables (ODS 12).

DESARROLLO

La administración como ciencia encuentra sus raíces en los estudios de métodos y tiempos, sistemas salariales y reducción de costos propuestos por Frederick Taylor, a los que se suman los 14 principios administrativos y funciones empresariales formulados por Fayol (Jurado, 2018). Esta base evolucionó con el surgimiento de nuevas escuelas como la de relaciones humanas, la conductista y, tras la Segunda Guerra Mundial, la escuela matemática centrada en la optimización de procesos. En la segunda mitad del siglo XX, la teoría de sistemas de Bertalanffy posiciona a la organización como un sistema abierto en interacción constante con su entorno (Felix, 2003).

A partir de este enfoque sistémico, surge la teoría de las contingencias, la cual señala que la administración debe adaptarse a las condiciones internas y externas (Oña-Sinchiguano,

2020). Posteriormente, se integran elementos de la teoría de la complejidad, que reconocen a las organizaciones como estructuras dinámicas sujetas a cambios (Paucar-Cáceres & Wiesenborn, 2020)

Las funciones clásicas de la administración han evolucionado frente a nuevos desafíos organizacionales. Así, se ha transitado de la administración de personal a la gestión estratégica de recursos humanos (Obedgiu, 2017); del marketing de producto al marketing relacional (Thaichon et al., 2019); de la planificación de procesos a la gestión de cadenas de suministro extendidas (Shen et al., 2020); y del control total de calidad hacia una gestión más integral de la misma (Hamid et al., 2019).

Sin embargo, no todas las funciones evolucionaron al mismo ritmo ni con el mismo reconocimiento. Algunas como la gestión de la innovación (Guerra Betancourt et al., 2013), la información (Baldwin et al., 2009), la tecnología (Wu et al., 2020) o el medioambiente (Ormazabal et al., 2017) han tenido desarrollos irregulares. A menudo estas funciones son vistas como transversales o de responsabilidad compartida, más que como áreas autónomas.

La gestión ambiental y la responsabilidad social corporativa (Silva et al., 2016) representan enfoques cada vez más relevantes. Las organizaciones no solo deben responder a sus objetivos económicos y regulatorios, sino también a las expectativas sociales y ambientales para garantizar su sostenibilidad.

En la práctica administrativa actual emergen dos disciplinas clave: la gestión por proyectos (Oliveira & Martins, 2019) y la internacionalización de relaciones comerciales (Felzensztein et al., 2020). Ambas responden a decisiones estratégicas organizacionales, impulsadas por el entorno competitivo global.

Más allá de aplicar funciones administrativas aisladas, es esencial alinearlas con los objetivos organizacionales. Paucar-Cáceres & Wiesenborn (2020) destacan cuatro grandes fines de la administración: eficiencia, eficacia, efectividad y ética. Este último introduce una dimensión moral, reflejando la responsabilidad de las organizaciones dentro del sistema social al que pertenecen.

Una distinción clave dentro del campo administrativo radica entre la administración pública y la empresarial. Aunque comparten herramientas y teorías, la primera se ve más influenciada por disciplinas como la ciencia política y la sociología, así como por factores geopolíticos.

Finalmente, las funciones planteadas por Fayol siguen siendo relevantes, aunque su aplicación puede variar. Juran (2002) propone que dichas funciones persiguen el control o la mejora del desempeño (Queiroz et al., 2020; Zanon et al., 2020), lo que permite concebir la

mejora organizacional como una función adicional. Felix (2003) propone una estructura donde las funciones básicas de la administración se sitúan al centro, rodeadas por funciones empresariales, influencias del entorno, resultados y tres estrategias clave: integración, responsabilidad social e internacionalización.

METODOLOGIA

En la investigación se combina la utilización de métodos cualitativos y cuantitativos. Entre los métodos cuantitativos aparecen las encuestas y análisis estadísticos, que permiten recopilar y analizar datos numéricos, proporcionando resultados medibles y generalizables. Los métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad, grupos focales, y observación de campo, exploran percepciones, experiencias y comportamientos en contextos específicos, ofreciendo una comprensión más profunda y contextualizada.

Para caracterizar la demanda de la organización se diseñó una encuesta compuesta por 22 preguntas con utilización de escala múltiples. La encuesta se orientó a los clientes potenciales de la organización. Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia, definiendo un tamaño de muestra de 30 encuestados.

RESULTADOS

Como resultado inicial del diagnóstico se construyó la tabla 1, donde se resume la situación inicial del sistema considerando tanto el ambiente interno como externo.

Del estudio de mercado desarrollado para caracterizar la demanda se pudo definir que:

Cerca del 80% de las empresas o negocios compran mangueras anual o trimestralmente, lo que indica que estos productos tienen una demanda cíclica. Sin embargo, hay un 20% de clientes potenciales con demanda mensual, lo que representa una oportunidad para captar clientes recurrentes.

El 63.4% de los clientes adquiere como promedio menos de 20 metros por pedido, lo que sugiere que el mercado se inclina hacia compras pequeñas o moderadas. Sin embargo, un 36.7% compra más de 20 metros, lo que representa un segmento con mayor volumen de consumo.

Tabla 1

Matriz FODA de la organización

ENTORNO	FORTALEZA	DEBILIDADES
INTERNO	Productos 100% reciclados (ecopostes y ecomangueras) con certificación ambiental en proceso Procesos productivos estandarizados y equipo especializado Volumen de procesamiento: 25-30 toneladas diarias de material reciclable Alianzas estratégicas con municipalidades y ferreterías locales	Limitada capacidad tecnológica previa a implementación de Odoo Baja penetración en mercado digital (redes sociales recientes) Dependencia de precios fluctuantes del plástico reciclado Falta de beneficios sociales completos para el personal
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNO	Crecimiento del 78% en demanda de productos ecológicos Programas de financiamiento para proyectos sostenibles Potencial para exportación a mercados regionales Alianzas con universidades para investigación y desarrollo	Competencia de empresas con mayor capacidad productiva Incremento en costos logísticos y de transporte Cambios regulatorios en normas ambientales Estacionalidad en disponibilidad de material reciclable

Nota: La tabla muestra el diagnóstico de la situación de ASERECIME

De la variedad de productos que se oferta, el diámetro de 1/2" es el más popular, lo que podría indicar que la mayoría de los consumidores requieren mangueras para usos cotidianos o de bajo flujo. Los diámetros más grandes (1", 1 1/2" y 2") tienen menor preferencia, lo que sugiere que son utilizados en aplicaciones específicas, probablemente industriales o agrícolas a mayor escala.

- Entre los atributos más valorados por los clientes se encuentran la durabilidad (70%) y el precio (60%).

- El 48.7% está dispuesto a pagar entre \$0.80 y \$0.90 por kilo de manguera, mientras que 46.7% pagaría menos de \$0.80. El 40% de los compradores de postes negocia el precio por volumen, mientras que el 20% acepta precios fijos.
- El 78% de los encuestados considera que el uso de materiales reciclados es un factor clave en su decisión de compra, y el 65% está dispuesto a pagar un precio similar o ligeramente superior por productos reciclados si ofrecen durabilidad garantizada.
- la distribución de 30 empresas o negocios, de acuerdo con el sector al cual pertenecen.
- Los sectores con mayor representación como clientes potenciales son: Construcción y Ferretería/Distribuidor, cada uno con 26,7% de participación. Le sigue Agricultura/Ganadería, que representa el 23,3%.
- Los demás sectores, como Municipalidad/Gobierno, Energético-Minero-Petrolero, Turismo, Logística y Logística y Transporte, tienen una participación menor y están representados en proporciones más pequeñas.

De igual modo, respecto al producto Eco-Postes se pudo definir.

- Solo el 60% de las empresas podría demandar el producto.
- El 20% los compra anualmente, mientras que el 13,3% los adquiere mensual, trimestral o semestralmente.
- La mayoría de los consumidores (63,3%) prefieren realizar pedidos de menos de 10 unidades, mientras que un 30% opta por cantidades entre 10 y 50 unidades, evidenciando una tendencia hacia compras en volúmenes reducidos.
- El 70% de los encuestados considera que la vida útil y resistencia son factores decisivos para la compra de eco-postes. Además, el 58% prefiere eco-postes frente a postes de madera o concreto, principalmente por su resistencia al deterioro climático y su menor impacto ambiental.
- El 40% de las empresas nunca adquiere postes ecológicos, lo que indica un mercado con resistencia al cambio o falta de información.
- El 20% los compra anualmente, mientras que el 13.3% los adquiere con mayor frecuencia (mensual, trimestral o semestralmente).
- Como clientes potenciales se identifican: Agricultores y ganaderos (40%), Municipalidades y gobiernos locales (28%), además, empresas de energía y telecomunicaciones: Corporaciones como CELEC EP y CNT EP han mostrado interés en soluciones sostenibles para infraestructuras eléctricas y de telecomunicaciones.

El análisis del precio muestra que el costo de producción de las mangueras es \$0.75 - \$0.80/kg, mientras que el precio de venta actual es \$0.90/kg, generando un margen de ganancia del 12.5% - 20%. Comparado con la competencia, cuyos precios varían entre \$0.25 y \$0.95 por metro, es clave diferenciarse en sostenibilidad y durabilidad en lugar de competir solo por precio. Para mantener la rentabilidad y competitividad, se recomienda conservar los precios entre \$0.80 - \$0.90/kg, reducir costos de producción sin afectar la calidad y resaltar los beneficios ecológicos del producto.

En lo referente a los Eco-Postes se definieron los precios siguientes: 8x8x2 m: \$28 - \$32 (similar al mercado, con posibilidad de competir en precio). Para nuevos tamaños como 9x4.5x1.5 m y 9x4.5x2 m se propone un precio que puede oscilar entre \$25 - \$30 (opción más accesible que podría atraer clientes). Este rango de precios busca mantener competitividad, asegurando que los nuevos tamaños sean más accesibles para captar mayor demanda.

Además, se estableció que el 61% de los encuestados estaría dispuesto a cambiarse a eco-postes si el precio es igual o menor al de postes de concreto.

Los principales canales de distribución serían: Ferretería Abigail, Sr. Fernando Criollo (100-150 rollos/semana) con oportunidades a ganar nuevos clientes como: ferreterías locales (60% de encuestados compran en ferreterías) o Proveedores directos (40% prefieren comprar directamente) además, se podría utilizar la creación de canales digitales mediante el fomento de catálogos en línea con cotizaciones automatizadas y plataforma de pedidos.

Diseño de las acciones de mejora

Como parte de las acciones de mejoras se definió, de forma participativa, la misión y visión de la organización.

Misión: Nos dedicamos a disminuir la huella ecológica y a impulsar prácticas respetuosas con el medio ambiente. A través de la innovación y el compromiso, buscamos generar un impacto positivo y duradero en nuestro planeta.

Visión: Aspiramos a un futuro más limpio y sostenible, donde nuestras soluciones ecológicas sean un referente. Nos esforzamos por ofrecer productos innovadores que contribuyan al cuidado del planeta y promuevan un estilo de vida consciente.

De igual modo, se establecieron los valores corporativos:

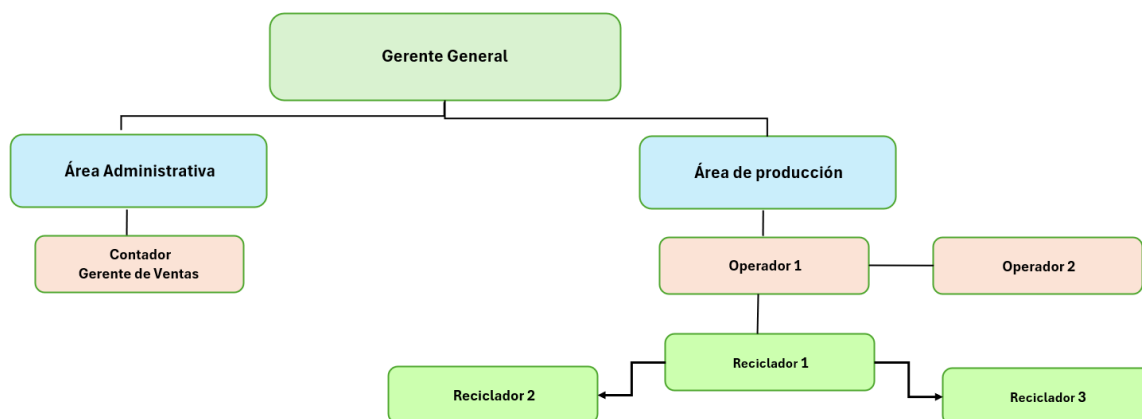
- *Sostenibilidad:* Compromiso con el cuidado del medio ambiente a través del reciclaje y la reutilización.
- *Responsabilidad Social:* Promoción del bienestar comunitario y prácticas éticas.

- *Innovación:* Mejora continua en procesos y productos para soluciones sostenibles.
- *Calidad y Compromiso:* Alta exigencia en estándares técnicos y satisfacción del cliente.
- *Transparencia y Orientación al Cliente:* Honestidad y atención personalizada en cada interacción.

Se estableció la estructura organizativa de la organización como se muestra en la figura 1

Figura 1

Estructura organizacional propuesta



Nota: Como resultado del diagnóstico se propone la estructura organizacional de ASERECIME

A continuación, se presenta la función general y los requisitos específicos para cada cargo, las funciones específicas se establecieron en el manual de funciones de la organización.

Gerente General: debe tener habilidades de liderazgo estratégico, visión para el crecimiento empresarial y capacidad para tomar decisiones clave. Es esencial su capacidad para supervisar eficientemente las áreas administrativas y de producción, garantizando la alineación de todos los procesos con los objetivos de la empresa. Su responsabilidad incluye gestionar relaciones clave con clientes y proveedores, y dirigir el rumbo organizacional.

Contador/ Gerente de Ventas: tener habilidades organizativas y experiencia en el manejo de sistemas de contabilidad. Es fundamental su capacidad para diseñar estrategias de ventas, controlar presupuestos, gestionar cobros y asegurar el buen flujo de las finanzas.

Operadores: ser expertos en el manejo de maquinaria y equipos de producción, con un enfoque en la optimización de procesos y calidad. Su capacidad para identificar y resolver problemas técnicos, así como su habilidad para trabajar bajo presión, son esenciales para

mantener la eficiencia en la producción de ecomangueras y ecopostes. Además, deben garantizar que los productos cumplan con los estándares establecidos.

Recicladores: tener competencias en la clasificación y procesamiento de materiales reciclados, con un fuerte enfoque en la sostenibilidad y el manejo adecuado de los residuos. Su capacidad para trabajar de manera eficiente y garantizar la calidad de los materiales reciclados es fundamental para el abastecimiento de materia prima. Además, deben cumplir con los estándares de seguridad y cuidado del medio ambiente en todo el proceso.

Plan de Marketing

El principal objetivo del plan de marketing es mejorar la comercialización de sus productos, fortalecer su presencia digital y ampliar su alcance en el mercado.

Para lograr estos objetivos, se han definido tres estrategias clave:

- Creación de una página web para la comercialización de los productos.
- Mantenimiento y actualización constante de la página de Facebook con contenido de valor.
- Implementación de un programa radial en la Universidad UTE para difundir el trabajo de la asociación y atraer nuevos clientes.

Como parte del plan se estableció el manual de marca el que servirá como guía estructurada para la ejecución de estas estrategias, estableciendo pasos claros, responsables y métricas de seguimiento.

Creación de la Página Web

Se definió la identidad de marca estableciendo que: EcoMejía es una asociación de recicladores base que nació en el 2017 con el propósito de reciclar y transformar los residuos. Fabricamos ECOPOSTES y mangueras para agua y cableado con material 100% reciclado, excelente calidad y larga duración. El logo de la de organización se muestra en la figura 2

La creación de una página web permitirá a ASERECIME contar con un canal de ventas digital donde los clientes podrán conocer el catálogo de productos, realizar pedidos y obtener información sobre la asociación.

1. Definición del Contenido y Estructura del Sitio Web:

- Inicio: Breve presentación de ASERECIME y su compromiso con la sostenibilidad.
- Catálogo de Productos: Imágenes, descripciones, precios y disponibilidad de productos.
- Proceso de Producción: Explicación detallada sobre cómo se fabrican los productos reciclados.
- Formulario de Contacto: Para consultas y pedidos personalizados.

- Blog o Noticias: Artículos sobre reciclaje, sostenibilidad y casos de éxito.
- Carrito de Compras: Métodos de pago y logística de envío.

Figura 2

Logo de la organización



Nota: La figura muestra el logo propuesto para ASERECIME

2. Elección de Plataforma y Dominio:

- Se recomienda utilizar plataformas como WordPress, Shopify o Wix.
- Se adquirirá un dominio propio como www.aserecime.com para mejorar la profesionalidad.

3. Desarrollo y Pruebas:

- Se trabajará con un equipo de desarrollo para asegurar que la web sea intuitiva, rápida y compatible con dispositivos móviles.
- Se realizarán pruebas de compra para verificar el correcto funcionamiento de la tienda en línea.

4. Lanzamiento y Promoción:

- Se anunciará la web en redes sociales, con campañas promocionales para atraer tráfico al sitio.

Métricas de Evaluación

- Número de visitas a la web y tiempo de permanencia.
- Cantidad de productos vendidos en línea.
- Interacción de clientes en el formulario de contacto.

Enlace página web: <https://maykelanthony8.wixsite.com/ecomej> (El enlace se encuentra con un nombre diferente debido al dominio de la página, el dominio se compra para que sea uno propio). En la figura 3 se muestran partes de la página diseñada.

Figura 3

Imágenes de la página



Nota: Mantenimiento y actualización en Facebook

El mantenimiento de la página de Facebook es crucial para mantener el interés del público y fidelizar clientes.

Creación de un Calendario de Publicaciones: Publicaciones 3 veces por semana sobre:

- Promoción de productos y sus beneficios.
- Testimonios de clientes.
- Datos sobre reciclaje y sostenibilidad. Eventos y ferias donde participe ASERECIME.

Interacción con la Comunidad:

- Responder preguntas y comentarios en un máximo de 24 horas.
- Realizar encuestas y dinámicas para fomentar la participación.

Uso de Contenido Visual Atractivo:

- Publicación de imágenes y videos de alta calidad sobre el proceso de fabricación y uso de los productos.
- Creación de historias destacadas con información clave sobre ASERECIME.

Publicidad en Facebook Ads:

- Inversión mínima de \$2-3 por semana en campañas dirigidas a clientes potenciales.
- Segmentación por ubicación, intereses y comportamiento del usuario.

Métricas de Evaluación:

- Número de seguidores y alcance de publicaciones.

- Cantidad de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos).
- Crecimiento de tráfico en la página web desde Facebook.

Programa Radial en la Universidad UTE

El programa radial permitirá dar a conocer ASERECIME, educar a la comunidad sobre reciclaje y promocionar los productos de la asociación.

Formato del Programa:

- Historia de ASERECIME: Origen y evolución de la asociación.
- Proceso de producción: Explicación del reciclaje y fabricación de productos.
- Importancia del consumo sostenible: Cómo los clientes pueden apoyar la causa.
- Promoción de la tienda en línea: Invitación a comprar productos reciclados.

Estrategia de difusión

- Promoción en Facebook e Instagram: Se anunciará cada episodio con anticipación.
- Transmisión en Vivo: Se explorará la opción de transmitir el programa a través

Facebook Live.

- Grabación y Reutilización del Contenido: Se compartirán fragmentos en redes sociales y en la página web.
- Interacción con la Audiencia: Se habilitarán espacios para responder preguntas en vivo.

Métricas de Evaluación

- Número de oyentes y visualizaciones en vivo.
- Interacción en redes sociales antes y después del programa.
- Crecimiento en seguidores y tráfico en la web.

Evaluación y Seguimiento

Para medir el impacto de la estrategia de marketing, se implementarán métricas clave en cada acción:

- Página Web: Número de visitas y compras realizadas.
- Redes Sociales: Alcance de publicaciones, interacción con seguidores.
- Estrategias de Venta: Crecimiento en ventas y fidelización de clientes.
- Programa Radial: Número de oyentes, participación en vivo y alcance en redes.

Se realizarán reuniones trimestrales para evaluar avances y realizar ajustes según los resultados obtenidos.

Estrategias de Marketing

Creación y gestión de perfiles en redes sociales. En la figura 4 se muestran formas de comunicación en algunos de los canales.

Figura 4

Ejemplos de canales de comunicación

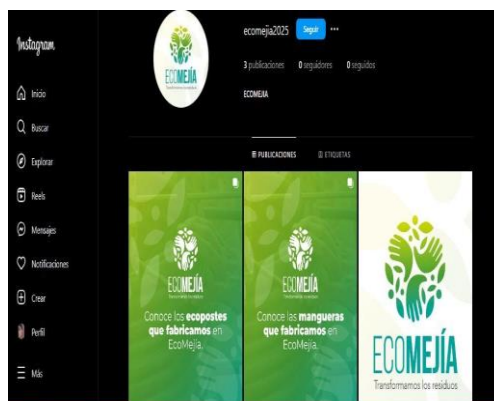
TikTok:

<https://www.tiktok.com/@ecomejiaasercime2025>



Instagram:

<https://www.instagram.com/ecomejia3/?hl=es>



Nota: las imágenes muestran la presencia de ASERECIME en redes sociales

Se potencia la:

1. Creación de Contenido:

- Producir fotografías y videos de alta calidad.
- Elaborar testimonios de clientes satisfechos.
- Crear contenido educativo sobre reciclaje y sostenibilidad.

2. Participación en Ferias:

- Diseñar un stand atractivo y funcional.
- Preparar material promocional (folletos, muestras de productos).
- Capacitar al personal para atender a los visitantes.

3. Alianzas Estratégicas:

- Establecer acuerdos de colaboración con el Municipio de Mejía y otras organizaciones.
- Radio de emprendimientos, y Podcast UTE.

Además, se potenció la presencia en Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100090344713134>

en WhatsApp Business: Link de Whatsapp Directo (Se utiliza para post y redireccionamiento directo de medios digitales) <https://wa.me/593983467203>

Automatización:

- Programar publicaciones en redes sociales.
- Estandarizar procesos de producción y gestión de clientes.
- Capacitar al personal en marketing y atención al cliente.

Publicidad en línea segmentada y digital

- GOOGLE ADS: Publicitar a un tráfico de 1000 personas en un radio de 5 kilómetros y a nivel provincia - \$2-3 por semana
- FACEBOOK ADS: Publicitar a un tráfico de 1000 personas en un radio de 5 kilómetros y a nivel provincia - \$2-3 por semana
- Algoritmo y recomendaciones: El contenido tiene que ser de calidad y con segmentos en tendencia para recurrir a la viralidad

Sponsor en Podcast UTE: Hablar con autoridades a cargo del podcast de la UTE para informar y realizar sponsor del emprendimiento.

Marketing Tradicional: Participación en ferias y eventos (Empower Xperience 2025, ConQuito).

Plan Contable

Se crearon las condiciones en la organización para la utilización del sistema Odoo para la gestión de Asociación de Servicios de Reciclaje Creciendo Por Ti Mejía ASERECIME. Con el objetivo de optimizar los procesos, mejorar la transparencia financiera y asegurar el cumplimiento normativo vigente en Ecuador. Este modelo de gestión contable es un software de gestión empresarial (ERP) de código abierto que ayuda a las empresas a administrar, automatizar y optimizar sus procesos. Es una opción popular para muchas empresas, ya que se adapta a las necesidades específicas de cada una. Se distingue por:

- Ser personalizable y adaptable a cualquier empresa, independientemente de su tamaño o presupuesto
- Incluye funciones de CRM, ventas, proyectos, fabricación, inventario, contabilidad entre otras.
- Está alojado en la nube
- Se integra con otras aplicaciones, como Odoo CRM, contabilidad, inventario, marketing online, gestión de proyectos, y recursos humanos

- Permite tomar mejores decisiones basadas en datos estadísticos
- Mejora la productividad de la empresa
- Cuenta con una aplicación Sitio web que permite crear, gestionar y personalizar sitios web.

El sistema Odoo transformará la forma en que se ejecuta la Venta sus eco postes y mangueras, reemplazando los procesos manuales actuales por un sistema organizado y eficiente. Generando los beneficios siguientes:

- Control total de clientes: Registre información de compradores, identifique nuevas oportunidades y mantenga comunicación efectiva con cada cliente.
- Cotizaciones profesionales: Envíe presupuestos digitales que sus clientes pueden aprobar con un clic.
- Gestión de pedidos automática: Las cotizaciones aprobadas se convierten automáticamente en órdenes de venta.
- Precios inteligentes: Aplique descuentos especiales para clientes frecuentes o compras por volumen.
- Visibilidad del negocio: Conozca qué productos generan más ingresos y quiénes son sus mejores clientes.

Odoo organizará todas sus transacciones económicas cumpliendo con los requisitos del SRI y manteniendo sus finanzas en orden. Asegurando las ventajas siguientes:

- Facturas digitales automáticas: Generadas directamente desde las ventas realizadas. Impuestos calculados correctamente: IVA y retenciones aplicadas según la normativa ecuatoriana.
- Control de cobros: Visualización inmediata de facturas pagadas y pendientes. Documentos personalizados: Facturas con la imagen corporativa de ASERECIME. Información financiera clara: Reportes de ingresos y rentabilidad por producto o cliente.

El módulo Contable es una aplicación con funciones de contabilidad completas. La productividad contable es el enfoque al desarrollar las diferentes funciones, como facturas reconocidas por inteligencia artificial, sincronización con sus cuentas bancarias, coincidencias inteligentemente sugeridas, etc. Por ello se ha identificado para Asociación de Servicios de Reciclaje Creciendo por Ti Mejía (ASERECIME), la implementación de Odoo esta permitirá automatizar y optimizar el registro de transacciones financieras.

El módulo de Inventario es una herramienta integral diseñada para optimizar la gestión de existencias y mejorar la eficiencia operativa. Este módulo ofrece las siguientes funciones clave:

- **Control en Tiempo Real:** Permite a la asociación supervisar el estado del inventario de materiales reciclables en tiempo real, asegurando que siempre haya disponibilidad de recursos necesarios para las operaciones.
- **Gestión de Entradas y Salidas:** Facilita el registro de la entrada y salida de productos, lo que ayuda a mantener un seguimiento preciso de los materiales reciclados y los que se encuentran en proceso de tratamiento.
- **Optimización de Compras:** Al proporcionar datos claros sobre el inventario disponible, Odoo ayuda a la asociación a tomar decisiones informadas sobre compras, evitando el sobrestock y minimizando costos innecesarios.
- **Informes Detallados:** Genera reportes sobre el estado del inventario, permitiendo a ASERECIME analizar tendencias y hacer ajustes estratégicos en su gestión de recursos.
- **Integración con Proveedores:** Facilita la gestión de relaciones con proveedores, asegurando que los materiales necesarios estén disponibles cuando se requieran, lo que es fundamental para mantener la eficiencia en las operaciones de reciclaje.

El módulo de empleados permite gestionar toda la información del personal, incluyendo contratos, ausencias, y nómina. Se pueden registrar los datos básicos de cada empleado, gestionar permisos y ausencias (como vacaciones), y automatizar el proceso de nómina. Además, facilita el seguimiento de las horas trabajadas y la creación de informes sobre el rendimiento y la asistencia del personal.

El módulo de Compras gestiona el proceso completo de adquisiciones, desde la creación de solicitudes y órdenes de compra hasta la recepción de productos y la facturación a proveedores. Permite controlar inventarios, verificar entregas y gestionar pagos a proveedores, lo que optimiza la administración de recursos y el flujo de caja, garantizando que las compras se realicen de manera eficiente y con el control adecuado.

La implementación de la aplicación Gastos permitirá registrar, gestionar y controlar los costos operativos de manera estructurada. Entre sus principales beneficios se encuentran:

- **Registro y categorización de gastos:** Facilitando la identificación de costos por áreas específicas, como adquisición de insumos, mantenimiento de equipos y costos administrativos.

- Control presupuestario: Permitiendo establecer límites y realizar análisis de desviaciones en los gastos.
- Automatización de reembolsos: Agilizando la gestión de gastos de empleados y colaboradores, asegurando una administración transparente.
- Reportes financieros: Generación de informes en tiempo real para la toma de decisiones estratégicas.
- Dado el objeto social de la organización, la aplicación Fabricación será clave para optimizar la transformación de residuos en productos reutilizables. Sus principales funciones incluyen:
- Gestión de órdenes de producción: Registro detallado de las operaciones de reciclaje y fabricación de productos a partir de residuos.
- Control de materias primas: Seguimiento del inventario de materiales reciclables y su utilización en los procesos productivos.
- Automatización de procesos: Optimización del flujo de trabajo en las etapas de reciclaje, desde la recepción de residuos hasta la entrega del producto final.
- Trazabilidad y cumplimiento normativo: Registro detallado de cada etapa del proceso productivo para garantizar estándares de calidad y sostenibilidad.

Adicionalmente, se elaboraron los documentos siguientes:

- Manual de bienestar laboral: contempla la descripción de las condiciones de seguridad y el plan de medidas que asegura su mantenimiento.
- Plan de desarrollo personal y capacitación
- Plan de capacitación para la implementación cada una de las estrategias y procedimientos diseñados.

CONCLUSIONES

La organización objeto de estudio posee una importancia para sus socios y el bienestar de la comunidad donde opera, generando un impacto socio económico favorable no solo por el beneficio de su oferta sino por la generación de empleo e ingresos para las familias con las que se vincula.

El diagnóstico desarrollado en la organización permitió identificar un grupo de deficiencias que limitan el buen desempeño de la organización y su posible impacto social.

Las acciones de mejora desarrolladas e implementadas en la organización respecto al sistema de gestión en general y de varios subsistemas en particular deben favorecer el desempeño organizacional y el impacto social de la asociación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baldwin, A., Shen, G. Q., & Brandon, P. (2009). Introduction: Collaborative construction information management - evolution and revolution. [Editorial]. *Collaborative Construction Information Management*, 9780203883631, 1-17. doi: 10.4324/9780203883631
- Felix, R. (2003). A Proposed Taxonomy of Management Systems. [Article]. *Systems Research and Behavioral Science*, 20(1), 21-29. doi: 10.1002/sres.523
- Felzensztein, C., Crick, D., Gonzalez-Perez, M. A., Jurado, T., & Etchebarne Lopez, M. S. (2020). Capabilities and the internationalisation of smaller-sized, service-oriented firms in the southern hemisphere. [Article]. *Journal of Strategic Marketing*. doi: 10.1080/0965254x.2020.1815235
- Guerra Betancourt, K., de Zayas Pérez, M. R., & González Guitián, M. V. (2013). Bibliometric analysis of publications related to innovation projects and their management in Scopus, 2001-2011. [Article]. *Revista Cubana de Informacion en Ciencias de la Salud*, 24(3), 281-294.
- Hamid, S. R., Isa, S., Chew, B. C., & Altun, A. (2019). Quality Management Evolution from the Past to Present: Challenges for Tomorrow. [Article]. *Organizacija*, 52(3), 157-186. doi: 10.2478/orga-2019-0011
- Jurado, J. C. J. (2018). Authority. Conceptual implications in management theories. [Article]. *Cuadernos de Administracion*, 31(56), 81-104. doi: 10.11144/Javeriana.cao.31-56.adcta
- Juran, J. M. (2002). Quality glossary will benefit many [5]. [Letter]. *Quality Progress*, 35(10), 12.
- Obedgiu, V. (2017). Human resource management, historical perspectives, evolution and professional development. [Review]. *Journal of Management Development*, 36(8), 986-990. doi: 10.1108/jmd-12-2016-0267
- Oliveira, R. R., & Martins, H. C. (2019). Project management office performance: Divergence of the perceptions between academic instruction and professional experience. [Article]. *Innovar*, 30(75), 119-134. doi: 10.15446/innovar.v30n75.83261

- Oña-Sinchiguano. (2020). Teoría de la Contingencia y Teoría de Costos en sectores económicos vulnerables. *KOINONIA*, 4(2542–3088), 1–11.
- Ormazabal, M., Rich, E., Sarriegi, J. M., & Viles, E. (2017). Environmental Management Evolution Framework: Maturity Stages and Causal Loops. [Article]. *Organization and Environment*, 30(1), 27-50. doi: 10.1177/1086026615623060
- Paucar-Caceres, A., & Jerardino-Wiesenborn, B. (2020). A bridge for two views: Checkland's soft systems methodology and Maturana's ontology of the observer. [Article]. *Journal of the Operational Research Society*, 71(4), 660-672. doi: 10.1080/01605682.2019.1578629
- Queiroz, M. M., Fosso Wamba, S., Machado, M. C., & Telles, R. (2020). Smart production systems drivers for business process management improvement: An integrative framework. [Article]. *Business Process Management Journal*, 26(5), 1075-1092. doi: 10.1108/bpmj-03-2019-0134
- Shen, W., Hu, D., Günay, E. E., & Okudan Kremer, G. E. (2020). Evolution of supply chain management: A sustainability focused review. [Article]. *International Journal of Sustainable Manufacturing*, 4(2-4), 319-335. doi: 10.1504/ijsm.2020.107131
- Silva, F. P., De Freitas, L. S., Cândido, G. A., Santos, D. B., Santos, D. A. S., & Macedo, L. O. B. (2016). Theoretical models of corporate social responsibility and corporate social performance: An analysis from the decade 1950-2000. [Article]. *Espacios*, 37(2).
- Thaichon, P., Liyanaarachchi, G., Quach, S., Weaven, S., & Bu, Y. (2019). Online relationship marketing: evolution and theoretical insights into online relationship marketing. [Article]. *Marketing Intelligence and Planning*, 38(6), 676-698. doi: 10.1108/mip-04-2019-0232
- Wu, W., Liang, Z., Zhang, Q., & Zhang, H. (2020). Coupling relationships and synergistic mechanisms between technology management capability and technological capability in product innovation: a simulation study. [Article]. *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(9), 1098-1112. doi: 10.1080/09537325.2020.1743261
- Zanon, L., Ulhoa, T., & Espôsto, K. (2020). Performance measurement and lean maturity: congruence for improvement. [Article]. *Production Planning & Control*, 32, 760 - 774. <https://doi.org/10.1080/09537287.2020.1762136>.