

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS
PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ
COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA
GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño
Gráfico

Autora: Valeria Lissette Torres Quishpe

Tutor: Ing. Paola Martínez

Quito , Abril 2015



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos vigentes. Las ideas, y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Valeria Lissette Torres Quishpe

CC 1722637202

CONTRATO CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, de la estudiante Valeria Lissette Torres Quishpe, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le dominará el "CEDENTE", y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector en Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le dominara el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTES.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "Campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos para cuidar la salud e integridad de los trabajadores así como también preservar el medio ambiente en la empresa Ginsberg Ecuador S.A en el norte de Quito.", el cual incluye la creación de la campaña y el manual para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **a)** Por iniciativa y responsabilidad, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administración y de producción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la creación de la campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A. Descrito en la cláusula

anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, etc.). El Cesionario podrá explotar la creación de campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos en la empresa

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

Ginsberg Ecuador S.A por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la ley de Propiedad intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La creación de campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos por cualquier forma o procedimiento; b) la información de desechos farmacéuticos; c) La distribución de la información a los trabajadores de la creación del manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A; d) Cualquier transformación o modificación de la creación de la campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A e) La protección y registro en el IEPI de la manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A a nombre del Cesionario; f) ejercer la protección jurídica de la creación manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A; g) los demás derechos establecidos en la ley de propiedad intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN EL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y diagramación de la creación del manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la creación del manual de desechos farmacéuticos en la empresa Ginsberg Ecuador S.A.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza en título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes se fijan como su domicilio de ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador de Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de



Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetara a lo dispuesto en la Ley Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la ley de Arbitraje y Mediación; b) La partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se compromete a no interponer ningún tipo de recursos en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones de centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 14 días del mes de abril del dos mil quince.

f) _____

C.C.Nº 1722637202

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Quiero Agradecerle a mi Tutora Ing. Paola Martínez por:

Su guía en todo este tiempo, hermanos, amigos por estar siempre conmigo en las buenas y malas.

Y por todas las enseñanzas que me brinda la vida cada día.



DEDICATORIA

Doy gracias en primer lugar a Dios por estar presente en cada paso de mi vida que he dado a lo largo de mi etapa de formación personal y académica.

A mis padres por su apoyo incondicional por haberme educado y encaminado, ya que ellos son el pilar de mi vida y decirles que no deseo defraudarlos en ningún aspecto, los amo y gracias por ser los seres que llenan mi vida de luz y de sueños.

INDICE GENERAL

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| | |
|--|------|
| Titulo | |
| Página | |
| Declaración de Aprobación de Tutor y Lector | i |
| Declaración de Autoría del estudiante | ii |
| Declaración de Sección de Derecho a la Institución | iii |
| Agradecimiento | vi |
| Dedicatoria | vii |
| Índice General | viii |
| Índice Tabla | x |
| Índice Figura | xi |
| Resumen Ejecutivo | xii |
| Abstract | xiii |
| Introducción | xiv |
| Capítulo I | |
| Antecedentes | |
| 1.01 Contexto | 1 |
| 1.02 Justificación | 1 |
| 1.03 Definición del Problema Central (Matriz T) | 2 |
| Capítulo II | |
| Análisis de Involucrados | |
| 2.01 Mapeo de Involucrados | 4 |
| 2.02 Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados | 5 |



Capítulo III

Problemas y Objetivos

| | |
|-------------------------|---|
| 3.01 Árbol de Problemas | 6 |
| 3.02 Árbol de Objetivos | 7 |

Capítulo IV

Análisis de Alternativas

| | |
|--|----|
| 4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones | 8 |
| 4.01.01 Tamaño del proyecto | 9 |
| 4.01.02 Localización de proyecto | 9 |
| 4.01.03 Análisis ambiente | 10 |
| 4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos | 11 |
| 4.03 Diagramas de Estrategias | 12 |
| 4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico | 13 |
| 4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores | 13 |
| 4.04.02 Selección de Involucrados | 17 |
| 4.04.03 Medios de Verificación | 25 |
| 4.04.04 Supuestos | 25 |
| 4.04.05 Matriz de marco lógico | 29 |

Capítulo V

| | |
|--|----|
| 5.01 Antecedentes de la Herramienta de Perfil de la Propuesta Publicitaria | 34 |
| 5.02 Descripción de la Herramienta | 39 |
| 5.03 Formulación del Proceso de Aplicación | 39 |
| 5.03.01 Brief Publicidad | 40 |
| 5.03.02 Problemas Comunicacionales | 40 |



| | | |
|---------------------------------------|--|----|
| 5.03.03 | Objetivos Publicitarios | 40 |
| 5.03.04 | Estrategia Creativa | 41 |
| 5.03.05 | Estrategia de Marketing | 42 |
| 5.03.06 | Plan de Medios | 42 |
| 5.04 | Diseño de las piezas graficas | 43 |
| 5.04.01 | Medio Principal | 43 |
| 5.04.02 | Medio Secundario | 46 |
| 5.04.02 | Medio Auxiliar | 47 |
| 5.05 | Presupuestos | 48 |
| 5.06 | Flow Chart | 50 |
| Capitulo VI | | |
| 6. | Aspectos Administrativos | 51 |
| 6.01 | Recursos | 51 |
| 6.02 | Presupuestos | 52 |
| 6.02.02 | Aplicación del proyecto | 52 |
| 6.03 | Cronograma | 53 |
| Capitulo VII | | |
| Conclusiones y Recomendaciones | | |
| 7.01 | Conclusiones | 54 |
| 7.02 | Recomendaciones | 56 |
| Índice de Tablas | | |
| Tabla 1 | Análisis de Fuerza T | 3 |
| Tabla 2 | Matriz de Análisis de Involucrados | 5 |
| Tabla 3 | Matriz de Análisis de Impacto de objetivos | 11 |



| | |
|---|----|
| Tabla 4 Revisión de los criterios por los indicadores | 13 |
| Tabla 5 Selección de indicadores | 17 |
| Tabla 6 Medios de Verificación | 22 |
| Tabla 7 Medios de Verificación | 26 |
| Tabla 8 Matriz de marco lógico | 29 |
| Tabla 9 Presupuesto de medios | 48 |
| Tabla 10 Presupuestos de producción | 48 |
| Tabla 11 Presupuestos de marketing | 49 |
| Tabla 12 Flow Chart | 50 |
| Tabla 13 Gastos Operacionales | 52 |
| Tabla 14 Aplicación del Proyecto | 52 |
| Tabla 15 Cronograma | 53 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura1 Matriz Involucrados | 5 |
| Figura2 Árbol de Problemas | 6 |
| Figura3 Árbol de Objetivos | 7 |
| Figura4 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones | 8 |
| Figura5 Localización | 10 |
| Figura6 Diagrama de Estrategias | 12 |
| Figura7 Manual | 43 |
| Figura8 Afiche | 46 |
| Figura9 Facebook | 47 |

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto de grado está enfocado a los trabajadores de la empresa Ginsberg Ecuador S.A. al norte de Quito sector Carcelén Industrial ,con la finalidad de informar al Grupo Objetivo sobre el manejo de desechos farmacéuticos y cuidar su salud e integridad, así como también preservar el medio ambiente .

Luego de un estudio investigativo, se ha identificado que existe un desconocimiento del manejo de desechos farmacéuticos, con esta problemática se propone una campaña informativa , cuyo objetivo principal, es que tengan una buena información sobre el manejo de desechos farmacéuticos por medio de un manual , y aportar con el medio ambiente,esto mediante la elaboración de un manual informativo de desechos .

Para ello se implementa la realización de estrategias publicitarias, para difundir mediante la utilización de piezas gráficas en los distintos soportes con los que se cuenta para la difusión de la información.

El proyecto servirá también como aporte a la empresa para que sus trabajadores realicen su trabajo con calidad , eficacia y buen estado de salud .



ABSTRACT

The next following graduation project is focused on enterprise workers Ginsberg Ecuador SA north of Quito Carcelén Industrial Sector, in order to inform the target on managing pharmaceutical waste Group and look after their health and integrity, as well as preserving the environment.

After a research study, we have identified that there is a lack of pharmaceutical waste management with an information campaign this problem is proposed, whose main objective is to have good information on managing pharmaceutical waste by means of a manual, and contribute to the environment, this by developing an information manual waste.

For this, the production of advertising strategies implemented to spread using graphic pieces in different media with which it has for the dissemination of information.

The project will also serve as input to the company so that its employees perform their work with quality, efficiency and good health.



INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de grado está enfocado a los trabajadores de la empresa Ginsberg Ecuador S.A. al norte de Quito sector Carcelén Industrial ,con la finalidad de informar al Grupo Objetivo sobre el manejo de desechos farmacéuticos y cuidar su salud e integridad, así como también preservar el medio ambiente .

Para el proyecto se ha creado una campaña informativa con la intención de fortalecer

la fuente de información de un buen manejo de desechos farmacéuticos y aportar con el

medio ambiente , llegando a obtener el reconocimiento del Grupo Objetivo al cual se enfoca esta campaña y con lo cual se genere un buen uso y manejo de desechos farmacéuticos en la empresa y pueda crecer de una manera óptima .

Capítulo I

Antecedentes

1.01 Contexto

En Pichincha, Cantón Carcelén Industrial ubicado al norte de Quito en la farmacéutica Ginsberg Ecuador S.A .

Se elaboran productos farmacéuticos para consumo humano con el fin de prevenir, aliviar o mejorar el estado de salud de los consumidores .

La producción de estos productos

se elaboran con precaución empezando desde la llegada de materia prima importada de otros países , pasando un proceso de verificación y aprobación para ser parte del producto o medicamento que se lleva a cabo con el respectivo permiso del Ministerio de Salud Pública , posicionado en el mercado por varios años, importando a nivel nacional .

Realizando un uso y manipulación de desechos contaminados.

1.02 Justificación

Campana informativa y manual de desechos farmacéuticos para cuidar la salud e integridad de los trabajadores así como también preservar el medio ambiente en la empresa Ginsberg Ecuador S.A en el norte de Quito.

El peligro de estos desechos causados por un inadecuado manejo hace que los trabajadores expongan su salud y su bienestar ya que son muy tóxicos, podemos causar la vulnerabilidad hacia el medicamento en momentos de refuerzo.

Se incrementara la contaminación del ambiente si no se toma la debida conciencia;

mediante esta Campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos se dispondrá el cambio por los trabajadores.

El Impacto de este proyecto puede ser positivo ya que los trabajadores se Informaran de lo que puede llevar a cabo el mal manejo de desechos tóxicos.

El conocimiento es fundamental para que exista una conciencia personal y grupal; personal porque cada uno cuida su integridad y salud y grupal para el cuidado del medio ambiente. Como seres humanos, concientizar y lograr objetivos que están al alcance de este proyecto.

Ayudará a informar a los trabajadores de dicha empresa su bienestar y mejoría dentro su jornada laboral y lograr un buen resultado.

1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

Campaña informativa y manual de desechos farmacéuticos para cuidar la salud e integridad de los trabajadores así como también preservar el medio ambiente en la empresa Ginsberg Ecuador S.A en el norte de Quito.

Tabla 1

Análisis de Fuerzas T

| Situación Empeorada | Situación Actual | | | | Situación Mejorada |
|--|--|----|---|----|--|
| Aumento de contaminación en el medio Ambiente. | Inadecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | | | | Desarrollar un manual informativo para cuidar la salud de los trabajadores y ser partícipes responsables del medio ambiente. |
| Fuerzas impulsadoras | I | PC | I | PC | Fuerzas Bloqueadoras |
| Comunicar el adecuado manejo de desechos farmacéuticos. | 3 | 5 | 4 | 3 | Inadecuada información sobre manejo de desechos farmacéuticos. |
| Capacitar al personal sobre el uso de desechos farmacéuticos y concientización para el cuidado del medio ambiente. | 3 | 4 | 4 | 5 | Personal no capacitado para el uso de desechos farmacéuticos. |
| Adquirir suficientes recipientes para el uso adecuado de desechos contaminados y no contaminados. | 2 | 5 | 4 | 5 | Insuficientes recipientes para un mejor orden de desechos contaminados y no contaminados |
| Departamento de Seguridad Industrial | 2 | 4 | 4 | 5 | Políticas y normas no se encuentran en regla |

Elaborado por : Valeria Torres

Capítulo II

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados

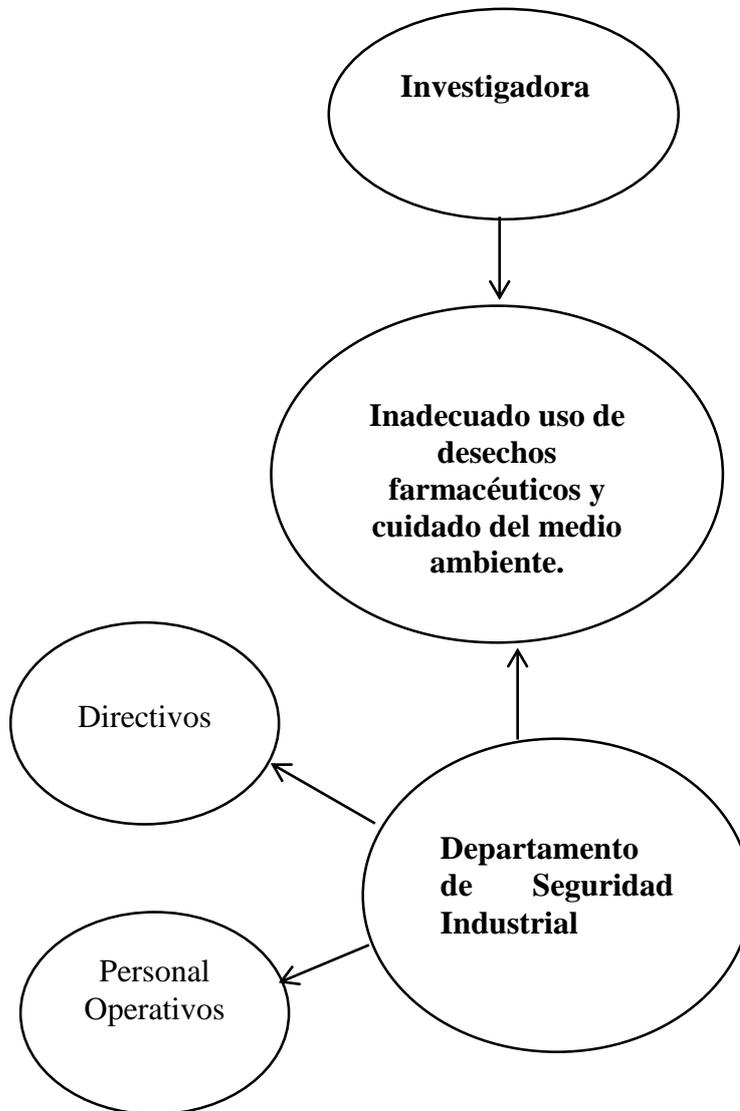


Figura N° 1 Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Valeria Torres



2.02 Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados

Tabla 2

Matriz de Análisis de Involucrados

| Involucrados | Interesados en el problema | Problemas percibidos | Recursos, y mandatos | Interés del proyecto | Conflicto y cooperación |
|---|--|---|--|--|---|
| Investigadora | Ofrecer una solución para contrarrestar el desconocimiento del manejo de desechos farmacéuticos. | Desinterés por parte de los involucrados. | Inversión económica. | Disminuir el índice de desconocimiento del manejo de desechos farmacéuticos. | Tiempo insuficiente. |
| Departamento de seguridad industrial | Ofrecer una solución para contrarrestar el problema y comunicar el adecuado manejo de desechos farmacéuticos | Desinterés por parte de los involucrados | Los recursos a prestarse son creativos | Disminuir el índice de contaminación hacia el Medio Ambiente | El inadecuado uso de desechos farmacéuticos provoca, aumento de contaminación del medio ambiente. |

Elaborado por: Valeria Torres

Capítulo III

Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas

EFFECTOS

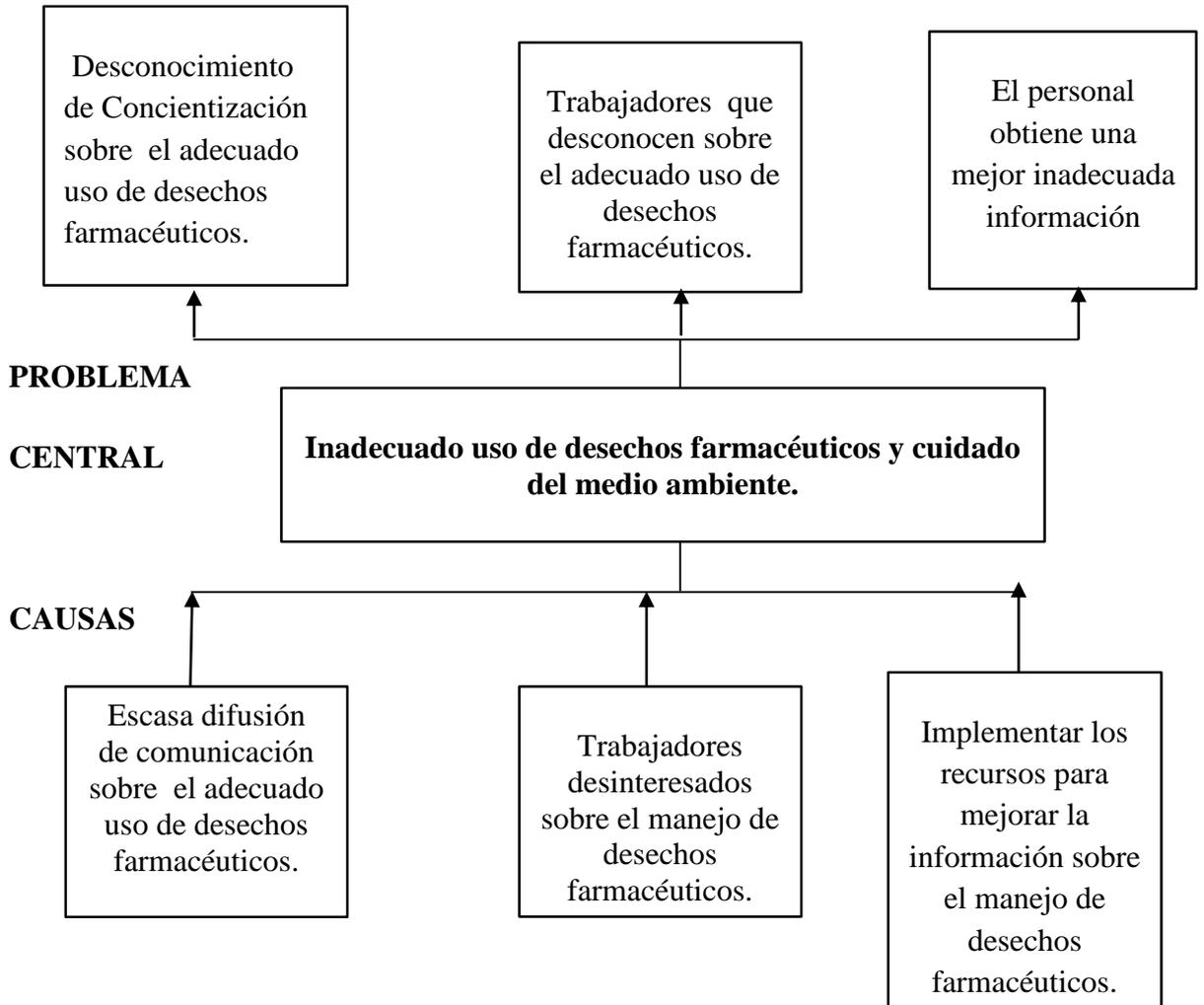


Figura N° 2 Árbol de Problemas

Elaborado por: Valeria Torres

3.02 Árbol de Objetivos

EFFECTOS POSITIVOS

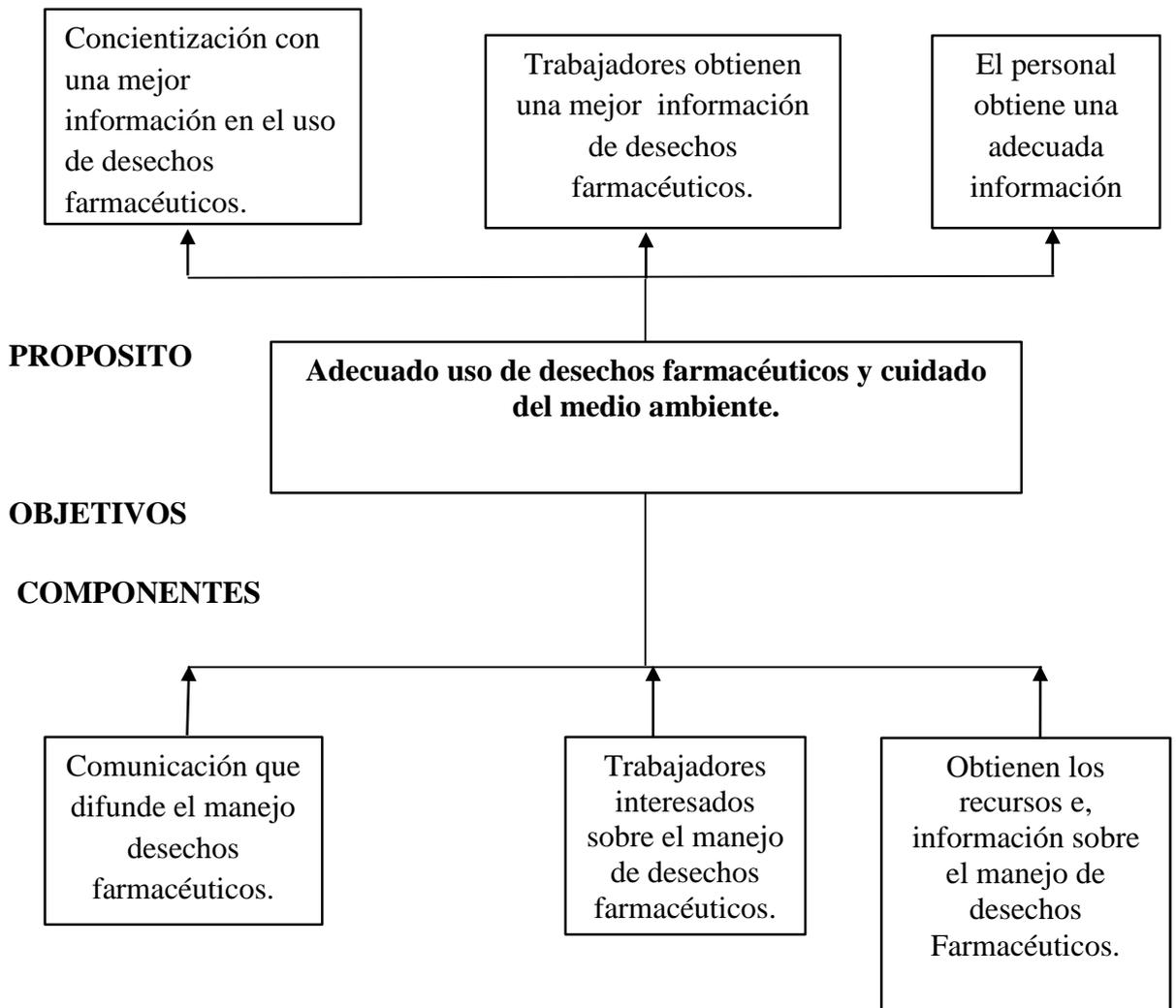


Figura N° 3 Árbol de Objetivos

Elaborado por: Valeria Torres

Capítulo IV

Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

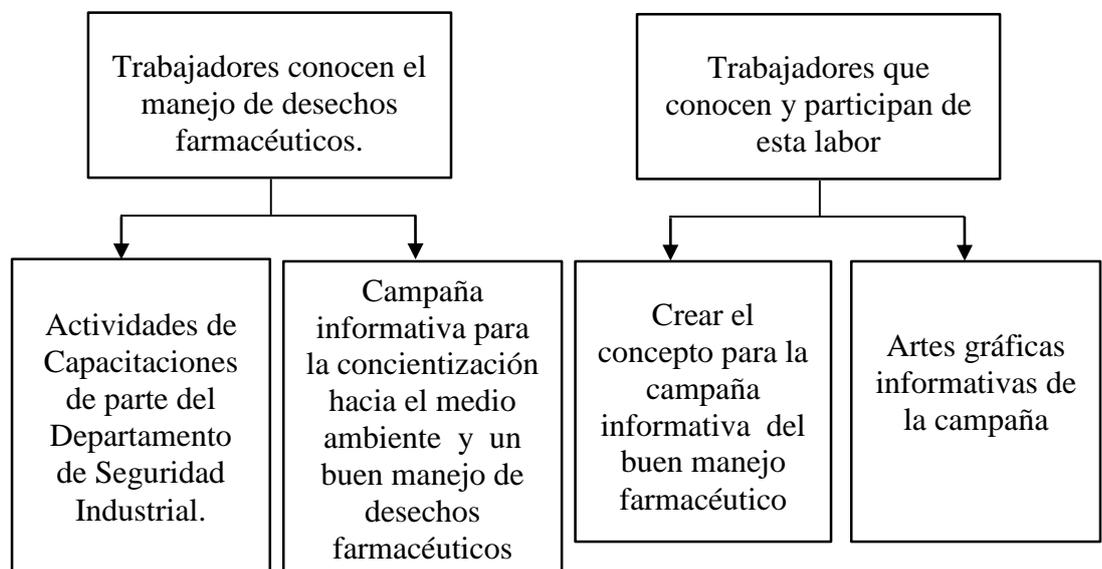


Figura N° 4 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

Elaborado por: Valeria Torres

4.01.01 Tamaño del proyecto.

Este proyecto va dirigido al tema Energía y Cambio Climático los resultados para este proyecto es el logro de una concientización y aplicación del manejo de desechos farmacéuticos tiene el propósito de fortalecer el conocimiento del uso adecuado en los trabajadores del norte de Quito, y de rescatar al medio ambiente en la empresa farmacéutica Ginsberg Ecuador S.A y esto se logrará realizando el manual con su campaña informativa. Este problema de concientización tendrá un cambio drástico por el bienestar de todos los trabajadores y el medio ambiente.

El producto busca llegar a un segmento enfocado y conformado con los trabajadores, con un nivel socioeconómico medio. Por lo que se presenta alternativas y variedad dentro de la producción laboral con la intención de permanecer dentro de una concientización positiva.

4.01.02 Localización del proyecto.

La empresa farmacéutica Ginsberg Ecuador S.A región Sierra al norte del país, en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito, parroquia Carcelén, Antonio Castillo N77 y Juan Barrezueta donde se produce medicamentos para el consumo humano.



Figura N° 5 Localización

Elaborado por: Valeria Torres

4.01.03 Análisis ambiental.

El Ecuador manifiesta la importancia del cuidado del medio ambiente, por lo cual en la Constitución de La Republica manifiesta el siguiente: “**Art. 14** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay.” Constitución de La Republica, Art. 14 pág. 24, 2014.

El daño que causara los materiales que se utilizara para realizar mi campaña y manual, como papel, cartón, impresiones. El papel ya que contamina el medio ambiente por los químicos que usa para blanquear el papel y los gases que expiden las fabricas a la atmosfera.

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3

Matriz de Análisis de Impacto de los objetivos

| Objetivos | Impacto sobre el propósito | Factibilidad Técnica | Factibilidad Financiera | Factibilidad Social | Factibilidad Política | Total | Categoría |
|--|----------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-------|-----------|
| Comunicación que difunde el manejo de desechos farmacéuticos. | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | Alta |
| Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos farmacéuticos. | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 18 | Alta |
| Obtienen los recursos e información sobre el manejo de desechos farmacéuticos. | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | Alta |

Elaborado por: Valeria Torres

4.03 Diagrama de Estrategias

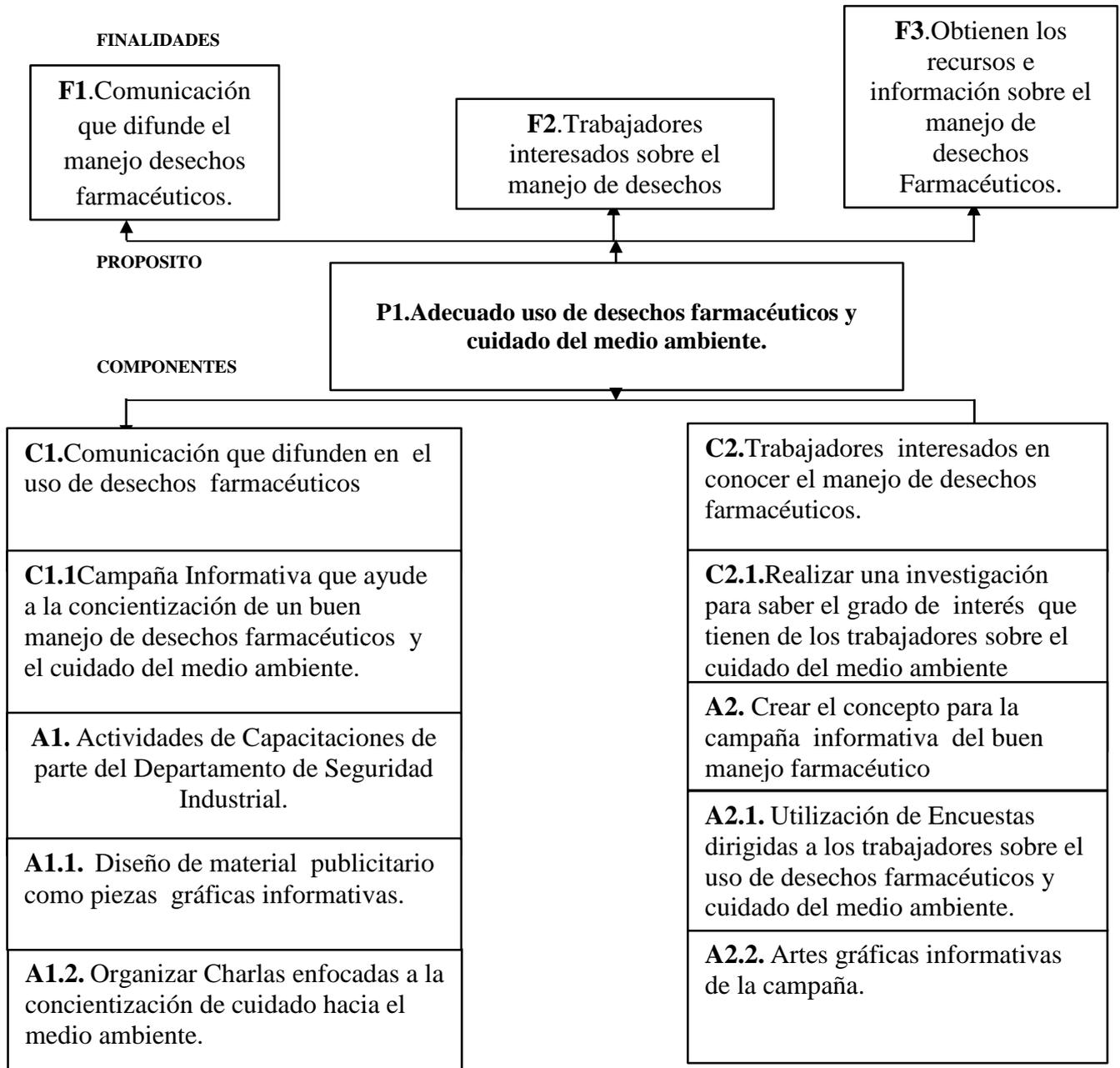


Figura N° 6 Diagrama de Estrategias

Elaborado por: Valeria Torres

4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.

Tabla 4

Revisión de los criterios para los indicadores

| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | |
|-----------|--|---|----------|---------|---------|----------------------------|---|
| | | | CANTIDAD | CALIDAD | TIEMPO | LUGAR | GRUPO SOCIAL |
| FIN | F1. Comunicación que difunde el manejo desechos farmacéuticos. | Incrementar un 30% el conocimiento desechos farmacéuticos. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | F2. Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos | Incrementar en un 30% el interés de los trabajadores tendrá un adecuado uso de desechos farmacéuticos. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | F3. Obtienen los recursos e información sobre el manejo de Desechos Farmacéuticos. | Conocer el 40% de los trabajadores para que concientice el cuidado hacia el medio ambiente. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| PROPOSITO | P1. Adecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | Persuadir al 60% de los trabajadores al Norte de Quito a que conozca más del uso y cuidado del medioambiente. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | |
|------------|--|---|----------|---------|---------|----------------------------|---|
| | | | CANTIDAD | CALIDAD | TIEMPO | LUGAR | GRUPO SOCIAL |
| COMPONENTE | C1.Comunicación que difunden en el uso de desechos farmacéuticos | Incremento de la información en un 40% sobre el manejo de desechos farmacéuticos | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | C1.1 Campaña Informativa que ayude a la concientización de un buen manejo de desechos farmacéuticos y el cuidado del medio ambiente. | Mantener la información en un 50% que obtenga una buena comunicación hacia los trabajadores | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | C2.Trabajadores interesados en conocer el manejo de desechos farmacéuticos. | El 25% de los departamentos dentro de la empresa apoyará al desarrollo de la campaña | 2 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | C2.1.Realizar una investigación para saber el grado de interés que tienen de los trabajadores sobre el cuidado del medio ambiente | Difundir en un 40% como se mantiene la información en los trabajadores del Norte de Quito | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | |
|-------------|---|--|----------|---------|---------|----------------------------|---|
| | | | CANTIDAD | CALIDAD | TIEMPO | LUGAR | GRUPO SOCIAL |
| ACTIVIDAD I | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Persuadir al 35% de los trabajadores sobre la Campaña informativa. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | A1.1. Diseño de material publicitario como piezas gráficas informativas. | El 30% de los trabajadores que están interesados en el manejo de desechos farmacéuticos. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | A1.2. Organizar Charlas enfocadas a la concientización de cuidado hacia el medio ambiente. | Enseñar al 30% de los trabajadores de desechos farmacéuticos. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | |
|-------------|--|--|----------|---------|---------|----------------------------|---|
| | | | CANTIDAD | CALIDAD | TIEMPO | LUGAR | GRUPO SOCIAL |
| ACTIVIDAD 2 | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Comunicar al 25% de los trabajadores de la campaña informativa. | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | A2.1. Utilización de Encuestas dirigidas a los trabajadores sobre el uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | 50% de los resultados de las encuestas hechas a los trabajadores al norte de Quito | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18 a 50 años del norte de Quito |
| | A2.2. Artes gráficas informativas de la campaña. | El 40% de los trabajadores que serán persuadidas por las piezas informativas | 100 | Óptima | 6 meses | Norte de Quito Carcelén | Personas de 18a 50 años del norte de Quito |

Elaborado por: Valeria Torres

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



4.04.02 Selección de indicadores.

Tabla 5

Selección de indicadores

A: Es claro – **B:** Existe información disponible – **C:** Es tangible observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no quiere expertos

E: Es representativo



| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADOR | META | | | | | PUNTAJE | SELECCIÓN |
|-----------|--|--|------|---|---|---|---|---------|-----------|
| | | | A | B | C | D | E | | |
| FIN | F1. Comunicación que difunde el manejo de desechos farmacéuticos. | Incrementar un 30% el conocimiento de desechos farmacéuticos. | x | x | x | x | x | 20 | ALTO |
| | F2. Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos | Incrementar en un 30% el interés de los trabajadores para un adecuado uso de desechos farmacéuticos. | x | - | x | x | x | 15 | MEDIO |
| | F3. Obtienen los recursos e información sobre el manejo de Desechos Farmacéuticos. | Conocer el 40% de los trabajadores para que concientice el cuidado hacia el medio ambiente. | x | x | x | x | x | 20 | ALTO |
| PROPOSITO | P1. Adecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente | Persuadir al 60% de los trabajadores al Norte de Quito a que conozca más del uso y cuidado del medio ambiente. | x | x | - | x | x | 15 | MEDIO |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | | PUNTAJE | SELECCIÓN |
|------------|--|---|------|---|---|---|---|---------|-----------|
| | | | A | B | C | D | E | | |
| COMPONENTE | C1.Comunicación que difunden en el uso de desechos farmacéuticos | Incremento de la información en un 40% sobre el manejo de desechos farmacéuticos | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |
| | C1.1.Campaña Informativa que ayude a la concientización de un buen manejo de desechos farmacéuticos y el cuidado del medio ambiente. | Mantener la información en un 50% que obtenga una buena comunicación hacia los trabajadores | x | x | x | x | x | 20 | ALTO |
| | C2.Trabajadores interesados en conocer el manejo de desechos farmacéuticos. | El 25% de los departamentos dentro de la empresa apoyará al desarrollo de la campaña | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |
| | C2.1.Realizar una investigación para saber el grado de interés que tienen de los trabajadores sobre el cuidado del medio ambiente | Difundir en un 40% como se mantiene la información en los trabajadores del Norte de Quito | x | x | x | x | x | 20 | ALTO |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | | PUNTAJE | SELECCIÓN |
|-------------|---|--|------|---|---|---|---|---------|-----------|
| | | | A | B | C | D | E | | |
| ACTIVIDAD 1 | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Persuadir al 35% de los trabajadores sobre la Campaña informativa. | x | x | x | x | - | 15 | MEDIO |
| | A1.1. Diseño de material publicitario como piezas gráficas informativas. | El 30% de los trabajadores que están interesados en el manejo de desechos farmacéuticos. | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |
| | A1.2. Organizar Charlas enfocadas a la concientización de cuidado hacia el medio ambiente. | Enseñar al 30% de los trabajadores de desechos farmacéuticos. | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | META | | | | | PUNTAJE | SELECCIÓN |
|-------------|--|--|------|---|---|---|---|---------|-----------|
| | | | A | B | C | D | E | | |
| ACTIVIDAD 2 | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Comunicar al 25% de los trabajadores de la campaña informativa. | x | x | - | x | x | 15 | MEDIO |
| | A2.1. Utilización de Encuestas dirigidas a los trabajadores sobre el uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | 50% de los resultados de las encuestas hechas a los trabajadores al norte de Quito | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |
| | A2.2. Artes gráficas informativas de la campaña. | El 40% de los trabajadores que serán persuadidas por las piezas informativas | x | x | x | - | x | 15 | MEDIO |

Elaborado por: Valeria Torres

4.04.03 Medios de verificación.

Tabla 6

Medios de Verificación

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|-----------|--|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable |
| FIN | F1. Comunicación que difunde el manejo de desechos farmacéuticos. | Incrementar un 30% el conocimiento de desechos farmacéuticos. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador |
| | F2. Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos | Incrementar en un 30% el interés de los trabajadores tendrá un adecuado uso de desechos farmacéuticos. | Primaria | Observación | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador |
| | F3. Obtienen los recursos e información sobre el manejo de Desechos Farmacéuticos. | Conocer el 40% de los trabajadores para que concientice el cuidado hacia el medio ambiente. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador |
| PROPOSITO | P1. Adecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | Persuadir al 60% de los trabajadores al Norte de Quito a que conozca más del uso y cuidado del medio ambiente. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|------------|--|---|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable |
| COMPONENTE | C1.Comunicación que difunden en el uso de desechos farmacéuticos | Incremento de la información en un 40% sobre el manejo de desechos farmacéuticos | Primaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |
| | C1.1 Campaña Informativa que ayude a la concientización de un buen manejo de desechos farmacéuticos y el cuidado del medio ambiente. | Mantener la información en un 50% que obtenga una buena comunicación hacia los trabajadores | Primaria | Encuesta | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador |
| | C2.Trabajadores interesados en conocer el manejo de desechos farmacéuticos. | El 25% de los departamentos dentro de la empresa apoyará al desarrollo de la campaña | Primaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |
| | C2.1.Realizar una investigación para saber el grado de interés que tienen de los trabajadores sobre el cuidado del medio ambiente | Difundir en un 40% como se mantiene la información en los trabajadores del Norte de Quito | Primaria | Encuesta | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|---|--|------------|------------------------|---|--|---------------------------|--------------|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable |
| | | | ACTIVIDAD 1 | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Persuadir al 35% de los trabajadores sobre la Campaña informativa. | Segundaria | Observación |
| A1.1. Diseño de material publicitario como piezas gráficas informativas. | El 30% de los trabajadores que están interesados en el manejo de desechos farmacéuticos. | Segundaria | | Observación | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador |
| A1.2. Organizar Charlas enfocadas a la concientización de cuidado hacia el medio ambiente. | Enseñar al 30% de los trabajadores de desechos farmacéuticos. | Primaria | | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|-------------|--|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable |
| ACTIVIDAD 2 | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Comunicar al 25% de los trabajadores de la campaña informativa. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |
| | A2.1. Utilización de Encuestas dirigidas a los trabajadores sobre el uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | 50% de los resultados de las encuestas hechas a los trabajadores al norte de Quito | Primaria | Encuestas | Cuantitativo | Cada 6 meses | Investigador |
| | A2.2. Artes gráficas informativas de la campaña. | El 40% de los trabajadores que serán persuadidas por las piezas informativas | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador |

Elaborado por: Valeria Torres

4.04.04 Supuestos.

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



Tabla 7

Medios de Verificación

| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | SUPUESTOS | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|-----------|--|--|------------------------|----------|--------|-----------|-------|
| | | | Financiero | Político | Social | Ambiental | Legal |
| FIN | F1. Comunicación que difunde el manejo desechos farmacéuticos. | Trabajadores desinteresados en conocer el manejo desechos farmacéuticos. | x | x | x | x | - |
| | F2. Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos | Insuficiente información acerca del tema | - | - | x | x | - |
| | F3. Obtienen los recursos e información sobre el manejo de Desechos Farmacéuticos. | Inadecuado uso de desechos farmacéuticos. | x | x | - | x | - |
| PROPOSITO | P1. Adecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | Escases de interés de los trabajadores por el medio ambiente | x | x | x | x | - |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | SUPUESTOS | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|------------|---|--|------------------------|----------|--------|-----------|-------|
| | | | Financiero | Político | Social | Ambiental | Legal |
| COMPONENTE | C1. Comunicación que difunden en el uso de desechos farmacéuticos | El espacio determinado para la difusión del tema | x | - | x | x | - |
| | C1.1 Campaña Informativa que ayude a la concientización de un buen manejo de desechos farmacéuticos y el cuidado del medio ambiente. | Insuficiente material informativo | - | - | x | - | - |
| | C2. Trabajadores interesados en conocer el manejo de desechos farmacéuticos. | Insuficiente recursos | x | x | x | x | - |
| | C2.1. Realizar una investigación para saber el grado de interés que tienen de los trabajadores sobre el cuidado del medio ambiente | Desinterés total del cuidado del medio ambiente | - | - | x | x | - |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | SUPUESTOS | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|-------------|--|--|------------------------|----------|--------|-----------|-------|
| | | | Financiero | Político | Social | Ambiental | Legal |
| ACTIVIDAD 1 | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Ausencia difunde al tiempo destinado | x | - | x | - | - |
| | A1.1. Diseño de material publicitario como piezas gráficas informativas. | Insuficientes piezas gráficas | x | - | - | - | - |
| | A1.2. Organizar Charlas enfocadas a la concientización de cuidado hacia el medio ambiente. | Desinterés de los trabajadores por participar en estas charlas | x | - | x | x | - |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | SUPUESTOS | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | |
|-------------|--|---|------------------------|----------|--------|-----------|-------|
| | | | Financiero | Político | Social | Ambiental | Legal |
| ACTIVIDAD 2 | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Información confusa | x | - | x | - | - |
| | A2.1. Utilización de Encuestas dirigidas a los trabajadores sobre el uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | Encuestas mal direccionadas al grupo objetivo | x | - | - | - | - |
| | A2.2. Artes gráficas informativas de la campaña. | Desinterés de los trabajadores por la información . | x | - | x | x | - |

Elaborado por: Valeria Torres

4.04.05 Matriz de marco lógico.

Tabla 8

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



Matriz de marco lógico

| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | | SUPUESTOS |
|-----------|--|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|--|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable | |
| FIN | F1. Comunicación que difunde el manejo desechos farmacéuticos. | Incrementar un 30% el conocimiento desechos farmacéuticos. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador | Trabajadores desinteresados en conocer el manejo desechos farmacéuticos. |
| | F2. Trabajadores interesados sobre el manejo de desechos | Incrementar en un 30% el interés de los trabajadores tendrá un adecuado uso de desechos farmacéuticos. | Primaria | Observación | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador | Insuficiente información acerca del tema |
| | F3. Obtienen los recursos e información sobre el manejo de Desechos Farmacéuticos. | Conocer el 40% de los trabajadores para que concientice el cuidado hacia el medio ambiente. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador | Inadecuado uso de desechos farmacéuticos. |
| PROPOSITO | P1. Adecuado uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | Persuadir al 60% de los trabajadores al Norte de Quito a que conozca más del uso y cuidado del medio ambiente. | Primaria | Encuesta | Cuantitativo | Una vez al año | Investigador | Escases de interés de los trabajadores por el medio ambiente |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | | SUPUESTOS |
|------------|--|---|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|--|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable | |
| COMPONENTE | C1.Comunicación que difunden en el uso de desechos farmacéuticos | Incremento de la información en un 40% sobre el manejo de desechos farmacéuticos | Primaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | El espacio determinado para la difusión del tema |
| | C1.1 Campaña Informativa que ayude a la concientización de un buen manejo de desechos farmacéuticos y el cuidado del medio ambiente. | Mantener la información en un 50% que obtenga una buena comunicación hacia los trabajadores | Primaria | Encuesta | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador | Insuficiente material informativo |
| | C2.Trabajadores interesados en conocer el manejo de desechos farmacéuticos. | El 25% de los departamentos dentro de la empresa apoyará al desarrollo de la campaña | Primaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Insuficiente recursos |
| | C2.1.Realizar una investigación para saber el grado de interés que tienen de los trabajadores sobre el cuidado del medio ambiente | Difundir en un 40% como se mantiene la información en los trabajadores del Norte de Quito | Primaria | Encuesta | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Desinterés total del cuidado del medio ambiente |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | | SUPUESTOS |
|-------------|--|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|--|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable | |
| ACTIVIDAD 1 | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Persuadir al 35% de los trabajadores sobre la Campaña informativa. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Ausencia difunde al tiempo destinado |
| | A1.1. Diseño de material publicitario como piezas gráficas informativas. | El 30% de los trabajadores que están interesados en el manejo de desechos farmacéuticos. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Cada 6 meses | Investigador | Insuficientes piezas gráficas |
| | A1.2. Organizar Charlas enfocadas a la concientización de cuidado hacia el medio ambiente. | Enseñar al 30% de los trabajadores de desechos farmacéuticos. | Primaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Desinterés de los trabajadores por participar en estas charlas |
| | A1. Actividades de Capacitaciones de parte del Departamento de Seguridad Industrial | Persuadir al 35% de los trabajadores sobre la Campaña informativa. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Ausencia difunde al tiempo destinado |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



| NIVEL | RESUMEN | INDICADOR | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | | | | | SUPUESTOS |
|-------------|--|--|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------------|--------------|---|
| | | | Fuente de Información | Método de Recolección | Método de Análisis | Frecuencia de Recolección | Responsable | |
| ACTIVIDAD 2 | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Comunicar al 25% de los trabajadores de la campaña informativa. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Información confusa |
| | A2.1. Utilización de Encuestas dirigidas a los trabajadores sobre el uso de desechos farmacéuticos y cuidado del medio ambiente. | 50% de los resultados de las encuestas hechas a los trabajadores al norte de Quito | Primaria | Encuestas | Cuantitativo | Cada 6 meses | Investigador | Encuestas mal direccionadas al grupo objetivo |
| | A2.2. Artes gráficas informativas de la campaña. | El 40% de los trabajadores que serán persuadidos por las piezas informativas | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Desinterés de los trabajadores por la información . |
| | A2. Crear el concepto para la campaña informativa del buen manejo farmacéutico | Comunicar al 25% de los trabajadores de la campaña informativa. | Secundaria | Observación | Cualitativo | Una vez al año | Investigador | Información confusa |

Elaborado por: Valeria Torres

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

Capítulo V

La Propuesta

5.01 Antecedentes de la Herramienta del Perfil de la Propuesta Publicitaria

El presente proyecto es el primero en la realización de una campaña publicitaria con la temática de un adecuado manejo de desechos farmacéuticos, el cuidado del medio ambiente y como soporte de la información un manual de la empresa Ginberg S.A , ubicada en el sector norte de Quito.

La misma que pertenece al área publicitaria la cual mediante su manejo nos ayuda a poder realizar la campaña.

Área publicitaria

La publicidad es la comunicación impersonal masiva pagada por un anunciante la cual nos permite persuadir, informar y recordar al grupo objetivo. De acuerdo con su estructura cuenta con una etapa de mantenimiento, la cual se encarga de convencer mediante la repetición de mensajes, teniendo en cuenta el posicionamiento y lugar que ocupa una marca.

Proceso de comunicación:

El emisor.- es el cliente, director gráfico y empresas.

El mensaje.- es la idea creativa, artes gráficas e imágenes.

El medio.- son los lugares los cuales permiten transmitir la idea creativa así como ATL (Above the line) que quiere decir sobre la línea, a los cuales corresponden los medios convencionales como son prensa, radio y televisión. BTL (Below the line) significa bajo la línea, corresponde a los medios alternativos que permiten que el grupo objetivo participe con la marca y cree su propia experiencia como vallas, banners, afiches, flyers, rol up e internet. TTL (Through the line) que es a través de la línea que es la publicidad híbrida, corresponde a la publicidad que se encuentra complementada entre ATL y BTL.

El perceptor.- divide en: consumidor real, quien es el que conoce la marca y sabe lo que consume y consumidor potencial, quien es el que no conoce sobre marcas.

Feedback.- es la retroalimentación que existe con el adecuado manejo del proceso de comunicación con el grupo objetivo.

Como siguiente proceso es importante conocer también que es un brief:

El brief

Es una comunicación básica que permite obtener toda la información y antecedentes de la empresa para poder realizar una campaña publicitaria.

El brief publicitario.- consiste en la descripción detallada del grupo objetivo, determinamos el género, edad, ubicación geográfica, nivel socioeconómico y ocupación, para saber a qué grupo enfocar la campaña publicitaria.

Determinar problemas comunicacionales, objetivos publicitarios

- a) Información
- b) Persuasión
- c) Posicionamiento
- d) Mantenimiento

Matriz de análisis F.O.D.A.

En este punto realizamos un análisis interno y externo en el cual en el análisis interno identificamos las fortalezas y debilidades de lo sé está realizando y en el análisis externo identificamos las oportunidades y amenazas.

Estrategia creativa

Esta consiste de seis pasos que son:

- 1) Determinar el beneficio racional o emocional acorde a lo que se desea transmitir en la campaña publicitaria.
- 2) Mensaje Básico
- 3) Tono
- 4) Estilo
- 5) Insight
- 6) Reason why
- 7) Eje de campaña
- 8) Slogan de campaña

Estrategias de Marketing

Plaza Directa

- Estrategia
- Objetivo
- Acción

Promoción

- Estrategia
- Objetivo
- Acción

Plan de Medios

1. Medio principal
2. Medio secundario
3. Medio auxiliar

Presupuestos

- TOTAL Presupuesto de Medios
- TOTAL Presupuesto de Producción
- TOTAL Presupuesto de Marketing
- TOTAL

Componentes y técnicas para realizar un BTL publicitario

Componentes:

1. **Proximidad.-** llegar lo más cerca posible al grupo objetivo.
2. **Exclusividad.-** llegar donde no hay competencia.
3. **Invisibilidad.-** Regular la marca en segundo plano.
4. **Impresibilidad.-** seleccionar a los consumidores de forma desprevénida generando impacto.

Técnicas:

1. **Instrucción.-** utilización de lugares y objetos como portadores del mensaje.
2. **Transformación.-** alteración física en la marca con la utilización de hipérbola.
3. **Instalación.-** acción de instalar tridimensionales.
4. **Ilusión.-** comunicación que diferencia la realidad.
5. **Infiltración.-** personas que entran a un lugar.
6. **Sensación.-** información transmitida a través de degustaciones.
7. **Trucos.-** hazañas que se realiza para llegar al grupo objetivo

Publicidad 360

Se utiliza para llegar a la mayoría del target con la utilización de ATL y BTL, en la campaña publicitaria del adecuado manejo de desechos farmacéuticos de la empresa Ginsberg es fundamental realizarlo.

Ya que ayudará a que los artes tengan la misma idea, cada medio estará conectado y enlazado transmitiendo el mensaje, para llegar al grupo objetivo en su medio ambiente y entorno.

5.02 Descripción de la Herramienta

En el proceso para la elaboración del presente proyecto se utilizó las cuentas como herramienta de recolección de datos y el software para diseñar las piezas graficas fueron:

Adobe Ilustrador.- para realizar el diseño de las ilustraciones del manual informativo.

Adobe Photoshop.- para los retoques de las ilustraciones

Adobe Indesign.- para el desarrollo de la maquetación del manual informativo.

5.03 Formulación del Proceso de Aplicación

El brief publicitario

Ginsberg S.A , es una empresa que se encuentra inmersa en el sector de la salud específicamente en la industria farmacéutica que se encarga de la elaboración y producción de productos farmacéuticos orientados a satisfacer necesidades específicas del mercado.

Determinar problemas comunicacionales, objetivos publicitarios

Información.- Los trabajadores desconocen sobre el adecuado manejo de desechos farmacéuticos.

Persuasión.- La información sobre el adecuado manejo de los desechos no es reconocido por el grupo objetivo

Posicionamiento.- es nulo

Mantenimiento.- el mensaje no es recordado por el grupo objetivo.

Objetivos publicitarios

Información.- Informar el adecuado manejo de desechos farmacéuticos.

Persuasión.- Convencer al grupo objetivo de los beneficios que nos brinda la información que contiene el manual.

Posicionamiento.- Resaltar la información del adecuado manejo de desechos en el afiche.

Mantenimiento.- Publicar en el fan page de Facebook soportes gráficos actualizados de interés.

Estrategia creativa

- 1) **Beneficio racional:** Protección
- 2) **Mensaje Básico:** proteger tu vida es lo primero
- 3) **Tono:** indiferente
- 4) **Estilo:** semiformal
- 5) **Insight:** Seguridad
- 6) **Reason why:**

Beneficio racional: en el beneficio elegido se maneja la protección porque la campaña se encuentra enfocada a los trabajadores.

Mensaje Básico: se maneja este concepto ya que concientiza al grupo objetivo a proteger su integridad.

Tono: porque se diferencia de los demás.

Estilo: ya que la campaña se va a promover en un lugar de trabajo en el mismo que existen normas a seguir.

Insight: es la personalidad de la campaña para representar más fuerza en todo el concepto que se va a manejar.

- 7) **Eje de campaña:** Personal preparado y seguro

8) Slogan de campaña: Protégete

Estrategias de Marketing

Plaza Directa

- **Estrategia:** Ubicar la campaña informativa en la entrada principal de la empresa y lugares más concurridos.
- **Objetivo:** Incrementar el conocimiento de la información expuesta.
- **Acción:** Instalar las piezas graficas junto a la recepción, para un fácil acceso a la información.

Promoción

- **Estrategia:** El trabajador se informe del adecuado manejo de los desechos con la entrega del manual.
- **Objetivo:** Que se conozca y se ponga en práctica el contenido del manual.
- **Acción:** Proporcionar un bono trimestral por el tiempo de un año a los trabajadores que apliquen las indicaciones sobre el adecuado manejo de los desechos farmacéuticos que se mencionan en el manual.

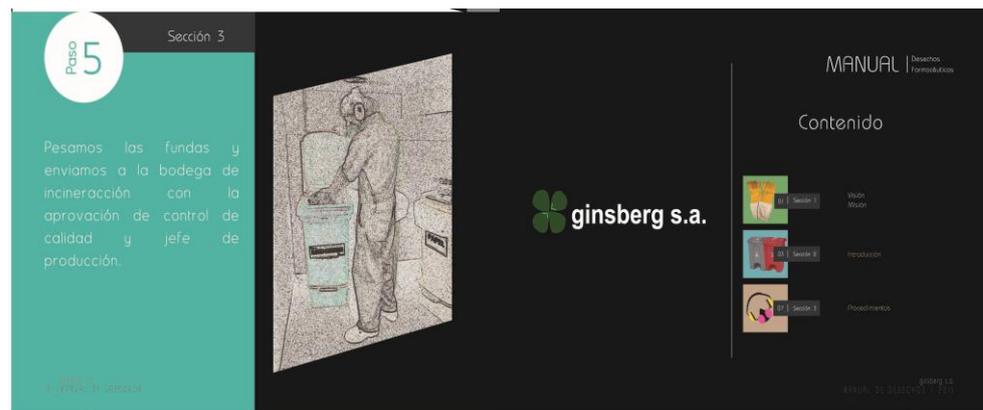
Plan de Medios

1. **Medio principal:** Manual informativo
2. **Medio secundario:** Afiche
3. **Medio auxiliar:** Fan Page Facebook

5.04 Diseño de las piezas gráficas:

1. Medio principal: manual

Diagramación Portada y Contraportada:



CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

| | | |
|--|----------------------|--|
| Sección 2 | | Sección 2 |
| Segregación de Desechos Farmacéuticos | Bolsa roja: | Residuos farmacéuticos ya sean excedentes, derramados, vencidos o contaminados. |
| | Incineración: | Reducir el volumen de contaminación ambiental mediante un buen proceso. Los incineradores deben contar con el equipo adecuado. |
| EMPRESA GINSBERG S.A. / MANUAL DE DESECHOS | | EMPRESA GINSBERG S.A. / MANUAL DE DESECHOS |

Cumpliendo con estos parámetros aportamos grandes acciones para la conservación del medio ambiente.

¡PROTÉGETE!

| | | | |
|--|--|-----------|--|
| | Paso 3 | Sección 3 | Paso 4 |
| | Identificamos que tipo de residuo o desecho vamos a depositar. | | Desechamos en el recipiente adecuado. |
| | | | EMPRESA GINSBERG S.A. / MANUAL DE DESECHOS |

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.



AIDA:

El manual como principal medio se encuentra estructurado de tal manera que llame la atención al Grupo Objetivo que va dirigido. Compuesto por elementos que causa interés y genera inquietud para ser leído, cumpliendo con nuestro objetivo.

Figura N°7: Manual

Elaborado por: Valeria Torres

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

2. Medio secundario: Afiche



Figura N°8: Afiche

Elaborado por: Valeria Torres

AIDA:

Como estrategia creativa se colocó una titular que llama la atención y genera interés al grupo objetivo, para posterior formar un deseo en la mente de los mismos y así finalizar con la acción que es poner en práctica los procedimientos.

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

3. Medio auxiliar: Fan Page Facebook



AIDA:

Para complementar la estrategia y generar una retroalimentación se utilizó como herramienta el Facebook y así crear más atención, ya que nuestro grupo objetivo en su gran mayoría utiliza este medio para comunicarse.

Figura N°9: Facebook

Elaborado por: Valeria Torres

CAMPAÑA INFORMATIVA Y MANUAL DE DESECHOS FARMACÉUTICOS PARA CUIDAR LA SALUD E INTEGRIDAD DE LOS TRABAJADORES ASÍ COMO TAMBIÉN PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA EMPRESA GINSBERG ECUADOR S.A EN EL NORTE DE QUITO.

5.05 Presupuestos

Tabla 9

a) Presupuesto de medios:

Medio Principal – Manual Informativo

| MANUAL | FORMATO | VALOR INDIVIDUAL | ANUAL | TOTAL IMPRESOS | INVERSIÓN TOTAL |
|----------------------------|---------|------------------|-------|----------------|-----------------|
| Manual Interno | A6 | 5.00 USD | 1 | 100 | 500.00 USD |
| Total de Inversión: | | | | | 500.00 USD |

Medio Secundario – Afiche

| CONCEPTO | VALOR TRIMESTRAL | TOTAL CIRCUITOS | VALOR TOTAL |
|-----------------|------------------|-----------------|-------------|
| Afiches | 3 USD | 50 | 150 USD |
| TOTAL | | | 150 USD |
| SOBRANTE | | | |

- **Medio Principal –Manual =** 500 USD
- **Medio Secundario – Afiche =** $\frac{150 \text{ USD}}{2} = 75 \text{ USD}$
- **Presupuesto de medios = 650.00,00 USD**

b) Presupuesto de producción:

Tabla 10

Medio Principal - Manual

| ARTE | FORMATO | VALOR INDIVIDUAL |
|---------------|---------|------------------|
| 12 | A6 | 6 USD |
| Total: | | 72 USD |

Medio Secundario – Afiche

| ARTE | FORMATO | VALOR INDIVIDUAL |
|---------------|----------|------------------|
| 1 | Super A3 | 180 |
| | | |
| Total: | | \$ 180 |

Arte para el Medio Principal – Manual = 72 USD

Arte para el Medio Secundario – Afiche = 180 USD

252 USD

- Presupuesto de producción = 252 USD

c) Presupuesto de marketing:**Tabla 11****Plaza Directa**

| CONCEPTO | VALOR | CANTIDAD | 12% | VALOR TOTAL |
|---------------|-------|----------|-----|----------------|
| Manual | 5 USD | 100 | 60 | 560 USD |
| Total: | | | | 560 USD |

Plaza Indirecta

| CONCEPTO | VALOR | CANTIDAD | 12% | VALOR TOTAL |
|---------------|-------|----------|------|------------------|
| Afiche | 0,90 | 50 | 5,40 | 50,40 |
| Total: | | | | 50,40 USD |

Presupuesto de marketing = 610,40 USD

5.06 Flow chart:

Tabla 12

| Flow chart | |
|----------------------------------|-----------------------|
| Presupuesto de medios | 650 USD |
| Presupuesto de producción | 252 USD |
| Presupuesto de marketing | 610,40 USD |
| SUBTOTAL | 1512,40,00 |
| Imprevistos 10 % | 151.24,00 |
| TOTAL | 1663.00,64 USD |

Total de inversión: 1663.00, 64 USD

Tabla N° 38: Flow chart

Elaborado por: Valeria Torres

CAPITULO VI

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos

Técnicos – Tecnológicos

Se utilizará un equipo de computador HP, Windows 8, con procesador Intel Core i5, se podrá disponer de una impresora HP Deskjet modelo 2515 y cámara SONY Cyber-shot de 16.2 mega pixeles. Programas Adobe Illustrator CS6, Adobe Photoshop CS6 y Adobe Indesign CS6.

Humano

Ing. Paola Martínez. - Tutor de tesis

Ing. Marco Morocho - Seguridad Industrial de Ginsberg S.A.

Económico

Se utilizara una inversión propia por parte del responsable del proyecto.

6.02 PRESUPUESTO

Gasto Operativo

Tabla 13

| Detalle | GASTOS |
|------------------------|----------------|
| Copias | 15 |
| Impresiones | 28 |
| Anillado | 6 |
| Empastado | 13 |
| Pasajes | 10 |
| Alimentos | 20 |
| Impresiones full color | 40 |
| Terminados gráficos | 10 |
| TOTAL | 142 USD |

06.02.02 Aplicación del proyecto.

Tabla 14

| Detalles | Valor Total |
|----------------------|------------------------|
| Campaña Publicitaria | 1663.00, 64 USD |
| TOTAL | 1663.00, 64 USD |



6.03 CRONOGRAMA

Tabla 15

| | | | Mes | Semana | | | | |
|----|---|----------------------|-----------|--------|---|---|---|------------------------------|
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1 | Aprobación del tema del proyecto | Dirección de escuela | Noviembre | | | | x | Aprobación del tema. |
| 2 | Antecedentes, Justificación y definición del problema. | Valeria Torres | Diciembre | x | | | | Aprobación de la redacción. |
| 3 | Análisis de involucrados, problemas y objetivos. | Valeria Torres | Diciembre | | X | | | Revisión por parte del tutor |
| 4 | Análisis de alternativas y tamaño del proyecto. | Valeria Torres | Diciembre | | | x | | Aprobación de los capítulos |
| 5 | Localización del proyecto y análisis ambiental. | Valeria Torres | Diciembre | | | | x | Aprobación de la redacción. |
| 6 | Matriz de análisis de impacto de los objetivos y diagrama de estrategias. | Valeria Torres | Enero | x | X | | | Correcciones de la matriz. |
| 7 | Construcción de la matriz de marco lógico, revisión de los criterios para los indicadores y selección de indicadores. | Valeria Torres | Enero | | | x | x | Aprobación de los capítulos |
| 8 | Medios de verificación, supuestos y matriz de marco lógico. | Valeria Torres | Febrero | x | X | | | Aprobación de la redacción. |
| 9 | La propuesta | Valeria Torres | Febrero | | | x | x | Diseño de la propuesta |
| 10 | La propuesta | Valeria Torres | Marzo | x | X | | | Aprobación de la propuesta |
| 11 | Aspectos administrativos, conclusiones y recomendaciones | Valeria Torres | Marzo | | | x | | Aprobación de los capítulos |

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al finalizar este proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En este proyecto se demuestra el interés por los trabajadores de la empresa Ginsberg S.A, cuiden de su salud y conserven la tradición de realizar el trabajo de una mejor manera, de esta forma contribuyendo año tras año a sus futuras generaciones, demostrando así todo lo aprendido en esta campaña informativa.
- La elaboración de la campaña informativa, constituyen un enganche a nuestro grupo objetivo, ya que por ser los pioneros en este tipo de representación, generan una conciencia, con el cual se alcanzará la meta, a que los trabajadores se informen y conozcan el manejo adecuado de desechos farmacéuticos.
- Este tipo de información se puede llevar a cabo con otras personas que lleguen a ser parte de la empresa.

- Los niveles de cambio que se obtendrán en el proyecto permiten generar a los trabajadores de dicha empresa un mejoramiento en el cuidado de la salud y el medio ambiente.
- La salud de los trabajadores es un valioso instrumento para la área productiva de la empresa , cuidar la integridad de cada uno , por lo tanto deben estar informados de que tipo de precauciones deben cumplir por su propio bienestar.
- Es importante que a este proyecto lo evaluaran varias personas, así de esta manera se podrían tener nuevas ideas, las cuales podrían ser aplicadas en el proyecto y persuadir a los trabajadores para que practiquen en su jornada laboral.
- El cumplimiento de los procedimientos guiados en el manual será un modelo de participación a los trabajadores de la empresa.

7.02 Recomendaciones

- El objetivo principal del presente proyecto es la salud e integridad de los trabajadores y evitar q exista mas contaminación hacia el medio ambiente.
- Se recomienda que este proyecto tenga coordinación a través del Departamento de Seguridad Industrial .
- Para la ejecución de este proyecto se deben seguir todos los parámetros establecidos en el manual, de esta manera se logrará alcanzar los niveles de producción y beneficios que espera la empresa.
- Es recomendable que el cumplimiento las normas sean tomadas como un tema serio de parte de las personas q conforman la empresa.
- Básicamente es necesario conocer las fuentes de información y saber a qué están expuestos los trabajadores.
- El análisis de nuestro entorno nos puede permitir aprovechar oportunidades, y prevenir amenazas en contra de la salud y el medio ambiente.

- Se recomienda a los trabajadores utilizar los equipos de protección para evitar contaminación.

7.03 Bibliografías

- Álvarez, Héctor Felipe. FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. Córdoba, Argentina : EUDECOR, 1999. 240p. (HD30.28.A39).
- Hernández , R.,C Fernandez , P. Baptista(2003) Metodología de la Investigación
México MC G raw-Hill Interamericana.
- Hamermesh, Richard G. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. México : Limusa, 1997. 278p. (HD30.28.H29E).
- Beltrán, R .Publicidad en Medios Impresos. México : Editorial Trillas
- Jacson Godfrey. Editorial Gustavo Gili , SL-Barcelona Diseño de Catálogos y Folletos 5.
- Naomi Klein- No logo : El poder de las marcas . Álvarez , Head.