



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**TRABAJO DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN MARKETING**

TEMA

**“AUDITORÍA FUNCIONAL DEL MARKETING SOCIAL QUE APLICA LA
EMPRESA ENDESA BOTROSA A LA COMUNIDAD LA SEXTA UBICADA EN EL
CANTÓN DE PUERTO QUITO”**

AUTORA

VANESSA MARÍA RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

DIRECTOR

GEOFFREY VLADIMIR MURGUEYTIO CARVAJAL

QUITO-ECUADOR

2015

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1718838251
APELLIDO Y NOMBRES:	RODRÍGUEZ MARTÍNEZ VANESSA MARÍA
DIRECCIÓN:	Av. Calizo Muzo, Pasaje Cóndor. Conjunto El Cóndor Casa 4
EMAIL:	rvanesm90@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	022477697
TELÉFONO MOVIL:	0998008417

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	AUDITORÍA FUNCIONAL DEL MARKETING SOCIAL QUE APLICA LA EMPRESA ENDESA BOTROSA A LA COMUNIDAD LA SEXTA UBICADA EN EL CANTÓN DE PUERTO QUITO, 2015
AUTOR O AUTORES:	RODRÍGUEZ MARTÍNEZ VANESSA MARÍA
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	11 DE DICIEMBRE DE 2015
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	GEOFFREY VLADIMIR MURGUEYTIO CARVAJAL
PROGRAMA	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERIA EN MARKETING
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	Este Trabajo de Titulación se trata de una auditoría funcional del marketing social que aplica la empresa Endesa Botrosa a la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón Puerto Quito, la cual permitió analizar cómo es el desarrollo social e impacto

comunicacional que tiene el programa Bosques para Siempre, evaluando por medio de esta investigación todas las gestiones, acciones, estrategias, mecanismos y procedimientos que ha realizado durante la empresa desde que se implementó el programa. Dentro de esta investigación se estudió varias publicaciones que ha realizado la empresa sobre la comunidad, artículos sobre manejo forestal sustentable y videos, para guiar el avance del estudio y obtener una indagación clara y precisa.

Se tomó en consideración este tema pues hoy en día existe una gran tendencia a la conservación del medio ambiente y a la responsabilidad social, la empresa Endesa Botrosa vio la oportunidad al combinar estas dos grandes tendencias al crear un programa social llamado Bosques para Siempre - BPS, respaldado por entidades internacionales como la FCS (ForestStewardship Council) y el Consejo de Administración Forestal, organización no gubernamental Alemana que otorga acreditaciones y certificaciones a entidades que tengan como objetivo principal “promover el manejo ambientalmente apropiado, socialmente benéfico y económicamente viable de los bosques del mundo”.

	<p>El programa BPS ayuda al desarrollo social ambiental de las comunidades aledañas a las plantaciones de la empresa, ubicadas en las provincias de Esmeraldas y Pichincha, el cual enseña a los pobladores la importancia de la conservación de los bosques a través del manejo forestal sustentable, mediante proyectos estratégicos creados especialmente para contribuir con progreso de hombres, mujeres y niños de las comunidades, la industria y los bosques, logrando un beneficio y equilibrio mutuo, motivando y encaminando a la empresa y trabajadores hacia el mejoramiento continuo en torno al uso sostenible del recurso forestal, integrando las variables ambientales y sociales, estableciendo una relación a largo plazo con la responsabilidad económica de mantener el bosque productivo en todos sus aspectos.</p>
PALABRAS CLAVES:	<p>Auditoria funcional Marketing social Desarrollo social Manejo forestal sustentable Programa social Bosques para Siempre Conservación de los bosques Ayuda social Responsabilidad sobre el medio ambiente</p>
ABSTRACT:	<p>This Labor Certification is a functional audit of social marketing applied by the company Endesa Botrosa to the community</p>

La Sexta, located in Puerto Quito, which allowed us to analyze how social development and communicational impact of Forests program always, evaluated through this investigation all efforts, actions, strategies, mechanisms and procedures that the company has made since the program was implemented. Within this research several publications made by the company on the community, sustainable forest management articles and videos, to guide the progress of the study and obtain a clear and accurate inquiry was studied.

Consideration was given to this topic because today there is a strong trend towards environmental conservation and social responsibility, the company Endesa Botrosa saw an opportunity to combine these two trends to create a social program called Forests Forever - BPS, supported by international bodies such as the FCS (ForestStewardship Council) and the forest Stewardship Council, an NGO German granting accreditations and certifications to entities whose main objective is "to promote environmentally appropriate, socially beneficial and economically viable management of forests world".

The BPS program helps the environmental social development of the communities

	<p>surrounding the plantations of the company, located in the provinces of Esmeraldas and Pichincha, which teaches people the importance of forest conservation through sustainable forest management, by strategic projects specially created to contribute to progress of men, women and children in communities, industry and forests, making a profit and mutual balance, motivating and routing to the company and workers to continuous improvement in terms of sustainable resource use forestry, integrating environmental and social variables, establishing a long-term relationship with economic responsibility for maintaining the productive forest in all it</p>
KEYWORDS	<p>Social marketing Social development sustainable forest management social program Forests Forever Functional audit</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: _____

VANESSA MARÍA RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

171883825-1

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **RODRÍGUEZ MARTÍNEZ VANESSA MARÍA**, CI 1718838251 autor/a del proyecto titulado: **Auditoria funcional del marketing social que aplica la empresa Endesa Botrosa a la comunidad La Sexta ubicada en el cantón de Puerto Quito** previo a la obtención del título de **INGENIERIA EN MARKETING** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 27 de abril de 2016

f: _____

RODRÍGUEZ MARTÍNEZ VANESSA MARÍA

1718838251

Quito, 27 de Abril de 2016

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Pablo Arturo Larreátegui Nardi con Cédula de Ciudadanía No..1704108032 en calidad de Subgerente General de las empresas ENCHAPES DECORATIVOS S.A. y BOSQUES TROPICALES S.A., autorizo a la señorita VANESSA MARIA RODRIGUEZ MARTINEZ, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación "AUDITORÍA FUNCIONAL DEL MARKETING SOCIAL QUE APLICAN LAS EMPRESAS ENDESA Y BOTROSA A LA COMUNIDAD LA SEXTA, UBICADA EN EL CANTÓN DE PUERTO QUITO", basada en la información proporcionada por la compañía.



Enchapes Decorativos S.A.

Pablo Arturo Larreátegui Nardi

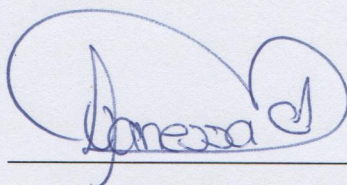
1704108032

Declaración juramentada

RESPONSABILIDAD

DECLARACIÓN FIRMADA MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Yo, Vanessa María Rodríguez Martínez, con el número de Cédula de Ciudadanía 171883825-1, por medio de la presente certifico que el Trabajo de Grado aquí descrito es de mi propiedad y exclusiva autoría y no constituye plagio ni copia alguna, estableciéndolo como un documento único.



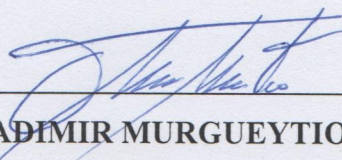
Vanessa María Rodríguez Martínez

C.C. 171883825-1

AUTORA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente Trabajo de Titulación ha sido desarrollado en su totalidad por la señorita Vanessa María Rodríguez Martínez, bajo mi Dirección.



GEOFFREY VLADIMIR MURGUEYTIO CARVAJAL

C.C. 1710009760

DIRECTOR

DECLARACIÓN FIRMADA MIEMBROS DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Este logro se lo dedico a mis padres que son un pilar fundamental de apoyo incondicional en cada momento de mi vida, impulsándome día a día para seguir creciendo como persona y profesional que no han permitido que me desanime en cada obstáculo que se ha presentado en el largo camino al éxito demostrándome que junto a ellos y al amor de mi familia se puede llegar lejos en todo lo que me propongo.

También dedico a mis abuelos maternos que ayudaron con mi cuidado desde pequeña y siempre me han apoyado estando junto a mí en todos mis éxitos, me han hecho dar cuenta que todo se puede lograr en la vida con mucho amor y esfuerzo. Asimismo le dedico a mi abuela materna que eternamente me estuvo mimándome, aconsejándome y apoyándome.

Sin dejar fuera les dedico este logro a mis hermanos también ya que con humor, amor y consejos me han impulsado a que cumplan todos los objetivos que me proponga y no deje nada a medio realiza; todo se puede lograr en la vida si te lo propones.

AGRADECIMIENTO

Primero agradezco a Dios por guiar mi camino hacia mis logros, que me brindo sabiduría y paciencia para poder afrontar los obstáculos que se presentaron en este primer escalón al éxito.

Agradezco a mis padres Miguel Rodríguez y Guicela Martínez que me han permitido estudiar en esta institución con mucho esfuerzo, amor y sacrificio, han dedicado su tiempo y trabajo para poder brindarme siempre la mejor educación, valores y respeto hacia los demás.

Agradezco a la universidad por estos años de aprendizaje tanto en lo académico y de vida, pues he conocido a grandes personas, amigos y profesores, con los que he me di cuenta que todo es posible con esfuerzo, constancia y trabajo.

Agradezco al Ing. Geoffrey Murgueytio Carvajal por aceptar dirigirme y guiarme en este proceso de educación como en el de la investigación de grado realizada además por el tiempo invertido para que yo pueda culminar mi carrera y ser ingeniera en marketing.

Y por último, a todas las personas que de una manera u otra han participado en el desarrollo de mi investigación de grado.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.2. OBJETIVO DE ESTUDIO TEÓRICO	1
1.1.3. OBJETIVO DE ESTUDIO PRÁCTICO	1
1.1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.1.6. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.1.7. OBJETIVO GENERAL.....	8
1.1.8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.2.MARCO REFERENCIAL	9
1.2.1.MARCO TEÓRICO.....	9
1.2.1.1. CONCEPTO DE MARKETING.....	9
1.2.1.2. DIRECCIÓN DE MARKETING	9
1.2.1.3. MARKETING Y SOCIEDAD	10
1.2.1.4. MARKETING SOCIAL	10
1.2.1.4.1. FINALIDAD DEL MARKETING SOCIAL	11
1.2.1.4.2. MEZCLA DE MARKETING SOCIAL	12
1.2.1.4.3. ELEMENTOS DEL MARKETING SOCIAL	12
1.2.1.4.4. ENFOQUE DEL MARKETING SOCIAL.....	13
1.2.1.4.5. ESTRATEGIA DE MARKETING SOCIAL.....	13
1.2.1.5. AUDITORÍA DE MARKETING	14
1.2.1.5.1. CONTROL DE LA EFICIENCIA DEL MARKETING	15
1.2.1.6. MODELOS DE CONTROL	15
CAPÍTULO 2	17
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
2.1. METODOLOGÍA GENERAL	17
2.1.1. NIVEL DE ESTUDIO.....	17
2.1.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	17
2.1.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	17
2.1.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	17

2.1.5. TAMAÑO DE MUESTRA.....	18
2.1.6. DESCRIPCIÓN GENERAL	19
2.1.7. SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
2.1.8. TIPO DE MUESTREO.....	19
2.1.9. PROCESAMIENTO DE DATOS	19
2.1.10. METODOLOGÍA ESPECÍFICA	20
2.1.11 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	21
2.1.11.1 OBSERVACIÓN	21
2.1.11.2 ENTREVISTA	21
2.1.11.3 SONDEO	21
2.1.11.4 ENCUESTA	22
CAPÍTULO 3	26
RESULTADOS DE LAS HERRAMIENTAS	26
3.1. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	26
3.1.1. OBJETIVO PRINCIPAL	26
3.1.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS.....	27
3.1.3. ALCANCE DEL PROGRAMA.....	27
3.1.4. PROYECTOS AMBIENTALES DEL PROGRAMA.....	29
3.2. OBSERVACIÓN DE CAMPO.....	29
3.2.1. PREDIO PIZARÁ.....	30
3.2.2.1. PROYECTO PARA MUJERES DE LA COMUNIDAD LA SEXTA.....	31
3.2.2.1.1. EDUCACIÓN	32
3.3. SONDEO.....	32
3.3.1. RESULTADOS DEL SONDEO	33
3.5. ENCUESTAS	36
3.5.1. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA.....	36
3.4.6. PREGUNTA 4.- ¿CÓMO CONOCIÓ SOBRE EL PROGRAMA BOSQUES PARA SIEMPRE?	42
3.4.7. PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD SOBRE EL PROGRAMA BOSQUES PARA SIEMPRE	43
3.4.7.1. PREGUNTA 5.- ¿CÓMO CONSIDERA AL PROGRAMA BOSQUES PARA SIEMPRE?	43
3.4.8.PREGUNTAS PARA DETERMINAR SI SE ESTÁN CUMPLIENDO LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA.47	
3.4.8.2.1. ASPECTO LABORAL.....	49
3.4.8.3. PREGUNTA 13.- CALIFIQUE DEL UNO A 5 LA IMPORTANCIA QUE TIENE EN SU VIDA CADA UNO DE ESTOS ASPECTOS, SIENDO 5 MUY IMPORTANTE Y 1 NADA IMPORTANTE	52
CAPÍTULO 4	54
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	54
CONCLUSIONES.....	54
3.33. RECOMENDACIONES	56

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....58

ANEXOS.....59

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Problema de investigación

Se realizó con el motivo de investigar cómo el programa Bosques para Siempre de la empresa Endesa Botrosa ayuda al desarrollo social de la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón Puerto Quito, mediante proyectos estratégicos creados para contribuir con progreso de hombres y mujeres de esta comunidad; además de crear conciencia de conservación de los bosques que es su principal fuente de materia prima, pues la empresa Endesa Botrosa es productora de chapas de madera para la elaboración de tableros.

1.1.2. Objetivo de estudio teórico

Realizar una auditoría funcional para determinar el desarrollo social e impacto comunicacional que tiene el programa Bosques para Siempre en la comunidad la Sexta, además de conocer cuáles son los factores significativos que se han presentado en el desarrollo social desde el momento en que se implementó el programa; para este Trabajo de Titulación se utilizó una investigación descriptiva, con un método de investigación lógico deductivo. Se logró obtener información para ser utilizada en la fase exploratoria donde se realizó observación de campo, entrevistas a profundidad y sondeos para la recolección de datos existentes; y en la fase concluyente se plasmó encuestas personales que llegaron a ser la herramienta principal, armada con la información obtenida por las entrevistas y observación a la muestra específica determinando conclusiones y recomendaciones.

1.1.3. Objetivo de estudio práctico

Evaluar por medio de una auditoría funcional todas las gestiones, acciones, estrategias, mecanismos y procedimientos que ha realizado Endesa Botrosa en el transcurso del tiempo con el programa Bosques para Siempre, para crear conciencia sobre la conservación del medio ambiente.

1.1.4. Planteamiento del problema

El calentamiento global del planeta tierra, la contaminación del agua dulce y de los océanos, del suelo y de la atmósfera, los cambios climáticos, el desgaste de la capa de ozono, el manejo ineficiente de los desechos, la producción descontrolada, la pérdida de la biodiversidad, la destrucción y el deterioro de los bosques tropicales, constituyen una evidencia del deterioro de las condiciones de vida en el planeta y es el resultado de un manejo inadecuado y la degradación que el hombre ha provocado en los ecosistemas, por medio de las prácticas productivas encaminadas a cubrir las necesidades materiales y la supervivencia de la población, dañando gravemente los ecosistemas y creando una crisis ambiental, imponiendo a los intereses económicos sobre los sociales y ambientales.

La crisis ambiental empieza a tornarse crítica, al reconocer que se está llegando a los límites tolerables para la supervivencia de la vida en el planeta y de su preservación. Es por eso que se empezó a poner en práctica medidas para salvaguardar el medio ambiente, como señala las Naciones Unidas (2010) en su página web “el movimiento ecologista fue ganando velocidad en el año 1962 con la publicación del libro Primavera Silenciosa de la Rachel Carson” (párr.5), sus altos ideales comenzaron a promover una conciencia ambientalista y esta fue la primera declaración pública de lo que los plaguicidas estaban causando al ambiente permaneciendo como principio y referencia obligada del ambientalismo mundial.

El enfoque medioambiental, se convirtió un fenómeno global, ha provocado cambios en el comportamiento social en cuanto a la importancia del cuidado al medio ambiente, haciendo que la protección ambiental, el uso de los recursos y la sustentabilidad sean puntos muy relevantes.

Las Naciones Unidas, en 1972, realizó un manifiesto medioambiental que contiene 19 principios orientados a enfrentar la necesidad de ofrecer a los pueblos del mundo inspiración y guía para preservar y mejorar el medio humano. Asimismo, en el diciembre del mismo año se estableció el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), encargado de coordinar los esfuerzos en favor del medio ambiente, en la actualidad, sus prioridades se centran en aspectos ambientales de desastres y conflictos, la buena gestión del medio ambiente, las sustancias nocivas, el aprovechamiento eficaz de los recursos y el cambio climático (“Medio ambiente”. 2010. párr. 6).

En 1992, el PNUMA amplió su temática a raíz de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro conocida con el nombre de Cumbre para la Tierra, profundizaron los procesos reflexivos y la toma de conciencia sobre el desarrollo y el medio ambiente, “fue ahí donde se elaboró la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y se hizo célebre a escala mundial el concepto de desarrollo sostenible, convirtiéndolo así en el eje de todas las actividades de desarrollo del sistema de las Naciones Unidas” (“Medio ambiente”. 2010. párr. 7). “en base a un proceso de concertación que armonice, en la práctica, la equidad social, la rentabilidad económica y la preservación ambiental, en un contexto de gobernabilidad política a nivel mundial, regional y nacional” (“Medio ambiente”. 2010. párr. 1).

Como menciona Alejandro Bermeo Noboa, (s.f.), Director de Planificación del Ministerio del Ambiente “en el Ecuador antes de la Cumbre de la Tierra (1992), por medio de organizaciones no gubernamentales ambientalistas se logró sensibilizar ante los problemas ambientales y con la necesidad de incorporar medidas para corregirlos” (pp. 6-7), ya que el territorio ecuatoriano es uno de los ecosistemas más importantes del planeta gracias a su riqueza forestal y casi un 16% de su territorio son áreas naturales protegidas.

En febrero de 1986, se realizó el Primer Congreso Ecuatoriano del Medio Ambiente, con una convocatoria sin precedentes a todos los sectores para que debatan y planten medidas ambientales, y se creó el Comité Ecuatoriano para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente, como instancia que agrupa y coordina el accionar de las ONG ambientalistas.

Se crean unidades ambientales en las entidades del sector público y se promueven proyectos que impulsan la gestión ambiental a nivel sectorial, que superan la tradicional provisión de servicios de saneamiento básico y enfrentan nuevas responsabilidades; como el control de la contaminación, la preservación ecológica de las ciudades, la concientización y educación de la población. Como política y estrategia nacional se crea de la Comisión Asesora Ambiental de la Presidencia de la República (CAAM); esto fortaleció al Gobierno Nacional para la creación del Ministerio del Ambiente (MAE), en octubre de 1996, reflejando la decisión para otorgar una mayor atención a la gestión ambiental en el Ecuador, al más alto nivel político.

El MAE, se constituye en la autoridad ambiental nacional y sus funciones básicas se orientan a:

- Coordinar, unificar, ejecutar y supervisar las políticas, programas y proyectos ambientales.
- Unificar regulaciones y reglamentos.
- Promover el desarrollo sostenible.
- Propiciar la participación de los actores sociales del sector público, productivo y la sociedad civil (Bermeo, s.f., p.7).

El Ecuador es uno de los países privilegiados del mundo por sus recursos naturales, su ubicación geográfica, condiciones climáticas, biodiversidad, fauna, el rápido crecimiento de su flora y la riqueza de sus suelos, por tal razón se debe aprovechar estos recursos de manera cuidadosa, hoy Ecuador es una potencia forestal por su mega biodiversidad porque en el año 2007 el Gobierno Nacional del Ecuador declaró la actividad agroforestal como un sector estratégico priorizado para el aparato productivo nacional a partir de estas declaratorias empresas e instituciones privadas y públicas generaron diferentes fuentes de trabajo, diseñando y planeando estrategias que contribuyan con la concientización del cuidado de los bosques como unos recursos forestales sustentables para lograr el desarrollo forestal de los siguientes años, por ello el presidente Rafael Correa creó la Subsecretaría de Producción Forestal que consolida los esfuerzos en los temas forestales, ambientales, de inclusión social y de producción, estableciendo políticas que se convirtieron en programas de objetivos del país a largo plazo.

En el año 2012 el Presidente declaró política de estado al desarrollo del sector forestal, es por eso que creó el Programa de Incentivos para la Reforestación con Fines Comerciales cuya meta es reforestar 120.000 hectáreas de bosque hasta el año 2018 a través de plantaciones comerciales como una alternativa propositiva a la sociedad ecuatoriana para que, conjuntamente con las instancias gubernamentales relacionadas a la temática forestal, se pueda avanzar con paso firme a sembrar un futuro para el Ecuador(2015, “Ecuador forestal”, párr. 2).

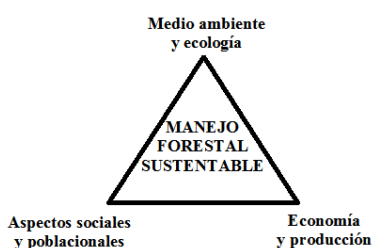
Ecuador tiene dos tipos de bosques los de origen natural o bosque nativo, y bosque plantado, cada uno son diferentes en cuanto la estructura de especies forestales, edad y

formas de aprovechamiento (2012, “Planeación estratégica bosques nativos del Ecuador”, párr. 7)

El bosque nativo es un ecosistema arbóreo, caracterizado por la presencia de árboles y arbustos, especies nativas, edades y alturas variadas regenerado por sucesión natural manteniendo su estructura original, de manera inalterada o con diferentes grados de intervención humana(;por otro lado existe el bosque plantado que son poblaciones arbóreas sembradas bajo supervisión e intervención del hombre en el proceso de forestación y reforestación, sean con una o varias especies; por lo general tienen una misma edad, altura y similar densidad entre individuos; sin embargo ambos son generadores de bienes y servicios, constituyendo un recurso renovable, lo que significa que manejado de la forma correcta puede ser utilizados para siempre, bajo el concepto de sustentabilidad (Ecuador forestal, 2001).

El Manejo Forestal Sustentable (MFS), el mismo que permite conservar los bosques a la par con la obtención de sus beneficios económicos y sociales (Ecuador forestal, 2011), consiste en tres aspectos fundamentales que armonizan el medio ambiente los cuales son:

Figura 1.1. Manejo forestal sustentable



Fuente: Ecuador forestal. (2011). *El manejo forestal sustentable es una opción posible en Ecuador*. Documento digital disponible en <http://ecuadorforestal.org/articulos/editorial-el-manejo-forestal-sustentable-es-una-opcion-posible-en-ecuador/>

En Ecuador la empresa Endesa Botrosa, Setrafor y la Fundación Forestal Juan Manuel Durini, como parte de una estrategia integral en el área socio ambiental adoptó el programa denominado Bosques para Siempre que tiene 27.000 hectáreas de bosque nativo aprovechadas sustentablemente y 10.600 hectáreas de plantaciones, cuyo objetivo es la conservación orientada al manejo forestal sostenible a través del mejoramiento de ingresos, acceso a tecnología y ampliación de los mercados, para beneficiar al bosque, la población y el progreso industrial.

Bosques para Siempre administra el bosque responsablemente y lo hace renovable, conservando el medio ambiente la flora y la fauna, utilizando técnicas de impacto reducido, que permiten mantener sus plantaciones y la regeneración natural del bosque.

El programa tiene como fin contribuir con el manejo forestal responsable de los bosques ecuatorianos, convirtiendo las actividades forestales en fuentes de trabajo directo generando actividad económica y bienestar, disminuyendo la pobreza e inseguridad que existía en el campo, Bosques para Siempre se desarrolla en dos grandes áreas de las provincias de Esmeraldas y Pichincha contribuyendo de forma significativa al desarrollo socio ambiental de las pequeñas comunidades existentes.

Cerca del cantón Puerto Quito se encuentra la Unidad de Manejo Forestal Río Pizará donde se realiza permanentemente la labor social del proyecto, desde hace quince años ha implementado un conjunto de acciones orientadas al desarrollo de los grupos más necesitados (Endesa Botrosa, 2010), las principales líneas de acción giran en torno a:

- Reforestación.
- Elevación de la calidad de vida de las poblaciones más necesitadas y ayudar al desarrollo del bienestar social:
- Educación.
- Salud.
- Trabajo.
- Proyectos productivos ambientales.
- Promoción de actividades económicas, forestales, agrícolas y agroforestales.
- Comunicación para el adecuado manejo forestal sustentable.

El programa BPS compromete varios proyectos socio ambientales los principales son:

- TAMCOS: (talleres artesanales de mujeres comunitarias) conformados por mujeres que trabajan en la recuperación de “almas” (partes internas de tableros de madera) para venderlas luego a Botrosa.
- Museo del árbol: centro de interpretación el cual ayuda a entender la importancia del cuidado de los bosques y el manejo forestal sustentable.

- Fincas de cacao fino de aroma: dueños de fincas han apostado por el cultivo de cacao fino de aroma, y no necesitan recurrir a los bosques para una tala no técnica.

El programa de asistencia incluye:

- Cuatro guías prácticas que enseñan a mejorar la productividad cacaotera.
- Transferencia tecnológica.
- Un programa educativo radiofónico con consejos y procedimientos adecuados de cultivo de cacao que empezó en septiembre del 2012. El programa es transmitido de lunes a viernes, de 5h00 a 5h15pm (2010, Endesa Botrosa, párrs. 3-7).

Las acciones desarrolladas por Bosques Para Siempre, apuntan a mejorar la calidad de vida de los habitantes de las diferentes comunidades que se encuentran en las zonas de influencia como por ejemplo en el predio Pitzarà el mismo que es una plantación forestal de más de treinta años de vida y que aporta significativamente con bienes y servicios ambientales como fuentes de agua, captación de carbono, además de brindar la materia prima que permite abastecer a las plantas industriales de Endesa Botrosa y brindar la posibilidad de empleo a más de 2000 trabajadores.

En las áreas de influencia predio Silanche se han desarrollado un conjunto de acciones socio ambientales entre otras actividades. En lo correspondiente al predio la Mayronga se ha construido una línea base que responde a la realidad de sus áreas de influencia y en el segundo semestre del año 2012 se realizarán un conjunto de acciones informativas en torno a la importancia de la conservación y el manejo forestal sostenible del bosque (párrs. 4-6).

Con estos antecedentes, es de suma importancia realizar una auditoría funcional aplicada al marketing social que maneja la empresa Endesa-Botrosa con su programa Bosques para Siempre enfocándose a la comunidad La Sexta ubicada en el cantón Puerto Quito, manejando un control de la eficiencia del marketing social, revisando si se cumple con los indicadores claves que se establecieron al momento de crear el programa; un control en la ejecución de todas las actividades, analizando el desarrollo socio ambiental forestal, investigando cómo es el desarrollo de la comunidad desde que se implementó el programa para determinar el valor y su percepción que la comunidad tiene sobre este, además se puede analizar cuáles son los cambios que han tenido en el comportamiento y si se está creando una conciencia de preservación del medio ambiente, la cual se vaya a transmitir a futuras

generaciones. Mediante una auditoría funcional se puede identificar oportunidades en la organización, analizando la gestión que ha realizado la empresa no solo en la comunidad sino para el país, mostrando la calidad de los procesos empresariales e industriales que aplican para generar el valor.

1.1.5. Formulación del problema

¿Cuál es el desarrollo social e impacto comunicacional del programa Bosques para Siempre en la comunidad La Sexta ubicada en el cantón de Puerto Quito?

1.1.6. Sistematización del problema

- ¿El programa está creando conciencia sobre la conservación del medio ambiente?
- ¿Cómo ayudan los proyectos productivos ambientales a las familias?
- ¿Qué cambios en el estilo de vida de la comunidad se han reflejado?
- ¿Cuáles son los beneficios que recibe la comunidad con el proyecto?
- ¿Cuáles son los puntos que más preocupa a la comunidad?
- ¿Qué percepción tiene la comunidad sobre el programa Bosques para Siempre?

1.1.7. Objetivo general

Analizar el impacto y desarrollo social de las estrategias del programa Bosques para Siempre en la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón Puerto Quito.

1.1.8. Objetivos específicos

- Indagar si se están cumpliendo los objetivos por los cuales se creó el programa.
- Conocer cuáles fueron los cambios que ha tenido la comunidad desde que se implementó el programa BPS.
- Indagar cuál proyecto socio ambiental que brinda el programa BPS no está cumpliendo con los objetivos planteados por la empresa.
- Conocer la percepción que tiene la comunidad sobre el programa BPS.
- Examinar cuál es el proyecto socio ambiental que tiene mayor impacto dentro de la comunidad.

1.1.9. Justificación

El presente tema se justifica realizarlo desde el punto de vista práctico, una auditoría funcional es un aporte para la empresa pues esta muestra todas las gestiones, mecanismos

procedimientos que realiza o ha realizado en el transcurso del tiempo en el programa BPS para crear conciencia sobre la conservación del medio ambiente, mediante un manejo forestal sostenible en la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón de Puerto Quito. En este caso se lo hace para revisar el valor y el desarrollo social e impacto comunicacional que tiene el programa Bosques para Siempre en la comunidad La Sexta, además de los cambios que se han presentado tenido en el comportamiento de la comunidad.

1.2. Marco referencial

1.2.1. Marco teórico

Para comprender de mejor manera de qué se trata el marketing social, es importante conocer de dónde parte este concepto y cómo se podrá evaluar mediante una auditoría funcional.

1.2.1.1. Concepto de marketing

Según Kotler y Armstrong (2008) “marketing es el proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes” (p.5).

Es preciso entender las necesidades que tienen los consumidores y mercados para diseñar productos y servicios, definiendo de forma clara cuál es el valor que van a otorgar para crear una relación perdurable con los clientes y se puedan satisfacer estas necesidades.

Una vez que se ha logrado entender las necesidades de los consumidores y mercados, se puede definir la dirección de marketing que se va a tomar para diseñar una estrategia impulsada por el cliente.

1.2.1.2. Dirección de marketing

“La dirección de marketing tiene como objetivo encontrar, atraer, retener y aumentar los consumidores meta al crear, entregar y comunicar valor superior para el cliente” (Kotler y Armstrong, 2008, p.9).

Para diseñar una estrategia triunfadora se debe tomar en cuenta tres aspectos:

- **Selección de los clientes a servir:** se trata dividir al mercado en segmentos y seleccionar qué segmentos cubrirá.

- **Selección de una propuesta de valor:** es un conjunto de valores o beneficios que se va a comunicar al mercado objetivo para distinguirse y colocarse en el mercado.
- **Filosofías de la dirección de marketing:** se presentan cinco conceptos que una compañía debe diseñar las estrategias, los cuales son: concepto de producto, concepto de producción, concepto de venta, concepto de marketing y concepto de marketing social.

1.2.1.3. Marketing y sociedad

Hunt y Burnett (1976), en Vásquez (2006), proponen una clasificación de los estudios del “micromarketing y macromarketing”:

Macro

- Que analicen sistemas comerciales.
- Que describan redes de relaciones de intercambio.
- Que tengan una perspectiva social.
- Que examinen las consecuencias del marketing en la sociedad.
- Que examinen las influencias de la sociedad sobre el marketing.

Micro

- Sobre actividades de marketing individual en organizaciones con ánimo de lucro.
- Sobre actividades de marketing individual en organizaciones sin ánimo de lucro.
- Que adopten la perspectiva de una industria individual.
- Sobre actividades de los consumidores (pp. 18 - 19).

1.2.1.4. Marketing social

Ragún y Karim (1991) argumentan que el “el marketing social implica el cambio de actitudes, creencias y comportamiento de los individuos o de las organizaciones en beneficio de la sociedad y que la transformación social debe ser el propósito fundamental de toda campaña de esta índole” (p.138).

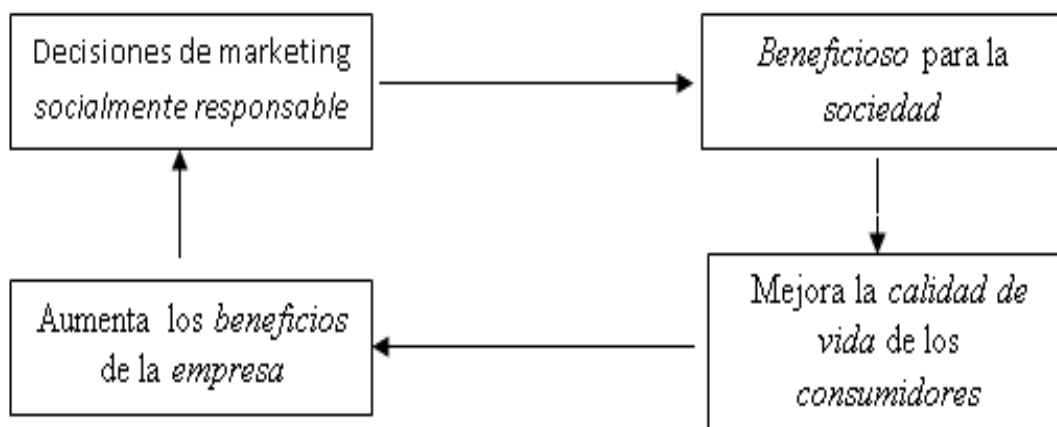
Marketing social es una estrategia para cambiar la conducta. Combina los mejores elementos de los planteamientos tradicionales de cambio social con una planificación

integrada y un marco de acción, y utiliza los avances en la tecnología de las comunicaciones en las habilidades del marketing (Kotler y Roberto, 1992, p.29).

Vázquez (1992) establece el modelo por el cual el marketing puede ser socialmente responsable como se explica en la siguiente figura.

Figura 1.2. Marketing socialmente responsable

Figura 1.2. (cont.).



Fuente: Santemas, M. (1998). *Marketing social corporativo*, (2da edición). Madrid. Esic Editorial

El marketing social es una parte del marketing, se limita al estímulo y apoyo de causas sociales que realiza una empresa.

1.2.1.4.1. Finalidad del marketing social

Según Pérez 2004:

El marketing social de marketing tiene dos finalidades

- Bienestar para la población objetiva y de ser posible, para la sociedad en general; la razón de ser de toda la organización social es la de contribuir al bienestar de la comunidad en general, por lo que es muy importante identificar el grupo de personas a los que se dirigen los respectivos programas sociales.
- Bienestar para el agente de cambio o para la ONG en el aspecto financiero administrativo, de recursos humanos y el de sus objetivos sociales y económicos: la finalidad del marketing es contribuir de manera significativa a ejercer el principio de

la autogestión en las organizaciones de la sociedad civil o en las organizaciones no gubernamentales (p.16).

1.2.1.4.2. Mezcla de marketing social

La mezcla del marketing social es el conjunto de herramientas tácticas que una organización o empresa combina para producir o influir en la respuesta deseada en el mercado meta, y esta mezcla se compone de 7 elementos principales:

- **Producto social:** es un bien, un servicio y/o una idea que es diseñada como satisfactor de necesidades investigadas y que generar valor a los grupos de apoyo.
- **Precio:** es todo aquel gasto en el incurre el grupo objetivo al momento de adquirir el producto social.
- **Plaza:** colocar en un lugar accesible la idea social y la práctica que refuerce la conducta de las personas.
- **Promoción:** dar a conocer la esencia del producto social, con base en el principio de informar, educar, persuadir y recordar, con el apoyo de todos los medios de comunicación y la mezcla promocional adecuada para cada campaña social.
- **Proceso:** es la forma de la prestación de o los servicio o bien a la forma en que la población objetiva o mercado meta, adquiere los productos y servicios sociales.
- **Personal:** son todas aquellas personas que tienen contacto directo con la población objetiva y quienes dependerá en gran parte la calidad de la presentación de los servicios o productos sociales.
- **Presentación:** se refiere a la pulcritud de las instalaciones y los lugares físicos en los que se hará la presentación o entrega del servicios/producto social.

1.2.1.4.3. Elementos del marketing social

Como mencionan Kotler y Roberto (1992) El análisis precedente de las campañas de cambio social y de sus factores de éxito y fracaso nos permite ahora especificar los elementos claves de estas:

- **Causa:** aquel objetivo social que los agentes de cambio creen que proporcionara una respuesta deseable a un problema social.

- Agente de cambio: un individuo, una organización una alianza que intenta realizar un cambio social.
- Adoptantes objetivos: individuos, grupos que son el objetivo de las llamadas al cambio por parte del agente de marketing social.
- Canales: vías de comunicación y distribución, a través de las cuales se intercambian influencias y respuestas y se transmiten hacia adelante y hacia atrás, entre los agentes de cambio y los adoptantes objetivo.
- Estrategia de cambio: dirección y programa adoptados por un agente de cambio para realizar el cambio en las actitudes (p.20).

1.2.1.4.4. Enfoque del marketing social

Consiste en identificar las necesidades de los públicos objetivo, suministrar los productos de manera más eficiente que la competencia y, además, de forma que se preserve o realce el bienestar a largo plazo de los consumidores y de la sociedad.

Bajo este enfoque se pueden establecer políticas de marketing para la empresa, equilibrando tres puntos de vista:

- Los beneficios y rentabilidad de la empresa.
- Las necesidades y deseos de los consumidores.
- Los intereses públicos y sociales en los que desarrolla la actividad de intercambio (Casado y Sellers, 2006, p.22).

1.2.1.4.5. Estrategia de marketing social

Existen 5 tipos de estrategias las cuales son:

- La tecnológica.
- La economía.
- Lo político/legal.
- La educativa
- La de marketing social.

1.2.1.5. Auditoría de marketing

Según Munuera y Rodríguez (2007) Se denomina auditoría de marketing al análisis crítico del entorno general y del mercado -auditoría externa- y de los sistemas de dirección, procesos y funciones de marketing -auditoría interna-, realizado con objeto de determinar los aspectos que plantean problemas y circunstancias que constituyen oportunidades y con el propósito de recomendar un conjunto de medidas correctoras que mejoren los resultados de la empresa

Un buen sistema de auditoría de marketing debe ser:

- Comprensiva de todas las actividades.
- Sistemática, que incluya una secuencia ordenada de etapas que conduzcan al diagnóstico de la situación.
- Independiente de los deseos de la propia empresa de presentar los mejores resultados.
- Periódica, lo que confiere un carácter preventivo y no solo paliativo (p.465).

Es el análisis y evaluación de la eficiencia que tiene una empresa al momento de realizar las actividades que incluyen una revisión de las estrategias establecidas a corto y largo plazo.

En el corto plazo, es la identificación de las necesidades de los consumidores, comportamiento del consumidor, segmentación, posicionamiento, diseño de productos y servicios demandados, objetivos, políticas, estrategias y programas, la planificación del mix de marketing, etc; en el largo plazo es la identificación y análisis de los productos y mercados que se debe satisfacer.

Para realizar una auditoría hay que desarrollar un proceso sistemático el cual contiene pasos claros, que se necesitan aplicar para evaluar el servicio; en este caso sería el marketing social que aplica la empresa. Para llevar a cabo el proceso de planificación de la auditoría, es necesario ejecutar las siguientes actividades:

- Definir los objetivos de la auditoría.
- Conocer los aspectos del programa Bosques para Siempre.
- Examinar los objetivos de marketing social.

- Conocer estrategias y tácticas que aplica la empresa.
- Recolección de datos.
- Plan de mejora y seguimiento.
- Informe de resultados.

La auditoría de marketing determina la calidad de los procedimientos de gestión de cada producto-mercado en el desarrollo del plan, y observa la adecuación de la estructura organizativa al desarrollo de estrategias y a las tendencias del entorno; una auditoría comprende todos los aspectos principales del plan estratégico a partir de una metodología específica la cual cumple dos funciones:

- Controlar la eficiencia de las estrategias, medios y recursos que se utilizan en la empresa
- Recomendar las medidas adecuadas para corregir o mejorar determinadas actuaciones previas.

1.2.1.5.1. Control de la eficiencia del marketing

Como menciona Kotler (2002) La eficiencia del marketing es el grado en el que se refleja la orientación que tiene la compañía hacia el marketing, y se mide en función de cinco atributos: filosofía enfocada al cliente organización de marketing integrada, organización de marketing adecuada, orientación estratégica y eficiencia operativa (p.59).

1.2.1.6. Modelos de control

Según menciona Sharma y Acharbal (2004) “En el área de control del marketing se ha desarrollado distintos tipos de modelos que pueden ser clasificados en funciones de su grado de complejidad” (p. 253); estos modelos se pueden utilizar para controlar diversas acciones en la empresa como las actividades de los vendedores, los movimientos de productos, los diferentes departamentos de la empresa o en su conjunto.

Cabe destacar el modelo STEMCOM, que clasifica los modelos de control en 3 tipos:

- Modelos de control si/no: la etapa siguiente del plan depende del resultado de la anterior como el modelo DEMON para desarrollar nuevos productos.

- Modelos de control post-acción: analizan las causas de cualquier variación entre los resultados previstos y de los reales.
- Modelos de control directivo: realizan una previsión del resultado final. Si se detecta alguna desviación con respecto a los objetivos marcados, se ponen en marcha una acción correctiva.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Metodología general

2.1.1. Nivel de estudio

El tipo de investigación que se va a utilizar es exploratorio y descriptivo, ya que se necesita definir con claridad el escenario en donde se ha venido desarrollando las diferentes estrategias establecidas y el alcance que ha tenido el programa; conocer con datos estadísticos la situación actual del programa Bosques para Siempre y el desarrollo social que ha tenido la comunidad La Sexta.

2.1.2. Modalidad de investigación

La investigación tuvo una modalidad de campo, ya que durante el proceso de esta auditoría, se obtuvo y se realizó el levantamiento de información directamente en la comunidad La Sexta. El tema de la investigación se enfocó en determinar el desarrollo social que tuvo la comunidad mediante la implementación del programa.

2.1.3. Métodos de investigación

El método a utilizar en esta investigación, fue inductivo - deductivo, con el propósito de captar, resolver y entender el comportamiento e impacto frente a la aplicación de este proyecto social en la comunidad La Sexta. Este estudio permite sacar conclusiones y recomendaciones con un juicio certero de conocimientos sobre la realidad del programa social.

La investigación se llevó a cabo, en los principales lugares de concentración de nuestro grupo objetivo de estudio en la comunidad La Sexta.

2.1.4. Población y muestra

La población a investigar son los residentes de la comunidad La Sexta, ya que se necesita saber el desarrollo social e impacto comunicacional que ha tenido el programa con los diferentes proyectos productivos y los beneficios que brinda. En la tabla 2.1. Se puede observar el total de miembros estimados en la comunidad, según un estudio realizado por la empresa Endesa-Botrosa en el año 2011 a esta zona de influencia la población total estimada,

ya que no se aprecian datos de esta comunidad en el INEC pues se encuentra en una zona no delimitada.

Tabla 2.1. Población de La Sexta

Comunidad	Número de familias	Promedio miembros por familia	Total miembros aproximados
La Sexta	800	5	4000

Fuente: Endesa- Botrosa (2011).

Según el estudio realizado por la empresa a la comunidad, existen 800 familias y el promedio de miembros por familia es de 5 personas por hogar, en total 4000 personas en la comunidad; de estos resultados la comunidad tiene al menos 3 colegios los cuales albergan unos 1000 estudiantes, las guarderías para niños de 0 a 5 años que atienden aproximadamente a 300 niños, en total son 1300 miembros de la comunidad los cuales no entran en el perfil del sujeto de estudio; por esta razón la población estimada es de 2700 personas para la investigación.

2.1.5. Tamaño de muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = muestra

Z = nivel de confianza = 95% = 1,96

p = probabilidad positiva 0,5

q = probabilidad negativa 0,5

N = población = 2700

e = error permitido = 6% = 0,06

Entonces:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 * 0,5 * 2700}{0,06^2(2700 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{2593.08}{10.6768}$$
$$n = 243$$

2.1.6. Descripción general

Para levantar esta información se tomó como sujeto de estudio a hombres y mujeres de la comunidad La Sexta que se encuentren entre las edades de 18 a 45 años, que sean económicamente activos; como se mencionó anteriormente es una zona no delimitada y no se encuentran datos con la descripción de la población, se desconoce rango de edades, porcentaje de mujeres y de hombres.

Así como a los encargados de cada proyecto del programa, de esta forma recopilar la información necesaria de cómo es el control, el alcance y cómo miden los cambios que ha tenido en el transcurso de cada proyecto.

2.1.7. Selección de instrumentos de investigación

La investigación que se realizó fue de tipo cuantitativo y cualitativo, bajo este concepto las técnicas seleccionadas fueron:

- Entrevistas a profundidad a los colaboradores del programas, los encargados de cada estrategia y actividad establecida.
- Datos de la empresa.
- Observación de las diferentes actividades y proyectos que hace el programa.
- Encuestas personales a la comunidad La Sexta.

2.1.8. Tipo de muestreo

El método que se aplicó es el muestreo no probabilístico por conveniencia, pues facilita la captación de unidades muestrales válidas para el estudio.

2.1.9. Procesamiento de datos

En el procesamiento de la información que se obtuvo de las encuestas personales, se utilizó los programas de Excel y Word de Microsoft Office 2010, para obtener resultados que permitieron evaluar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

2.1.10. Metodología específica

La metodología específica es cómo se resolverá el objetivo principal, que es realizar una auditoría para analizar el desarrollo social e impacto comunicacional de las estrategias del programa Bosques para Siempre en la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón Puerto Quito; para lo cual se analizó los siguientes puntos:

- Los cambios que ha tenido en la comunidad.
- Los beneficios que recibe la comunidad.
- Las falencias y en que debería mejorar.

Para lo consiguiente, se establece la investigación en los objetivos específicos para estructurar los datos e información necesaria; llegando al cumplimiento de los mismos y ver de qué manera está ayudando el programa Bosques para Siempre en el desarrollo social e impacto comunicacional que ha tenido las estrategias en la comunidad, dentro de grupo objetivo: se estudió a hombres y mujeres de 18 a 45 años de edad en la comunidad La Sexta, que participaron o no en el programa Bosque para Siempre.

Se obtuvo mayor información de investigación mediante fuentes primarias como: páginas *web* confiables, folletos de la empresa, datos proporcionados directamente por los encargados del programa, videos, libros, y estudios realizados por la empresa. Para esto se realizó y se utilizó varias herramientas de investigación, que son: observación directa, entrevistas y encuestas personales.

Se realizó observación de campo y recolección de información a través de entrevistas al director y colaboradores del programa, la entrevista tuvo sus propios objetivos y resultados. Además se realizó un sondeo, con preguntas básicas para la obtención de un panorama más amplio con preguntas sencillas; para obtener indicadores que se mostraran en el desglose por herramienta para la elaboración del cuestionario.

Finalmente se realizó el cuestionario de la encuesta, cuyo principal objetivo fue corroborar la información obtenida de las fuentes secundarias y de las demás herramientas, además de resolver los objetivos en la investigación general.

2.1.11 Herramientas de investigación

2.1.11.1 Observación

Se utilizó, el método de observación los días 22 de mayo y 21 de junio de 2015 al grupo objetivo, con la finalidad de recolectar datos sobre el estilo y calidad de vida en la comunidad y la ubicación de los establecimientos donde se ejecutan las estrategias de los proyectos del programa Bosques para Siempre.

2.1.11.2 Entrevista

Las entrevistas se realizaron al director del programa y al encargado de la zona Pitzará (La Sexta).

Objetivo principal de la entrevista

Conocer sobre el programa Bosques para Siempre y que influencia ha tenido en la comunidad La Sexta.

Objetivos específicos de la entrevista

- Conocer qué motivo a la creación del programa.
- Identificar cuál son los objetivos principales y específicos.
- Obtener información sobre los diferentes proyectos y estrategias ambientales que se ejecutan.
- Saber cuál es el alcance del programa.

La entrevista se puede revisar en anexo:

- D.1) Formato de la entrevista

2.1.11.3 Sondeo

Se realizó para obtener datos para armar las preguntas de la encuesta—de forma correcta, y con variables medibles y fáciles de identificar para los encuestados.

Se realizó a 15 personas dentro del rango de estudio, mujeres y hombres de 18 a 45 años de edad (ver anexo C.1, con la finalidad de conocer cuáles son los puntos más importantes en la comunidad.

2.1.11.4 Encuesta

Se realizó una encuesta de fácil entendimiento como indica el anexo E.1. La encuesta se realizó con preguntas filtro para saber si los encuestados se encuentran dentro del grupo objetivo de estudio.

A continuación se describen las preguntas asignadas a los colaboradores:

- ¿Conoce o ha escuchado del programa Bosques para Siempre
- ¿Edad?
- ¿Genero?

Continuando con las interrogantes, se necesitó conocer si participó o no en los diferentes proyectos ambientales del programa Bosques para Siempre; de esta manera se puede determinar cuál es el porcentaje de la población que está o ha participado en las distintas actividades del programa, es decir el alcance que tiene este; para ello se realizó la siguiente interrogante:.

- ¿Usted participó o participa en algún proyecto de Bosques para Siempre?
Sí/No
 - Taller TAMCOS
 - Fincas de cacao
 - Escuelas
 - Otros

Además, es importante saber cuántas personas de la comunidad La Sexta han recibido algún beneficio del programa Bosques para Siempre y durante cuánto tiempo lo han recibido, hayan o no participado en el programa; por realizó la siguiente interrogante en el cuestionario:

- ¿Qué beneficio ha recibido usted del programa Bosques para Siempre?
Laboral
Económico
Educativo
Salud
No ha recibido ningún benéfico
Otros, ¿cuáles?
- ¿Durante cuánto tiempo?
Menos de un año

1 a 5 años

6 a 10 años

11 a 15 años

Continuando con los objetivos específicos, se necesitó investigar cómo lo consideran y qué tan importante es en la vida de la comunidad el programa Bosques para Siempre; de esta manera se puede determinar la percepción que tiene la comunidad sobre este y el valor que le dan, además del mensaje que se está captando; por eso se estableció una serie de preguntas las cuales han ayudado a resolver estos objetivos planteados, y son:

- ¿Cómo considera al programa Bosques para Siempre?
 - Muy bueno
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo
- ¿Qué tan imponte es en su vida el programa Bosques para Siempre?
 - Muy importante
 - Importante
 - Poco impórtate
 - Nada importante
- Al mencionar Bosques para Siempre, seleccione 2 o más de las siguientes opciones que asocia al programa:
 - Manejo forestal sustentable
 - Trabajo
 - Apoyo
 - Ayuda social
 - Beneficios para la comunidad
 - Conservación de madera
 - Reducción de la presión sobre los bosques
 - Tener un recurso a largo plazo
 - Cuidado de los bosques
 - Nada
 - Otros, ¿cuáles?

Así mismo, es necesario para este Trabajo de Titulación determinar cuáles son los cambios que ha tenido en el estilo de vida o en el comportamiento el grupo objetivo para esto se estableció una lista con aspectos que aporta el programa a la comunidad:

- ¿Considera que su estilo de vida, desde la implementación del programa Bosques para Siempre? es:

Aspectos	Peor	Igual	Mejor
Laboral			
Económico			
Educación			
Salud			

De igual manera es importante conocer cuáles de los aspectos anteriormente mencionados son los de mayor relevancia para el grupo objetivo, para esto se creó una matriz con una valorización del 1 al 5 siendo uno nada importante y cinco muy importante. Así se podrá estar al tanto de cuál es el aspecto es que más preocupa a la comunidad, y si deberían mejorar o si existe algún otro aspecto que debería implementar para cumplir las expectativas del grupo objetivo.

Uno de los principales objetivos del programa es enseñar a la comunidad la importancia de conservación de los bosques por medio del manejo forestal sustentable, para saber cuál es el porcentaje de los pobladores de la comunidad que conocen sobre MFS se planteó una pregunta filtro la cual es:

- ¿Conoce qué es el manejo forestal sustentable?
Sí/No

Además se requirió investigar a través de una pregunta de opción múltiple cuáles son los temas que el programa ha enseñado en la comunidad, las opciones fueron seleccionadas por los resultados del sondeo.

- Seleccione una o varias de las siguientes frases con la que sienta que el programa se identifica. El programa BPS me enseñó:
La importancia de la conservación de los bosques.
Sobre la importancia de un manejo forestal sustentable.
A desarrollarme profesionalmente.

La importancia de utilizar todos los recursos de la madera.

Técnicas de liderazgo.

Responsabilidad sobre el medio ambiente.

Los bosques como recurso de materia prima.

Ayuda social.

Nada.

Otros, ¿cuáles?

Finalmente toda la información de la encuesta presentada, se ejecutó una tabulación de datos en el programa Excel 2013, en el cual se aplicó un cruce de variables para generar figuras y tablas para ilustrar los resultados de una manera entendible y de fácil manejo. Se realiza las respectivas conclusiones, lo cual se muestra en los resultados; cómo se logró cumplir los objetivos de forma consistente y clara, resolviendo las preguntas científicas establecidas y, finalizando la investigación, se representa las recomendaciones que tienen relación con las conclusiones del trabajo.

Así se puede finalizar la auditoría funcional del marketing social que aplica la empresa Endesa Botrosa a la comunidad La Sexta ubicada en el cantón Puerto Quito, 2015.

CAPÍTULO 3

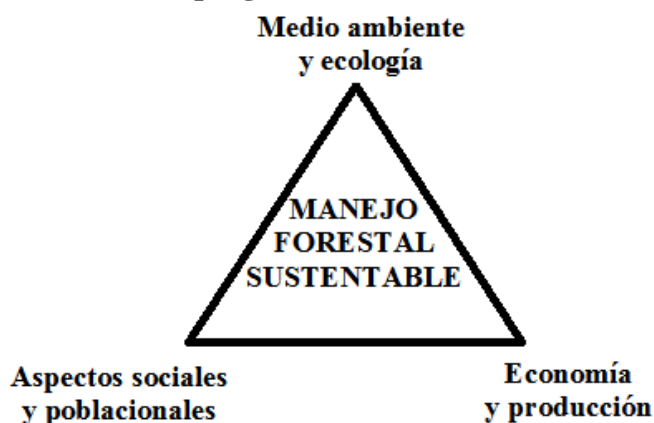
RESULTADOS DE LAS HERRAMIENTAS

3.1. Entrevista a profundidad

El programa fue creado hace unos 15 años con el fin de establecer una relación sólida y perdurable entre la empresa y el bosque, por esta razón fue indispensable esquematizar una estrategia que permita obtener el recurso forestal desde una perspectiva sostenible, permitiendo que el bosque no desaparezca y provea de materia prima en un largo plazo.

Bosques para Siempre impulsa el desarrollo de todas las zonas de influencia a través de proyectos ambientales educativos, los cuales fomentan al manejo forestal sustentable. Los componentes que integran la responsabilidad social del BPS se fundamentan en los principios del manejo forestal sostenible, esto es el equilibrio de aspectos ambientales, forestales, sociales y económicos, en beneficio del bosque, la comunidad y la empresa, esto se puede apreciar en la figura 3.1.

Figuras3.1. Modelo de social del programa



Fuente: Endesa Botrosa. (2010). Manejo forestal sostenible. Documento digital disponible en <http://www.endesabotrosa.com/es/inicio/33-espanol/bosques-para-siempre/manejo-forestal-sostenible.html>

3.1.1. Objetivo principal

Conservar los bosques nativos y plantaciones, por medio del manejo forestal sustentable, a través de proyectos ambientales ejecutados en las diferentes comunidades donde se encuentran los predios de la empresa Endesa Botrosa.

3.1.2. Objetivos secundarios

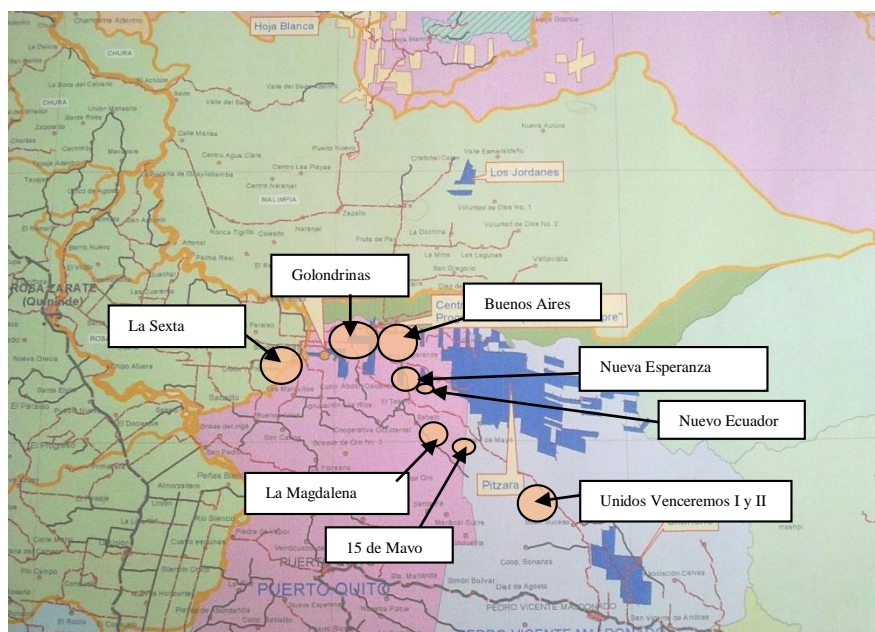
Se vinculan directamente con el desarrollo de las comunidades por medio de los proyectos productivos entre los cuales están:

- Ingresos (fuentes de trabajo).
- Educación (capacitación a profesores, Museo del Árbol).
- Salud (campañas de salud para todas las zonas de influencia).
- Desarrollo comunitario (campañas para promover el no machismo, liderazgo, entre otros talleres).

3.1.3. Alcance del programa

Mediante la entrevista se pudo indagar las zonas de influencia, es decir las comunidades en donde se gestionan todas las actividades del programa Bosques para Siempre; estas se dividieron de acuerdo a la cercanía a cada predio como muestra la figura 3.2.

Figura 3.2. Mapa de las zonas de influencia del programa Bosques para Siempre, plantaciones forestales y bosque nativo



Simbología	
	Plantaciones forestales de propiedad de la empresa.
	Ubicación de las comunidades.

Fuente: Endesa Botrosa. (2010). Manejo forestal sostenible. Documento digital disponible en <http://www.endesabotrosa.com/es/inicio/33-espanol/bosques-para-siempre/manejo-forestal-sostenible.html>

Tabla 3.1. Zonas de influencia del programa Bosques para Siempre

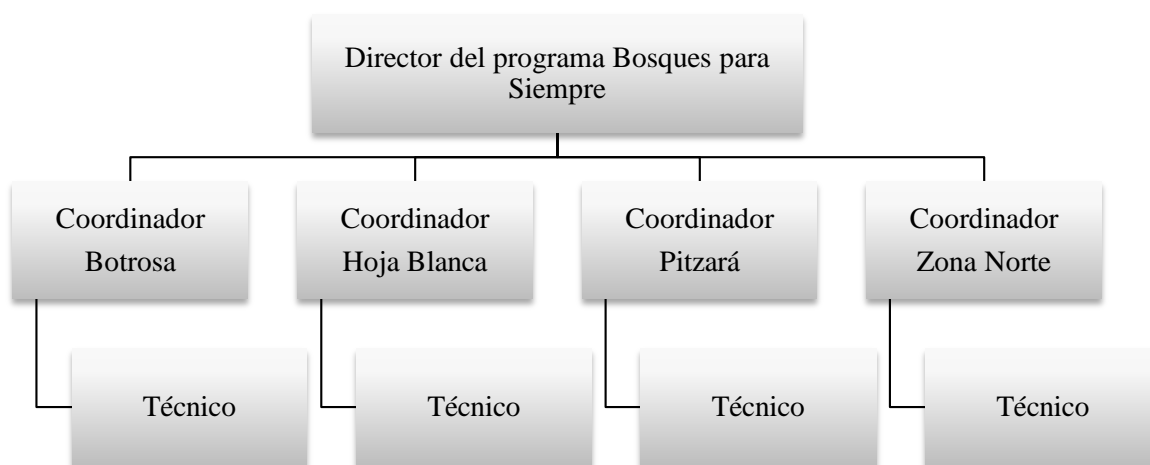
Provincia	Cantón	Junta parroquial	Comunidades
Esmeraldas	Quinindé	Rosa Zarate	Buenos Aires
Pichincha	Puerto Quito	Puerto Quito	La Sexta
			Magdalena
			Nuevo Ecuador
			Nueva Esperanza
	Pedro Vicente	Pedro Vicente	15 de Mayo
	Maldonado	Maldonado	Unidos Venceremos I
			Unidos Venceremos II
Zona no delimitada Golondrinas	Golondrinas	Golondrinas	Golondrinas

Fuente: Endesa Botrosa. (2010). Manejo forestal sostenible. Documento digital disponible en <http://www.endesabotrosa.com/es/inicio/33-espanol/bosques-para-siempre/manejo-forestal-sostenible.html>

Elaborado por: La Autora

La tabla 3.1. se observa de una manera más clara los grupos objetivos (comunidades) en los cuales se manejan los esfuerzos del programa.

Figura 3.3. Organigrama del programa Bosques para Siempre



Fuente: Endesa Botrosa. (2010). Manejo forestal sostenible. Documento digital disponible en <http://www.endesabotrosa.com/es/inicio/33-espanol/bosques-para-siempre/manejo-forestal-sostenible.html>

Elaborado por: La Autora

BPS distribuyó a la comunidad en 4 zonas de influencia, la figura 3.3. señala a cada zona de acuerdo con el nombre de los predios, cada proyecto ambiental es dirigido por un coordinador y un técnico en cada zona de influencia, los mismos que se encargan de cada proyecto.

3.1.4. Proyectos ambientales del programa

La empresa Botrosa y el programa Bosques para Siempre ejecuta proyectos socio ambientales que benefician a los bosques y a las comunidades mediante un manejo forestal sustentable, aportando con el firme convencimiento que, acciones concretas favorecen la conservación de los bosques naturales productivos del país, además de ayudar al desarrollo social.

Los apoyos principales que reciben las comunidades por parte de Botrosa y el programa Bosques para Siempre son:

- Capacitación y asistencia técnica, plantas y pie de crías para la producción de cacao, pollo y madera (zona de Hoja Blanca, Zona Norte).
- Capacitación y talleres sobre bienestar social, temas de liderazgo, recursos humanos, primeros auxilios entre otros temas (zona Pitzará).
- Existe una asociación llamada 4 de Marzo, proyecto exclusivamente de la comunidad La Sexta conformada únicamente por mujeres (zona Pitzará).
- Temas de cacao, temas genéticos y manejo, en sus mismos espacios puedan generar sus propios ingresos (zona de Hoja Blanca, Zona Norte).
- Otros proyectos importantes que involucran a toda la población para ayudar al desarrollo son:

Educación se ha realizado en toda la zona en temas de capacitación, bonificación a maestros.

Salud junto al ministerio se realiza campañas de salud en todas zonas influencia

Desarrollo comunitario no violencia con la mujer, entre otras capacitaciones.

3.2. Observación de campo

Los días 21 de junio y 25 de junio del 2015 se realizó, una visita a la comunidad La Sexta, ubicada a 30 minutos del cantón Puerto Quito, en donde se utilizó observación como herramienta con la finalidad de conocer el estilo y calidad de vida, ubicación de los

establecimientos donde se ejecutan las diferentes estrategias de los proyectos del programa Bosques para Siempre, centro de interpretaciones y cuáles son los proyectos que se realizan en La Sexta; además se pudo observar las zonas de influencia donde están ubicadas las plantaciones forestales del programa.

3.2.1. Predio Pitzar

Si bien es cierto que La Sexta, está vinculada con bosques nativos al ser zona de influencia por donde pasan los camiones cargados de madera de la zona de Hoja Blanca, geográficamente está más cercana de las plantaciones forestales y hay una gran parte de los empleados de estas zonas que trabajan en la Planta Botrosa, en el Centro de Interpretación y en las plantaciones forestales.

La plantación forestal de Pitzar, hoy en día es un modelo bajo el principio del manejo forestal sostenible. El manejo adecuado a nivel ambiental, económico y social ha permitido ser certificada por la *ForestStewardship Council* (FSC), que garantiza que sus procesos de producción son responsables y respetuosos con el medio ambiente.

3.2.2. La Sexta

Según el Sr. Fausto Luzuriaga Director de Desarrollo Comunitario de Municipio de Puerto Quito, la comunidad La Sexta es una pequeña población que cuenta con alrededor de 4000 habitantes, no se puede apreciar dato alguno en el Redatam puesto que se encuentra en una zona en litigio es decir que no tiene zona política ni administrativa ya que entre Quinindé, Esmeraldas, y Puerto Quito, de Pichincha ambos cantones se disputan la jurisdicción de este sector, por lo cual recibe ayuda de ambos gobiernos central como:

- Dirección Distrital de Salud de Quinindé.
- Dirección Distrital de Educación de Puerto Quito.

Esta comunidad/recinto colinda con la planta industrial de Botrosa, plantaciones y del centro de interpretación.

Este grupo está integrado por personas provenientes de diversas partes del país que arribaron a la zona hace más o menos 35 años y fueron a tomar tierras baldías en búsqueda de “mejores días” como lo manifiestan. Son colonos mestizos casi en su totalidad; sin embargo, en la actualidad se observa la presencia de afroecuatorianos que igualmente han llegado a la zona en busca de trabajo.

Según estudios realizados por la empresa Botrosa, las principales actividades económicas que se realizan en la comunidad:

- Un 35% de la población está vinculada a palmicultura, las empresas extractoras que existen en el sector son:
 - Lafabril
 - Oleocastillo
 - Epacen
 - Agrasexta.
- El 25% de la población se dedica al cultivo del palmito.
- Otra fuente de ingresos importante son los empleos y jornales (directos o indirectos) que son generados por la empresa Botrosa en la zona, un 35% de la población se dedican a la actividad de recurso forestal.
- Un 1% de la población se dedica al cultivo de cacao (2010, Botrosa, párr. 3).

3.2.2.1. Proyecto para mujeres de la comunidad La Sexta

Existe una asociación formada únicamente por mujeres de la comunidad, la cual es una fuente muy importante de trabajo. Cualquier mujer puede ingresar a trabajar en esta asociación, los requisitos son:

- Copia de Cédula de Ciudadanía.
- Pago único de \$50 dólares.

Se han ejecutado diversos proyectos socio- ambientales durante el transcurso de los años, los cuales son:

- **Talleres artesanales:** proyecto que beneficiaba a 80 mujeres de la comunidad, se trataba de la reutilización de chapas de madera donde se reprocesan las almas para la elaboración de *plywood* de la empresa Botrosa, pereció hace 6 meses por la adquisición de nueva tecnología.
- **Proyecto liderado 4 de marzo:** Botrosa provee de caras que van contrachapadas, le dan retoques y lo revenden a la industria, hoy en día están trabajando únicamente 8 socias.

Tabla 3.2.-Porcentaje de mujeres que trabajan en el programa

Antes	Ahora
80 mujeres	8 mujeres

Fuente: La Autora

3.2.2.1.1. Educación

La educación en la comunidad junto con el manejo forestal sustentable, es una responsabilidad social adquirida con las poblaciones de la zona Pitzará comunidad La Sexta), las acciones que realiza en la comunidad el programa BPS son:

- Bonificaciones a maestros.- A través del plan de incentivos económicos y materiales, BPS reconocía la labor educativa de los docentes; 20 maestros y maestras de las escuelas bonificadas y no bonificadas de la zona Pitzará se capacitaron en temas pedagógicos.
- Capacitaciones a docentes.- Se realizan talleres de educación para los maestros bonificados, los cuales buscan aportar con nuevos conocimientos y metodologías que promueven procesos creativos de enseñanza dentro del aula.
- Aporte para el mobiliario escolar.- Cada año Botrosa dona tableros para elaborar pupitres escolares, para esto cada escuela debe presentar una solicitud.
- Museo Interactivo del Árbol.- Es un espacio creado para estimular los sentidos y brindar la oportunidad de aprender y recrearse a través de juegos mentales, aportando con el desarrollo de la educación ambiental forestal y de conservación del bosque húmedo tropical.

El costo de la entrada es:

- Adultos 2,50 dólares americanos.
- Niños y tercera edad 1,00 dólar americano.

El horario abierto al público es de lunes a jueves.

3.3. Sondeo

Se realizó un sondeo a 30 personas de la comunidad La Sexta dentro del rango de estudio, hombres y mujeres entre 18 y 45 años que hayan participado o no en el programa

Bosques para Siempre, para de esta manera poder formar las preguntas del cuestionario con variables medibles, fáciles de entender para los encuestados. El sondeo se elaboró con fin de conocer sobre la percepción del programa BPS y qué es lo que les ha enseñado el mismo, además de algunas otras variables que puedan ayudar para el estudio.

3.3.1. Resultados del sondeo

Tabla. 3.3. Conoce o ha escuchado del programa Bosques para Siempre

Frecuencia	Porcentaje
30	100%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí		
No		
Total		

Se aplicó una pregunta filtro para saber si las personas que intervienen conocen sobre el programa BPS de la empresa Endesa-Botrosa. Las siguientes preguntas del sondeo se realizaron para obtener un pequeño listado sobre la percepción, los beneficios que brinda, y lo que enseña el programa a la comunidad La Sexta; de esta manera se puede establecer estas variables en el cuestionario de la encuesta.

Tabla 3.4. Idea que asocia con el programa Bosques para Siempre

Percepción del programa			
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Apoyo a la comunidad	1	3.3%	3.3%
Ayuda social	5	16.7%	20%
Beneficio para la comunidad	3	10%	30%
Empresa Botrosa	4	13%	43%
Conservación de bosques	9	30%	73%
Cuidado de los bosques	5	16,70%	89.70%
Manejo forestal sustentable	2	7%	96.70%
Reducción de la presión de los bosques naturales y plantaciones	1	3.30%	100%
Total	30	100%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Tabla 3.5. Beneficios que brinda el programa

Beneficios que brinda el programa			
VARIABLES	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Trabajo	10	33.30%	33.30%
Dinero	3	10%	43.30%
Capacitaciones	2	6.70%	50%
Educación	12	40%	90%
Salud	2	6.70%	96,70%
Obras sociales	1	3.3	100
Total	30	100	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Tabla 3.6. Enseñanzas del programa BPS

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ayuda social	7	23.30%	23.30%
Bosques como materia prima a largo plazo	3	10%	33.30%
Desarrollarme profesionalmente	2	6.70%	40%
Importancia de la conservación de los bosques	5	16.70%	56.70%
Manejo forestal sustentable	4	13.30%	70%
Responsabilidad del medio ambiente	4	13.30%	83.30%
Técnicas de liderazgo	3	10%	93.30%
Utilizar todos los recursos de la madera	2	6.70%	100%
Total		100%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Los resultados del sondeo, como lo indican las tablas 3.4., 3.5.y 3.6., ayudaron a establecer las variables para elaborar las preguntas del cuestionario para unas encuestas fáciles y comprensibles con el vocabulario de la población.

3.5. Encuestas

3.5.1. Ficha técnica de la encuesta

Tabla 3.7. Ficha técnica de la encuesta

Muestra de estudio			
Género	Edad/ años	Lugar	n=muestra personas
Hombres y mujeres	18 a 45 años	La Sexta (Puerto Quito)	244

3.4.2. Dato de identificación

3.4.2.2. Género

Tabla 3.8 Género de los encuestados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	128	52,70%
Mujeres	116	47,30%
Total	244	100,0%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

3.4.2.1. ¿Conoce o ha escuchado sobre el programa Bosques para Siempre?

Tabla 3.9. Conocimiento del programa Bosques para Siempre

Pobladores que conocen sobre el programa BPS	
Frecuencia	Porcentaje
244	100%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Esta pregunta filtro se realizó con el fin de conocer si todos los encuestados han escuchado o conocen sobre el programa, para así poder saber si están dentro del grupo de estudio.

3.4.2.3. Edad

Tabla 3.10. Porcentaje de encuestadas para la investigación

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
18 - 24	46	18,52%	18,52%	18,52%
25-31	72	29,63%	29,63%	48,15%
32-38	69	28,40%	28,40%	76,55%
39- 45	57	23,46%	23,45%	100,00%
Total	243	1,00	100,0%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Dentro de los rangos de edad, se obtuvo una moda de 25-31 años, siendo las edades de los hombres y mujeres más encuestados, con un porcentaje de 29,63% perteneciente a un total de 72 personas, y una media de edades de 32-38 años que ocupa el segundo lugar con 69 personas y un porcentaje de 28,40%.

3.4.2.4. Estado civil

Tabla 3.11. Estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Soltero	51	20,98%	20,98%	20,98%
Casado	76	31,28%	31,28%	52,26%
Divorciado	6	2,47%	2,50%	54,76%
Viudo	12	4,93%	4,93%	59,69%
Unión libre	98	40,32%	40,32%	100,00%
Total	244	1,00	100,0%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

En la tabla 3.11. se puede observar los diferentes tipos de estado civil que tienen los pobladores, la unión libre es la de mayor porcentaje pues representa un 40,32% de encuestados, seguido por el estado civil casado con 31,28% y soltero con 20,98%.

3.4.2.5. Último año aprobado

Tabla 3.12. Nivel de estudios

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria culminada	58	23,90%	23,90%	23,90%
Primaria no culminada	44	17,70%	17,70%	41,60%
Secundaria culminada	79	32,50%	32,50%	74,10%
Secundaria no culminada	63	25,90%	25,90%	100,00%
Total	244	1,00	100,0%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Con respecto a los estudios primarios, un 23,90% de los encuestados que culminó solamente la educación primaria y el 17,70% no ha culminar sus estudios primarios.

Se investigó el nivel de formación de la población, los resultados indican que un 32,50% de los encuestados ha culminado sus estudios secundarios, seguido por un 25,90% de encuestados que no los finalizó.

Tabla 3.13. Escolaridad de hombres

Hombres	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	53	41,41%	41,41%	41,41%
Secundaria	75	58,59%	58,59%	100,0%
Total	128	1,00	100,0%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Tabla 3.14. Escolaridad de mujeres

Mujeres	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	49	41,39%	41,39%	41,39%
Secundaria	67	58,26%	58,26%	100,0%
Total	116	1,00	100,0%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Realizando un cruce de variables del nivel de escolaridad en los hombres y mujeres encuestados, se pudo apreciar que el 58,59% de 128 encuestados los hombres tienen estudios secundarios; en la tabla 3.14. se observa que el 58,26% de mujeres tiene ese nivel de estudios.

En relación con el total de encuestados, el 30,86% de hombres tiene educación secundaria, en tanto que un 27,57% de mujeres tiene ese nivel de educación.

3.4.2.6. Profesión/ocupación

Tabla 3.15. Profesión/ocupación de los encuestados

Profesión	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Educador	29	11,93%	11,93%	11,93%
Comerciante	35	14,40%	14,40%	26,33%
Ganadero	26	10,70%	10,70%	37,03%
Constructor	28	11,52%	11,52%	48,55%
Agricultor	20	7,81%	7,81%	56,36%
Transportista	24	9,87%	9,87%	66,23%
Ama de casa	31	12,75%	12,75%	78,98%
Otra	51	21,00%	21,00%	100,00
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

La mediana de este estudio es la actividad económica de comerciantes con un 14,40%, siguiendo las amas de casas con un 12,75% y el 11,93% se dedica a la educación. El 21,00% se dedica a diferentes actividades las cuales se las describen en la siguiente tabla.

3.4.3. Pregunta 1. ¿Usted participó o participa en algún proyecto de Bosques para Siempre?

Mediante esta pregunta se pudo determinar cuál es el porcentaje de los encuestados que han intervenido en alguna actividad del programa Bosques Para Siempre, como se observa en la tabla 3.16. un 79,01% de los encuestados conoce sobre el programa pero no ha participado en las actividades, el otro 20,99% ha participado en algún momento de su vida en los proyectos que brinda.

Tabla 3.16. Participación en el algún proyecto de Bosques para siempre

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	52	20,99%	20,99%	20,99%
No	192	79,01%	79,01%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

En la tabla 3.16. se puede observar el porcentaje de personas que participan y no participan actualmente. Durante el estudio se determinó que los proyectos ambientales que se aplican en la comunidad La Sexta son los siguientes:

- La Asociación de Mujeres 4 de marzo.
- Ayuda a las escuelas y colegios de la comunidad.

Actualmente se encuentran participando únicamente 8 personas en el programa; y estas pertenecen a la Asociación de Mujeres 4 de marzo; las otras 43 personas ya no participan en el programa y comprenden a 20 profesores de los diferentes establecimientos educativos que existen en la comunidad y 23 mujeres que trabajaban en la asociación.

Tabla 3.17.-Mediana

Mediana	
Talleres de mujeres	8 años
Profesores	7 años

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Adicionalmente, se averiguó durante cuánto tiempo han trabajado o trabajaron para el programa y los resultados se pueden apreciar en la tabla 3.17.

3- ¿Entre que edades se encuentran sus hijos?

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
10 a 5 años	205	29,41 %	29,41 %	29,41 %
6 a 12 años	253	36,29 %	36,29 %	65,7 %
13 a 18 años	239	34,3 %	34,3 %	100%
Total	697	1,00	100,0%	

3.4.6. Pregunta 4.- ¿Cómo conoció sobre el programa Bosques para Siempre?

Mediante esta pregunta se conoció sobre los medios de comunicación más utilizados.

Tabla 3.18. Medios de comunicación por los cuales se enteraron del programa

Medios de comunicación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vecinos	117	48,10%	48,10%	48,10%
Volantes	29	11,90%	11,90%	60,00%
Radio	10	3,70%	3,70%	63,70%
Otros	88	36,20%	36,20%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Un 48,10% de los encuestados indica que se enteró de la existencia del programa por medio de los vecinos, un 36,20% se enteró por otros medios, como familiares y por ser trabajadores de Botrosa.

3.4.7. Percepción de la comunidad sobre el programa Bosques para Siempre

3.4.7.1. Pregunta 5.- ¿Cómo considera al programa Bosques para Siempre?

Tabla 3.19. Calificación del programa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	94	38,70%	38,70%	38,70%
Bueno	93	38,30%	38,30%	77,00%
Regular	34	14,00%	14,00%	91,00%
Malo	18	7,40%	7,40%	98,40%
Muy malo	5	1,65%	1,60%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

La descripción según la percepción de los encuestados es un indicador para ver cómo califican al programa, los resultados se muestran en la tabla 3.19. 187 personas lo catalogan como muy bueno y bueno estos constituyen el 77,70% de encuestados cataloga al programa como muy bueno y bueno. Las personas de la comunidad que no tienen una buena percepción del programa, por eso lo califican como regular, malo y muy malo, y estos equivalen al 22,30% de encuestados; la tabla 3.20. muestra las razones por las que no se sienten satisfechos con el programa.

3.4.7.2. Pregunta 6. Explique por qué.

Tabla 3.20. Motivos de instalación

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No cumplieron con mis expectativas	7	10,70%	10,70%	10,70%
No es relevante	17	30,40%	30,40%	41,10%
No aporta nada a la comunidad	12	21,40%	21,40%	62,50%
No aporta nada a mi vida	21	37,50%	37,50%	100,00%
Total	57	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Como se observa en la tabla anterior, existen 56 encuestados que no se sienten satisfechos con el programa; un 37,50% indica que el programa no aporta nada a su vida, el 30,40% señala que no es relevante, un 21,40% opina que no aporta nada a la comunidad y el 10,70% manifiesta que el programa no cumple con sus expectativas.

3.4.7.3. Pregunta 7.- ¿Qué tan importante es en su vida el programa Bosques para siempre?

Tabla 3.21. Importancia del programa en la vida de la comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	68	28,00%	28,00%	28,00%
importante	61	25,10%	25,10%	53,10%
Poco importante	63	25,90%	25,90%	79,00%
Nada importante	51	21,00%	21,00%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Mediante esta pregunta se consiguió determinar el grado de relevancia que los pobladores de La Sexta le están dando al BPS. En la tabla 3.21. se observa que un 53,10% de encuestados menciona que el programa es muy importante e importante en su vida el 46,90% señala que el programa es poco y nada importante.

3.4.7.4.Pregunta 10.- Seleccione 2 o más de las siguientes opciones que usted asocia con el programa Bosques para Siempre:

Tabla 3.22. Con qué asocian al programa

Percepción del programa		
Variables	Resultados	
	Numero	Porcentaje
Manejo forestal sustentable	84	34,56%
Apoyo a la comunidad	87	35,80%
Ayuda social	99	40,74%
Beneficios para la comunidad	87	35,80%
Conservación de bosques	97	39,91%
Reducción de la presión sobre los bosques	44	18,10%
Cuidado de los bosques	117	48,14%
Nada	59	24,27%
Otros	34	13,99%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Se observa en la tabla 3.22. con qué asocian los encuestados al programa Bosques para Siempre: un 48,14% lo relaciona con cuidado de los bosques, el 40,74% señala que el programa es ayuda social, un 39,91% lo asocia con la conservación de bosques. Seguidas por lo que asocian con beneficios para la comunidad y apoyo a la comunidad con el 35,80% respectivamente y un 34,56% y lo relacionan con el manejo forestal sustentable. Un 24,27% manifestó que al escuchar Bosques para Siempre, no lo asocian con nada

3.4.8. Preguntas para determinar si se están cumpliendo los objetivos del programa

El principal objetivo del programa Bosques para Siempre es enseñar a la comunidad la importancia de conservación de los bosques por medio del manejo forestal sustentable - MFS, para obtener ese resultado se elaboraron dos preguntas sobre MFS. Se realizó una pregunta filtro con el fin de estar al tanto de la cantidad de personas que saben sobre el tema de MFS, para así poder determinar el grado de importancia que los pobladores le dan a este tema.

Mediante la pregunta: ¿conoce qué es manejo forestal sustentable?, se pudo determinar la cantidad de pobladores de la comunidad que conocen sobre MFS esto se refleja en la tabla 3.24; el 70,80% de los encuestados sí conoce sobre manejo forestal sustentable y el 29,20% no tiene conocimiento al respecto.

3.4.8.1. Pregunta 8.- ¿Conoce qué es manejo forestal sustentable?

Tabla 3.24. Conocimiento sobre el manejo forestal sustentable

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	172	70,80%	70,80%	70,80%
No	72	29,20%	29,20%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

La siguiente pregunta estuvo dirigida únicamente a las 172 que afirmaron conocer sobre el MFS la tabla 3.25. muestra el grado de importancia que los pobladores le dan a este tema, un 97,08% de están los encuestados indicó que esto es muy importante e importante, el otro porcentaje aludió que es poco importante y corresponde al 2,92% de encuestados.

3.4.8.2.Pregunta 9.- ¿Cuál es el grado de importancia que le da usted al manejo forestal sustentable?

Tabla 3.25. Grado de importancia que le dan al MFS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	162	66,28%	66,28%	66,28%
Importante	129	30,80%	30,80%	97,08%
Poco importante	7	2,91%	2,91%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El objetivo secundario del programa es, por medio de los proyectos ambientales, ayudar al desarrollo de la comunidad; por esta razón se planteó la pregunta: ¿qué beneficio ha recibido usted del programa Bosques para Siempre? Las variables que se establecieron para esta pregunta se basaron en el sondeo y la entrevista a profundidad realizada en la parte de investigación descriptiva, los resultados de cada variable se las dividieron en diferentes tablas que se describen en las siguientes tablas.

Pregunta 12.- En los siguientes aspectos, ¿cómo considera que es su estilo de vida desde la implementación del programa Bosques para Siempre?

3.4.8.2.1. Aspecto laboral

Tabla 3.27. Estilo de vida laboral desde la implementación del programa

Laboral	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Peor	11	4,12%	4,12%	4,12%
Igual	122	50,20%	50,20%	54,32%
Mejor	111	45,68%	45,68%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Un 50,20% de los encuestados sienten que su vida laboral sigue igual, seguido de un 45,68% que considera que ha mejorado su estilo de vida laboral entre los cuales se encuentran 38 personas de la comunidad que han trabajado o están trabajando para la empresa Botrosa y la asociación de mujeres, 16 profesores de las diferentes instituciones educativas de La Sexta y el resto de personas se dedican a diferentes actividades como comerciantes, ganadero, agricultor y transportista.

3.4.8.2.2. Aspecto económico

Tabla 3.28. Estilo de vida económico desde la implementación del programa

Económica	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Peor	7	2,47%	2,47%	2,47%
Igual	131	53,91%	53,91%	56,38
Mejor	106	43,62%	43,62%	100,00%
Total	243	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Un 53,91% de los encuestados afirma que su economía sigue igual, seguido por el 43,62% que indica que ha mejorado y un 2,47% alude que ha empeorado.

3.4.8.2.3. Aspecto educativo

Tabla 3.29. Estilo de vida educativo desde la implementación del programa

Educativo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Peor	1	0,41%	0,41%	0,41%
Igual	148	60,91%	60,91%	60,91%
Mejor	97	38,68%	38,68%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 60,91% de los encuestados afirma que su educación sigue igual desde que se implementó el programa, seguido por el 38,68% afirma que ha tenido una mejora y un 0,41% alude que ha empeorado su educación.

3.4.8.2.4. Aspecto salud

Tabla 3.30. Estilo de vida en el aspecto salud desde que se implementó el programa

Salud	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Peor	2	0,41%	0,41%	0,41%
Igual	198	81,48%	81,48%	81,89%
Mejor	44	18,11%	18,11%	100,00%
Total	244	1,00	100,00%	

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 81,48% de encuestados comenta que no ha cambiado en nada en el tema de salud desde la implementación del programa y un 18,11% distingue una mejora.

3.4.8.3.Pregunta 13.- Califique del uno a 5 la importancia que tiene en su vida cada uno de estos aspectos, siendo 5 muy importante y 1 nada importante

Tabla 3.21. Importancia de cada aspecto

Importancia	Aspectos							
	Laboral		Económico		Educativo		Salud	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
1	3	1,23%	0	0%	1	0,41%	0	0%
2	0	0%	0	0%	11	4,25%	1	0,41%
3	41	16,87%	49	20,16%	50	20,57%	24	9,87%
4	85	34,97%	85	34,97%	55	22,63%	84	34,56%
5	114	46,91%	109	44,85%	126	51,85%	134	55,14%
Total	100%							

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

En la tabla 3.21. se puede ver los resultados del orden de importancia que le dan a cada uno de los aspectos anteriormente evaluados, para la explicación de esta tabla solo se va a considerar la calificación 5 (muy importante), así se logró resolver la pregunta de la sistematización: ¿cuáles son los puntos que más preocupa a la comunidad?

Tomando en cuenta los mayores porcentajes, se puede corroborar que en la población el tema que más le preocupa es la salud un 55,14%; un resultado parecido presenta el tema de educación con un 51,85% seguido por lo laboral con un 46,91%.

3.4.8.4. Pregunta 14.- ¿En qué le gustaría que mejore el aporte del programa Bosques para Siempre?

Tabla 3.22. Aspectos que el programa debería mejorar

En qué le gustaría que mejore el aporte		
Variables	Resultados	
	Numero	Porcentaje
Laboral	106	43,60%
Económico	94	38,68%
Educativo	127	52,26%
Salud	160	65,83%
Otros	105	43,21%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 65,83% de los encuestados respondió que el programa debería mejorar en el tema de la salud, el 52,26% mencionó que se debería mejorar al aspecto educación.

Otros resultados señalaron que el programa debería mejorar las fuentes de trabajo que ofrece a la comunidad, pues no cubre la demanda que existe en la población, con un 43,60% seguido por el 43,21 que le gustaría temas como son: las obras sociales y capacitaciones.

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.32. Conclusiones

La mayor población entre hombres y mujeres está en el rango de 25-31 años de edad; entre los diferentes tipos de estado civil que existen, la unión libre es la que más se repite en esta comunidad, con un nivel socio económico bajo-bajo. Se concluyó que los proyectos socio ambientales que se ejecutan en esta comunidad son la asociación de mujeres 4 de marzo y la ayuda a las escuelas y colegios de la zona.

Se pudo verificar que el programa BPS posee establecidos de una manera muy clara los objetivos y definida la meta donde se quiere llegar, con las estrategias y acciones de cada proyecto socio ambiental.

Mediante el estudio se pudo verificar que el objetivo principal por el cual se creó el programa Bosques para Siempre se está cumpliendo, ya que en la comunidad se ha creado conciencia de conservación de los bosques a través del manejo forestal sustentable.

Analizando los resultados, los pobladores de la comunidad La Sexta conocen sobre el manejo forestal sustentable.

Tras el estudio de mercado, se pudo determinar que a través de las capacitaciones que brindó el programa BPS ha logrado diversos cambios en el ambiente social cultural de la comunidad, viéndose reflejado en la inclusión laboral de la mujer teniendo una participación económica en el hogar.

Se impartió capacitaciones que ayudaron a los pobladores a adquirir diferentes tipos de conocimiento: el cual que lo que se relaciona con técnicas de liderazgo, primeros auxilios, conservación de bosques, igualdad de género, desarrollarse personal y profesionalmente.

Los proyectos planteados por el programa BPS. tienen falencias como indican los resultados de la investigación pues la insatisfacción que tiene los pobladores es alta una gran parte lo percibe como un programa que no ayuda a la población en general, únicamente afirman que los beneficiados con los proyectos son las personas que trabajan o participan en el programa y tienen relación directa con la empresa Botrosa.

Se logró obtener por esta investigación, que tan solo el 20,99% de los pobladores de la comunidad ha participado en el programa.

Al analizar esta investigación, se concluyó que los proyectos que han causado mayor impacto dentro de la comunidad generando un cambio en su estilo de vida son en la parte educativa y de igual manera han tenido una mejora en el ámbito laboral.

Considerando los resultados de la investigación, se puede determinar que los beneficios que recibe la comunidad La Sexta son las capacitaciones para hombres y mujeres en diferentes aspectos que son: liderazgo, primeros auxilios, igualdad de género, manejo forestal sustentable y cuidado de los bosques.

Otro beneficio que reciben en el ámbito laboral las mujeres de la comunidad que participan en la asociación de mujeres 4 de Marzo, y en el aspecto educativo las capacitaciones a los profesores y obsequiar materiales como pupitres a las diferentes escuelas y colegios.

Con este estudio se pudo concluir que la comunidad afirma que estos beneficios los reciben únicamente los pobladores que se relacionan directamente con la empresa Botrosa y el programa BPS.

El aspecto que más le preocupa a la comunidad es la salud, si bien el programa BPS planteo objetivos sobre la salud los cuales mencionan que realizan campañas junto al Ministerio de Salud los pobladores no asocia alguna ayuda del programa a la comunidad.

Otro aspecto muy importante para la comunidad es la parte educativa, por esta razón solicitan que existan más capacitaciones a profesores de los diferentes establecimientos de la zona. La parte laboral es otro aspecto que tuvo mucha relevancia en este estudio, pues los resultados indican que no existen las suficientes fuentes de trabajo para la demanda de la comunidad.

La mayoría de pobladores considera que el programa BPS es muy bueno, pues aporta con obras sociales y educa a la comunidad sobre la importancia de la conservación de los bosques.

El otro 23% señaló que el programa BPS es regular a muy malo, estos pobladores son aquellos que indican insatisfacción pues no han recibido ningún tipo de beneficio del programa en su vida y no cumple con las expectativas.

Más del 50% de los pobladores de la comunidad considera importante el programa BPS en sus vidas, pues de alguna manera este ha aportado con capacitaciones, obras sociales, entre otros.

El otro 46,90% lo considera como nada importante ya que este no ha contribuido en nada su vida, estas personas lo catalogaron como un programa social que no ha porta en la comunidad además de no cumplir sus expectativas.

Un 48,14% de pobladores relaciona directamente con el cuidado de los bosques y un 40,74% lo asocia con ayuda social.

3.33.Recomendaciones

Se debe mejorar en el alcance del programa BPS, si bien es cierto que la empresa indica que sus proyectos están dirigidos para todas aquellas personas que vivan en la comunidad y cubren a la mayor parte de la población, los resultados demostraron lo contrario; lo que ocasionó que sus expectativas sobre el programa estén bajas y presenten insatisfacción.

Se recomienda a la empresa

- Mejorar en la comunicación de los beneficios que brinda el programa BPS a la comunidad, informando que cualquier poblador puede recibirlos, con esto se lograría cambiar la percepción que tienen los pobladores y obtener que la población insatisfecha disminuya.

Acciones: Esto se realizaría con *marketing boca a boca*.

- En cada campaña de salud hacer conocer que el programa BPS respalda estas campañas junto al Ministerio de salud, por medio de presencia de marca como botones que tengan el logotipo del programa.
- Se debe incentivar a la comunidad a que participe en el programa Bosques para Siempre

Acciones:

- Invitar a todas las mujeres y hombres de la comunidad a las diferentes capacitaciones que tienen ellos; utilizando los diferentes espacios físicos que tiene el programa BPS como son el museo del árbol y el centro de interpretación para impartir las diferentes capacitaciones. Así se podrá demostrar que los beneficios que brinda el programa BPS, no son únicamente para aquellas personas que tienen relación directa con la empresa.
- Invitar a los estudiantes de las diferentes escuelas y colegios del cantón a que asistan al museo del árbol y por medio de los juegos puedan aprender la importancia de la conservación de los bosques.
- Abrir el museo del árbol los fines de semana, ya que la mayoría de la población es económicamente activa y no pueden visitar el museo entre semana.
- Hacer presencia de marca en cada evento que realice el programa, por medio de material P.O.P.

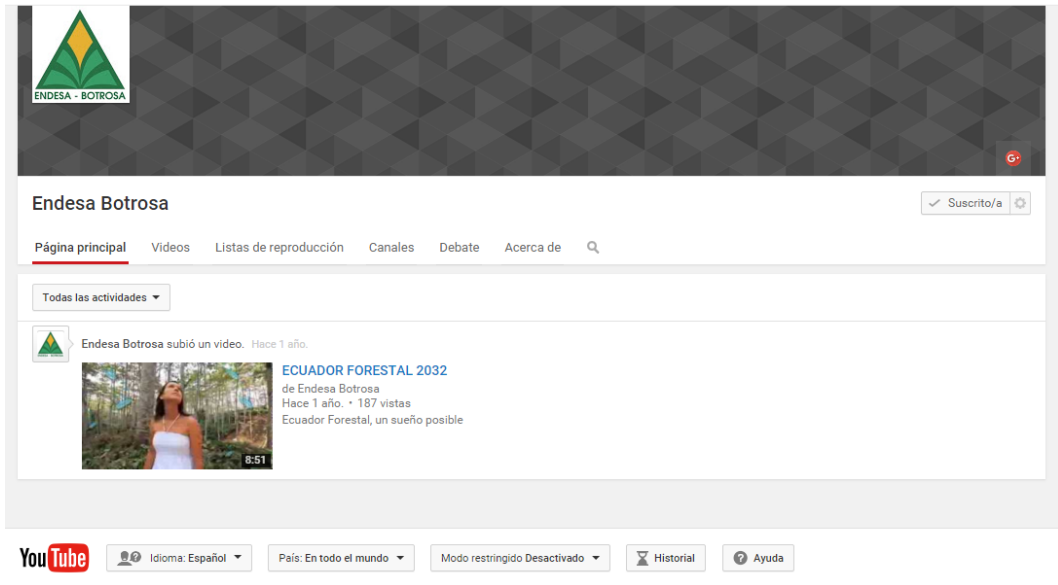
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bermeo, A. (s.f.). *Desarrollo sustentable en la República del Ecuador*. Disponible en <http://www.unep.org/GC/GC23/documents/Ecuador-Desarrollo.pdf>
- Casado, A. y Sellers, R. (2006). *Dirección de marketing teoría y práctica*. Club Universitario: ECU
- Ecuador forestal. (s.f.). Procedimientos para aplicar al programa de incentivos forestales. Disponible en <http://ecuadorforestal.org/informacion-s-f-e/>
- Endesa Botrosa. (2010). *Endesa – Botrosa*. Disponible en <http://www.endesabotrosa.com/es/>
- Jara, F. (2012). *Texto guía para la cátedra de auditoría de marketing*. Ecuador.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. (8ª ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Roberto, E. L. (1992). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. España: Díaz de Santos.
- Munuera, J. L. y Rodríguez, A. I. (2007) *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*. España: ESIC Editorial.
- Naciones Unidas. (2010). *Temas mundiales, Medio ambiente*. Disponible en <http://www.un.org/es/globalissues/environment>
- Pérez, L. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. México: Pearson Educación.
- Samil, L. (1992). *Marketing social corporativo*. España
- Santasmanes, M. (1998). *Marketing conceptos y estrategias*. (5ª ed.). España: Pirámide.
- Vázquez, M. (2006). *Marketing social corporativo*. Documento digital disponible en www.eumed.net/libros/2006a/mav/

ANEXOS

A) Fuentes secundarias

- **Página oficial en YouTube de Endesa Botrosa**

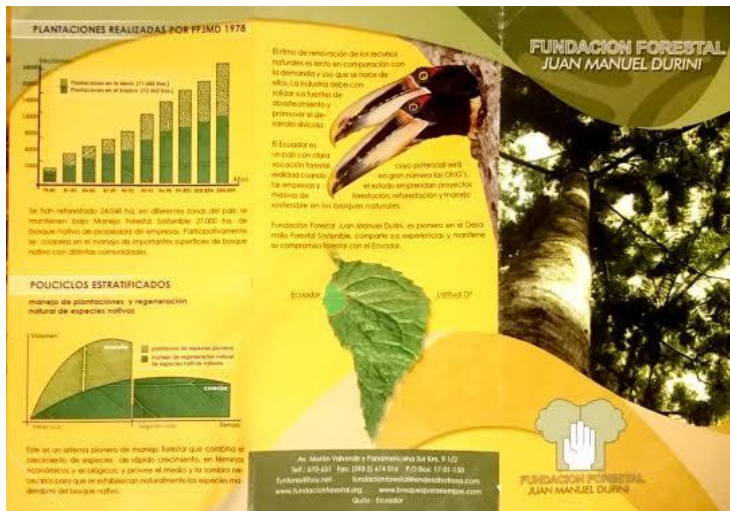


- **Folleto del programa Bosques para Siempre**

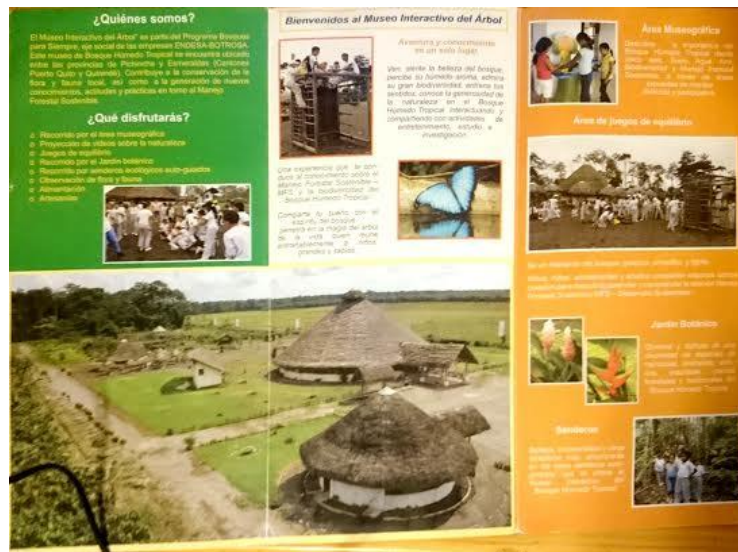
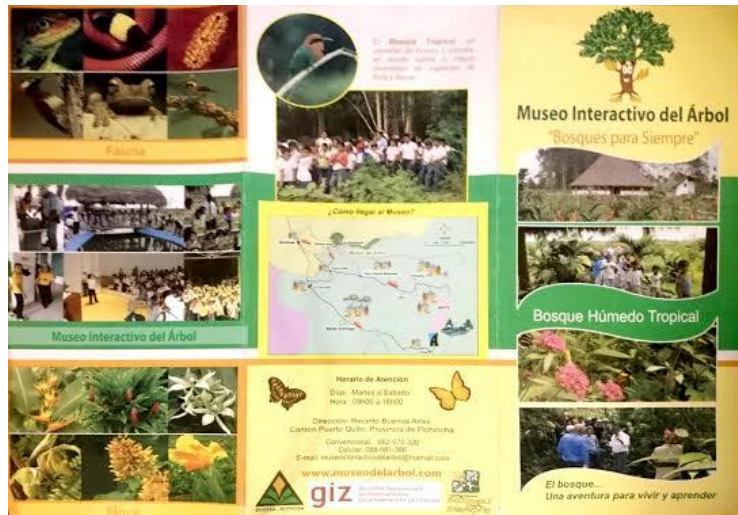




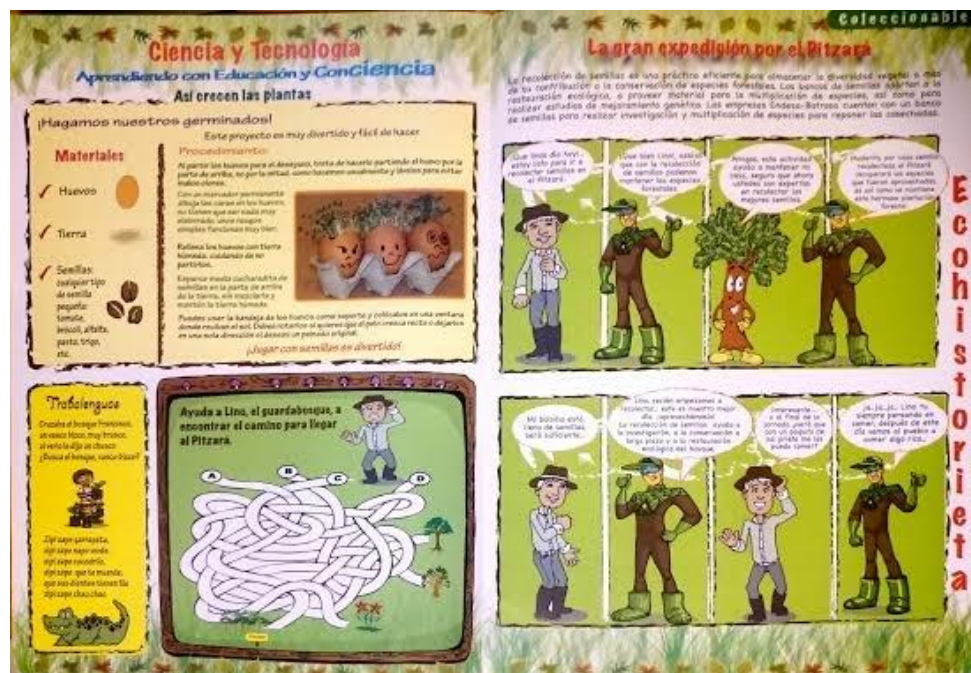
• Folleto de la Fundación Juan Manuel Durini



• Tríptico del Museo del Árbol



- Folleto de la comunidad Pizará



B) Observación



- **Asociación de mujeres 4 de marzo**







- **Escuela Simón Bolívar**

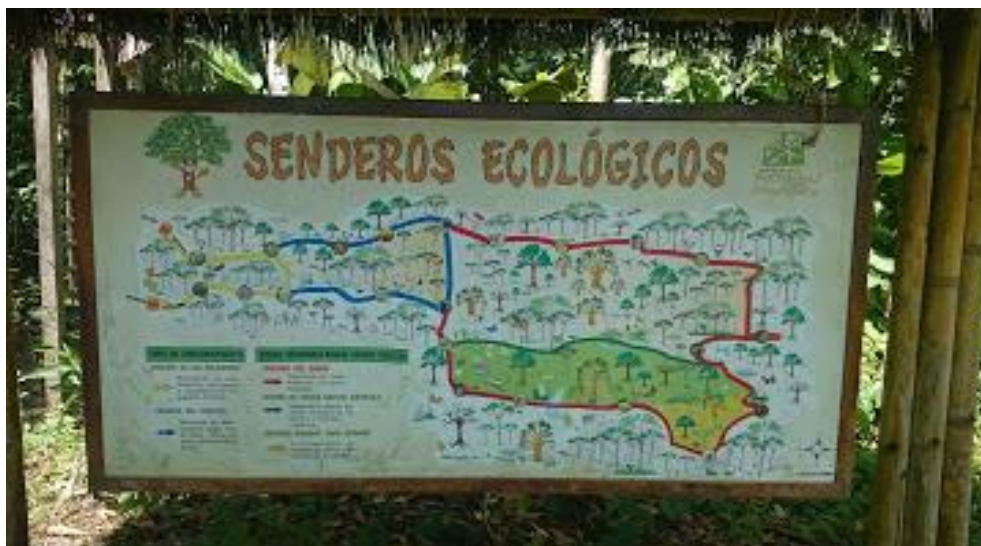




- Museo del Árbol







- **Plantaciones Pitzará**





C) Sondeo

C.1 Estructura del sondeo

- ¿Conoce o ha escuchado del programa Bosques para Siempre?
- ¿Al mencionar Bosques para Siempre que es lo primero que se viene a la mente?
- ¿Cuáles son los beneficios que brinda el programa?
- ¿Qué le ha enseñado el programa BPS?

C.2 Tabulación sodeo

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1		Conoce el program	Percepcion	Beneficios	Eseño										
2	1	si	MFS	Educacion	Importancia de la conservacion de bosques										
3	2	si	Cuidado de Bosques	Educacion	Responsabilidad del medio Ambiente										
4	3	si	Apoyo a la comunidad	Educacion	Ayuda social										
5	4	si	Beneficio para la comunidad	Dinero	Ayuda social										
6	5	si	conservacion de Bosques	Trabajo	Bosques como materia prima a Lp										
7	6	si	Medio Ambiente	Trabajo	Responsabilidad del medio Ambiente										
8	7	si	Beneficio para la comunidad	Salud	Ayuda social										
9	8	si	Recurso a largo plazo	Capacitaciones	Técnicas de liderazgo										
10	9	si	Cuidado de Bosques	Educacion	Importancia de la conservacion de bosques										
11	10	si	Ayuda Social	Educacion	Ayuda social										
12	11	si	conservacion de Bosques	Trabajo	MFS										
13	12	si	Ayuda Social	Trabajo	Ayuda social										
14	13	si	MFS	Dinero	MFS										
15	14	si	reduccion de la presion de los	Trabajo	Responsabilidad del medio Ambiente										
16	15	si	Ayuda Social	Educacion	Importancia de la conservacion de bosques										
17	16	si	Botrosa	Trabajo	Técnicas de liderazgo										
18	17	si	conservacion de Bosques	Educacion	Responsabilidad del medio Ambiente										
19	18	si	cuidado de Bosques	Trabajo	desarrollarme profesionalmente										
20	19	si	Ayuda Social	Salud	Ayuda social										
21	20	si	Conservacion de Bosques	Educacion	MFS										
22	21	si	Botrosa	Trabajo	Bosques como materia prima a Lp										
23	22	si	Botrosa	Dinero	MFS										
24	23	si	conservacion de Bosques	Educacion	Importancia de la conservacion de bosques										
25	24	si	conservacion de Bosques	Capacitaciones	Técnicas de liderazgo										
26	25	si	conservacion de Bosques	Educacion	Utilizar los todos los recursos de la madera										
27	26	si	Ayuda Social	obra social	Ayuda social										
28	27	si	Botrosa	Trabajo	Bosques como materia prima a Lp										
29	28	si	Medio Ambiente	Educacion	Utilizar los todos los recursos de la madera										

D) Entrevista

D.1 Ficha técnica entrevistados

Cargo	Director del programa
Nombre	Doctor Ángel Jácome
Lugar	Empresa Endesa

Cargo	Coordinador del programa
Nombre	Miguel Ordoñez
Lugar	La Sexta

D.2 Formato de la entrevista

Entrevista dirigida sobre la auditoría funcional del marketing social que aplica la empresa Endesa Botrosa la comunidad La Sexta ubicada en el cantón de Puerto Quito, 2015.

Instrucciones:

- La entrevista se llevó a cabo en el centro de desarrollo del programa, para conocer los diferentes establecimientos en los que se efectúan los diferentes proyectos.

Preguntas generales:

- ¿Qué es Endesa- Botrosa?
- ¿Qué es el programa Bosques para Siempre?
- ¿Qué motivo a la empresa Endesa - Botrosa desarrollar el programa Bosques para Siempre?
- ¿Quién está a cargo del programa?
- ¿Cuántos años tiene el programa?
- ¿Cuál es el principal objetivo del programa?
- ¿Cuáles son los objetivos secundarios del programa?
- ¿Considera que se están cumpliendo con los objetivos?
- ¿Cuál es el alcance del programa y sus plazos establecidos?
- ¿Cuáles son los proyectos principales del programa BPS?
- ¿Qué es manejo forestal sustentable?
- ¿Qué cambios se ha tenido la empresa desde que se creó el programa?
- ¿Cómo se miden y evalúan los cambios en la comunidad?

E) Encuesta

E.1 Cuestionario

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING**

Esta encuesta se realiza con el fin de analizar el impacto y desarrollo social de las estrategias del programa Bosques para Siempre en la comunidad La Sexta, ubicada en el cantón de Puerto Quito; cabe recalcar que es con un fin netamente académico y será de conocimiento privado.

F01. ¿Conoce o ha escuchado sobre el programa Bosques para Siempre?

Si	
No	

Si su respuesta es NO finalice la encuesta.

Género	Hombre	
	Mujer	
Edad	18 -24 años	
	25-31 años	
	32- 38 años	
	39 – 45 años	
Estado Civil	Soltero	
	Casado	
	Divorciado	
	Viudo	
	Unión libre	
Ultimo año aprobado	Primaria	
	Secundaria	

Profesión /ocupación	
Educador	
Comerciante	
Ganadero	
Agricultor	
Transportista	
Servicios domésticos	
Constructor	
Ama de casa	
Otros, ¿cuál?	

1. ¿Usted participó o participa en algún proyecto de Bosques para Siempre?

1.1 Si

1.2 No

¿Cuál?

Proyecto	Marcar X	Antes	Ahora	Tiempo
Taller TAMCOS				
Escuelas				
Otros, ¿cuáles?				

2. ¿Cómo está conformado su hogar?

Hogar	Marcar X	¿Jefe de Hogar?	¿Quién Trabaja?
2.1 Madre			
2.2 Padre			
2.3 Hijos (as)			
2.4 Total			

3. ¿Entre que edades se encuentran sus hijos?

Edades	Marcar X	Ultimo año aprobado		
		Guardería	Primaria	Secundaria
3.10 a 5 años				
3.26 a 12 años				
3.313 a 18 años				

4. ¿Cómo conoció sobre el programa Bosques para Siempre?

Medios	Marcar X
4.1 Vecinos	
4.2 Volantes	
4.3 Radio	
4.4 Otros, ¿cuáles?	

5. ¿Cómo considera al programa Bosques para Siempre?

	Marcar X
5.1 Muy bueno	
5.2 Bueno	
5.3 Regular	
5.4 Malo	
5.5 Muy malo	

Si su respuesta es regular, malo o muy malo pase a la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la pregunta 7.

6. Explique ¿Porqué?

	Marcar X
6.1 No cumplieron con mis expectativas	
6.2 No es relevante	
6.3 No aporta nada a la comunidad	
6.4 No aporta nada a mi vida	
6.5 Otros, ¿cuáles?	

7. ¿Qué tan importante es el programa Bosques para Siempre en su vida?

	Marcar X
7.1 Muy importante	
7.2 Importante	
7.3 Poco importante	
7.4 Nada importante	

8. ¿Conoce qué es el manejo forestal sustentable?

8.1 Si	
8.2 No	

Si su respuesta es No pase a la pregunta 10

9. ¿Cuál es el grado de importancia que le da usted al manejo forestal sustentable?

	Marcar X
9.1 Muy importante	
9.2 Importante	
9.3 Poco importante	
9.4 Nada importante	
9.5 Muy malo	

10. Seleccione dos o más de las siguientes opciones que usted asocia con el programa Bosque para Siempre:

	Marcar X
10.1 Manejo forestal sustentable	
10.2 Apoyo a la comunidad	
10.3 Ayuda social	
10.4 Beneficios para la comunidad	
10.5 Conservación de bosques	
10.6 Reducción de la presión sobre los bosques	
10.7 Cuidado de los bosques	
10.8 Nada	
10.9 Otros, ¿cuáles?	

11. ¿Qué beneficio ha recibido usted del programa “Bosques para Siempre”?

Beneficios	Marcar X	¿Durante cuánto tiempo?			
		Menos de un año	1 a 5 años	6 a 10 años	11 a 15 años
11.1 Laboral					
11.2 Económico					
11.3 Educativo					
11.4 Salud					
11.5 No ha recibido ningún beneficio					
11.6 Otros, ¿cuáles?					

12. En los siguientes aspectos, ¿cómo considera que es su estilo de vida desde la implementación del programa Bosques para Siempre?

Aspectos	12.1 Peor	12.2 Igual	12.3 Mejor
1 Laboral			
2 Económico			
3 Educación			
4 Salud			
5 Otros, ¿cuáles?			

13. Califique del uno a 5 la importancia que tiene en su vida cada uno de estos aspectos, siendo 5 muy importante y 1 nada importante.

Aspectos	1	2	3	4	5
13.1 Laboral					
13.2 Económico					
13.3 Educación					
13.4 Salud					
13.5 Otros, ¿cuáles?					

14. ¿En qué aspectos le gustaría que mejore el aporte del programa Bosques para Siempre?

Aspectos	
14.1 Laboral	
14.2 Económico	
14.3 Educación	
14.4 Salud	
14.5 Otros, ¿cuáles?	

15. Seleccione una o varias de las siguientes frases con la que sienta que el programa se identifica:

El programa BPS me enseñó:

	Marca X
15.1 La importancia de la conservación de bosques	
15.2 sobre la importancia de un manejo forestal sustentable	
15.3 a desarrollarme profesionalmente	
15.5 Técnicas de liderazgo	
15.6 Responsabilidad sobre el Medio Ambiente	
15.7 Los bosques recurso como materia prima	
15.8 Ayuda social	
15.9 Nada	
15.10 Otros, ¿cuáles?	

¡Gracias por su colaboraron!

D.3 Tabulación encuestas

