

**ESCUELA ESPECIALIZADA EN INGENIERÍA  
ITCA-FEPADE MEGATEC LA UNIÓN  
DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA Y ADUANAS**

**PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE  
INGENIERO (A) EN LOGÍSTICA Y ADUANAS**

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA FOMENTAR LA  
IMPLEMENTACIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS EN EL ÁREA  
DE VENTAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS AL  
FOODSERVICE EN LAS CABECERAS DEPARTAMENTALES DE SAN MIGUEL  
Y USulután”**

**ASESORA:**

**INGA. MARCIA CECILIA GARCÍA**

**PRESENTADO POR:**

- **TÉC. CEDILLOS ALVAYERO, REINALDO OMAR**
- **TÉC. MARAVILLA SORTO, ÁNGEL JOSÉ**
- **TÉC. NAVARRO RODRÍGUEZ, ELISSA CONCEPCIÓN**
- **TÉC. PANAMEÑO GÁMEZ, ELIZABETH NOHEMY**

**EL SALVADOR, C.A CIUDAD DE CONCHAGUA, LA UNIÓN, DICIEMBRE 2021**

## **CRÉDITOS Y FIRMAS**

**MSc. LUIS ÁNGEL RAMÍREZ**  
**DIRECTOR REGIONAL ITCA-FEPADE MEGATEC LA UNIÓN**

**INGA. MARCIA CECILIA GARCÍA**  
**DOCENTE COORDINADORA INGENIERÍA EN LOGÍSTICA Y ADUANAS Y**  
**TÉCNICO EN MANEJO INTEGRADO DE RECURSOS COSTEROS MARINOS.**

**INGA. MARCIA CECILIA GARCÍA**  
**ASESORA**

## AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero darle las gracias a **Dios** por habernos permitido la oportunidad de finalizar nuestro proyecto de investigación, por la salud, la sabiduría, las fuerzas y la protección que nos brindó durante todo el procedimiento.

**A mi madre y a mi abuela**, quienes siempre estuvieron dándome el apoyo condicional y las fuerzas para seguir adelante.

**A mis hermanos**, muchas gracias por su apoyo y palabras de ánimo.

**A mis compañeros de trabajo de investigación**. Elizabeth Panameño, Ángel Maravilla y Elissa Rodríguez muchas gracias por su apoyo.

También a nuestra **asesora de proyecto Ing. Marcia García**, gracias por todo el apoyo que nos brindó durante el desarrollo de nuestro proyecto de investigación.

Gracias a **Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE**. Por la oportunidad que me brindo de poderme formar como profesional en sus instalaciones y los recursos brindados durante todo el proceso.

**Reinaldo Omar Cedillos Alvayero**

### **A mi madre y mayor pilar Gilma Sorto**

Quien con miles de esfuerzos como madre soltera logro sacar adelante a su único hijo y me acompaño hasta este punto de mi vida

### **A mis amigos**

Quienes permanecen en el país y quienes tuvieron que emigrar, gracias por su compañía y alegrías, las que me ayudaron para olvidar muchos momentos de estrés.

### **A mis compañeros de estudio y de proyecto**

Gracias por sus aportes en cada etapa de mi formación académica y por cada recuerdo que atesoro, a quienes me acompañan desde hace 7 años y a quienes no.

### **A mis compañeros de vivienda**

Quienes se encargaron de hacerme sentir en una familia y por ayudarme en una de las etapas más difíciles de mi vida.

**A la persona** que me ayudo a seguir en el proceso de tesis cuando vi más nublado el panorama y tenía intenciones de desertar, infinitas gracias.

### **A mi grupo scout**

Quien me formo como persona integra y me enseñó a vivir la vida con alegría y me ha llevado por el camino de dejar el mundo en mejores condiciones de como lo hemos encontrado.

### **Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE**

Gracias por su formación académica a través de todo el proceso de técnico e ingeniería en Logística y Aduanas.

**Ángel José Maravilla Sorto**

### **A Dios**

Primeramente, le doy gracias a Dios, porque siempre me dio las fuerzas para seguir adelante y no me soltó de su mano, aún en los momentos en los que creí que ya no podía seguir él siempre estuvo fortaleciendo mi vida.

### **Mis padres**

María de Navarro y José Navarro, porque siempre me estuvieron apoyando y en ningún momento dejaron de creer en mí, siempre han estado dándome sus consejos y motivando mi vida para seguir adelante.

### **Mi familia**

Porque han estado para mí, en los momentos en los que me desanimé y creí ya no poder seguir me estuvieron animando, brindándome sus consejos.

### **Mis compañeros**

Reinaldo Cedillos, Elizabeth Panameño y Ángel Maravilla, gracias por su apoyo.

### **Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE**

Por darme la oportunidad de formarme como profesional por medio de una beca, lo cual ha sido de mucha ayuda en mi vida profesional.

**Elissa Concepción Navarro Rodríguez**

**Dios**, por permitirme emprender esta larga jornada y llegar a su culminación, guardándome y guiándome en cada paso del proceso a lo largo de todos estos años, por dame la fuerza que en muchas ocasiones me hacía falta para dar un paso al frente y continuar avanzando.

**María Antonia Gámez y Martín Panameño**, mis padres, mis más sinceros agradecimientos y admiración, pues su apoyo hacia mí fue incondicional aun en medio de la adversidad, no escatimaron en hacer sacrificios por continuar brindándome todo su apoyo.

**José Panameño y Gabriel Panameño**, mis hermanos, por ser la mayor fuente de inspiración para luchar sin rendirme y estar en mis peores momentos dándome palabras de aliento en medio de la frustración y el desánimo.

**Mi familia**, por ser ese soporte que a la distancia me brindó estabilidad. Agradezco los consejos y regaños que recibí de su parte, los atesoro y les debo mucho.

**Maty Pineda**, mi querida tía, porque a pesar de que a la mitad de este proceso tuvo que partir de esta vida, desde mi niñez estuvo pendiente de mi cuidado y necesidades supliendo en mi vida todo lo que estuvo a su alcance como mi segunda madre.

**Ing. Marcia García**, por ser una excelente asesora y tener paciencia al guiarnos en esta travesía y darnos los mejores consejos y correcciones enfocadas en nuestra mejora.

**Ing. Roberto Melgar y Licda. Johany Jiménez**, por juzgarnos y corregirnos siempre de manera constructiva para poder culminar nuestro proyecto de la mejor manera.

**Mis compañeros de tesis**, por brindarme su amistad desde hace 7 años en los cuales hemos compartido aciertos y desaciertos. Y por permitirme realizar mi último proyecto junto a ellos, fue un reto exigente y lleno de aprendizaje que disfruté mucho.

**Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE**, por brindarme la oportunidad de obtener una beca y formarme como una profesional en las mejores condiciones de estudio y convivencia, junto a grandes maestros y excelentes compañeros.

**Elizabeth Nohemy Panameño Gámez**

# ÍNDICE GENERAL

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....</b>                        | <b>16</b> |
| 1.1      | DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....   | 16        |
| 1.1.1    | Análisis Campo de Fuerza.....   | 19        |
| 1.1.2    | Resumen del Análisis .....  | 26        |
| 1.1.3    | Enunciado del problema .....  | 27        |
| 1.2      | ESTADO DEL ARTE .....   | 27        |
| 1.3      | JUSTIFICACIÓN.....  | 32        |
| 1.4      | OBJETIVOS.....  | 34        |
| 1.4.1    | Objetivo general.....   | 34        |
| 1.4.2    | Objetivos específicos.....  | 34        |
| <b>2</b> | <b>ALCANCES Y LIMITACIONES.....</b>   | <b>36</b> |
| 2.1      | ALCANCES .....  | 36        |
| 2.2      | LIMITACIONES .....  | 38        |
| 2.3      | HIPÓTESIS.....  | 39        |
| 2.3.1    | Hipótesis de Investigación Causal.....  | 39        |
| 2.3.2    | Hipótesis Nula.....   | 39        |
| 2.4      | VARIABLES.....  | 39        |
| <b>3</b> | <b>MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>                                 | <b>41</b> |
| 3.1      | ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....   | 41        |
| 3.1.1    | Generalidades del Rubro de Foodservice .....                                  | 41        |
| 3.1.2    | Evolución de los Envases y Embalajes Desechables a través del<br>Tiempo ..... | 42        |
| 3.1.2.1  | Productos desechables tradicionales.....                                      | 42        |
| 3.1.2.2  | Historia de los desechables tradicionales .....                               | 43        |
| 3.1.2.3  | Impacto de los productos desechables tradicionales .....                      | 43        |
| 3.1.2.4  | Envases y embalajes desechables ecológicos .....                              | 45        |
| 3.1.3    | Historia de los Desechables Ecológicos .....                                  | 46        |
| 3.1.3.1  | Evolución del embalaje ecológico en los últimos años.....                     | 46        |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 3.1.4   | Contaminación por desechos sólidos en El Salvador .....   | 46 |
| 3.1.4.1 | Contaminación del agua.....   | 46 |
| 3.1.4.2 | Contaminación del suelo.....  | 47 |
| 3.1.4.3 | La contaminación del suelo por las actividades humanas.....                                       | 47 |
| 3.1.5   | Índice de embalajes desechables .....   | 48 |
| 3.1.6   | Contaminación por desechos plásticos en la zona oriental. ....                                    | 49 |
| 3.2     | BASE TEÓRICA .....  | 50 |
| 3.2.1   | Tipos de embalajes y sus características .....  | 50 |
| 3.2.1.1 | Tipos de embalaje primario, secundario y terciario .....  | 50 |
| 3.2.1.2 | Tipos de embalaje según su material.....  | 51 |
| 3.2.1.3 | Clases de embalaje según su función.....  | 52 |
| 3.2.2   | Diferencia entre envase y embalaje.....   | 52 |
| 3.2.3   | Ventajas y desventajas de envases y embalajes ecológicos.....                                     | 52 |
| 3.2.3.1 | Ventajas del packaging sostenible: .....  | 53 |
| 3.2.3.2 | Desventajas de packaging sostenible: .....  | 53 |
| 3.2.4   | Industria Nacional de Desechables .....   | 54 |
| 3.2.5   | Uso y adquisición de envases y embalajes ecológicos en el mercado<br>Internacional .....          | 54 |
| 3.2.5.1 | Uso de envases y embalajes ecológicos en la industria del<br>Foodservice.....                     | 54 |
| 3.2.5.3 | Adquisición de envases y embalajes ecológicos.....  | 56 |
| 3.2.6   | Impacto e importancia del uso de envases y embalajes ecológicos en el<br>medio ambiente .....     | 56 |
| 3.2.7   | Actividades que realizan las empresas de foodservice para satisfacer al<br>consumidor final ..... | 57 |
| 3.2.7.1 | Proceso de atención al cliente .....  | 57 |
| 3.2.7.2 | Procesos de abastecimientos .....   | 58 |
| 3.2.7.3 | Procesos de selección y evaluación de proveedores.....  | 59 |
| 3.2.7.4 | Proceso de pronóstico de la demanda.....  | 60 |
| 3.2.7.5 | Proceso de marketing .....  | 62 |
| 3.2.9   | Empresas de foodservice en tiempos de pandemia .....  | 63 |

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| 3.2.9.1  | Medidas de bioseguridad .....  | 63        |
| 3.2.9.2  | Implementación de servicios .....  | 64        |
| <b>4</b> | <b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>   | <b>66</b> |
| 4.1.1    | Selección del tipo de investigación .....  | 66        |
| 4.2.1    | Selección del enfoque de la investigación .....  | 66        |
| 4.2.1.1  | Enfoque Cuantitativo .....   | 66        |
| 4.3.1    | Universo o población .....   | 67        |
| 4.3.1.1  | Estudio de mercado .....   | 68        |
| 4.3.1.2  | Objetivo .....   | 68        |
| 4.3.2    | Muestra .....  | 68        |
| 4.3.2.1  | Muestreo Probabilístico .....  | 68        |
| 4.4.1    | Técnica Seleccionada .....   | 71        |
| 4.4.1.1  | Encuesta .....   | 71        |
| 4.4.1.2  | Instrumento seleccionado .....   | 72        |
| 4.6.1    | Encuesta dirigida a las micro y pequeñas empresas de foodservice<br>ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, sobre<br>el uso de envases y embalajes desechables ..... | 78        |
| 4.6.2    | Encuesta dirigida a los posibles clientes de las micro y pequeñas<br>empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San<br>Miguel y Usulután .....                         | 84        |
| <b>5</b> | <b>ANÁLISIS DE DATOS .....</b>   | <b>87</b> |
| 5.1.1    | Resultados de las encuestas realizadas a las micro y pequeñas<br>empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San<br>Miguel y Usulután .....                             | 87        |
| 5.1.2    | Resultados del estudio de mercado realizado a los clientes de las micro<br>y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras<br>departamentales de San Miguel y Usulután .....        | 127       |
| 5.2      | DIAGNÓSTICO .....  | 139       |
| 5.2.1    | Diagrama de Ishikawa .....   | 139       |
| 5.2.2    | Interpretación de diagrama de Ishikawa .....   | 141       |

|  |            |
|--|------------|
| 5.3 Comprobación de la hipótesis .....   | 145        |
| 5.4 Análisis FODA para planteamiento de estrategias .....  | 150        |
| <b>6 DISEÑO.....</b>   | <b>154</b> |
| DESCRIPCIÓN DE LAS RESPECTIVAS FASES A DESARROLLAR .....   | 154        |
| 6.1.1 Estrategia N° 1: Plan de capacitación “Mejorando el conocimiento”. ...   | 157        |
| 6.1.2 Estrategia N° 2: Manual de reciclaje de materiales inorgánicos para las<br>micro y pequeñas empresas de food service en las cabeceras<br>departamentales de San Miguel y Usulután .....  | 177        |
| 6.1.3 Estrategia N° 3: Catálogo ilustrado de envases y embalajes ecológicos<br>para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras<br>departamentales de San Miguel y Usulután. ....  | 205        |
| 6.1.4 Estrategia N° 4: Manual de Selección y evaluación de proveedores y<br>catálogo de proveedores nacionales e internacionales de envases y embalajes<br>ecológicos para la micro y pequeña empresa en las cabeceras<br>departamentales de San Miguel y Usulután. .... | 235        |
| 6.1.5 Estrategia N° 5: Manual de importación de envases y embalajes<br>ecológicos para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las<br>cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.....  | 272        |
| 6.1.6 Estrategia N° 6: Campaña publicitaria y de concientización sobre el<br>consumo de envases y embalajes desechables ecológicos.....  | 303        |
| <b>7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>  | <b>320</b> |
| 7.1 CONCLUSIONES.....  | 320        |
| 7.2 RECOMENDACIONES.....   | 322        |
| <b>GLOSARIO.....</b>   | <b>324</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>  | <b>329</b> |
| <b>SITIOGRAFÍA.....</b>  | <b>330</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>   | <b>332</b> |
| ANEXO 1: SONDEO INICIAL A MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE<br>FOODSERVICE .....  | 332        |

|  |     |
|--|-----|
| ANEXO 2: EXPLICACIÓN PARA ELABORAR UN ANÁLISIS DE CAMPO DE FUERZAS.....                                | 340 |
| ANEXO 3: LISTADO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL UNIVERSO .....                          | 345 |
| ANEXO 4: RESOLUCIONES DE UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE ALCALDÍAS DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN. .... | 349 |
| ANEXO 5: DIAGRAMA CAUSA – EFECTO O DIAGRAMA DE ISHIKAWA ..   | 353 |
| ANEXO 6: EXPLICACIÓN PARA REALIZAR ANÁLISIS FODA.....  | 355 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |     |
|--|-----|
| Ilustración 1 Diagrama de Ishikawa .....                             | 140 |
| Ilustración 2 Resolución Alcaldía Municipal de San Miguel .....      | 349 |
| Ilustración 3 Resolución Alcaldía Municipal de Usulután 1 .....      | 350 |
| Ilustración 4 Resolución Alcaldía Municipal de Usulután 2 .....      | 351 |
| Ilustración 5 Resolución Alcaldía Municipal de Usulután 3 .....      | 352 |
| Ilustración 6 Ejemplo para realización de Diagrama de Ishikawa ..... | 353 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1: Tabla de locales participantes del sondeo .....                                  | 17  |
| Tabla 2: Tabla número 1 de Estado del Arte.....   | 28  |
| Tabla 3: Tabla número 2 de Estado del Arte  | 29  |
| Tabla 4: Tabla número 3 de Estado del Arte .....  | 29  |
| Tabla 5: Tabla número 4 de Estado del Arte.....   | 30  |
| Tabla 6: Tabla número 5 de Estado del Arte.....   | 30  |
| Tabla 7: Tabla número 6 de Estado del Arte.....   | 31  |
| Tabla 8: Fórmula del promedio móvil simple.....   | 61  |
| Tabla 9: Fórmula del promedio móvil ponderado .....                                       | 62  |
| Tabla 10: Cantidad de empresas que conforman inicialmente el universo .....               | 68  |
| Tabla 11: Nivel de confianza de Z.....  | 69  |
| Tabla 12: Cantidad de micro y pequeñas empresas que conforman la muestra ..               | 70  |
| Tabla 13: Cantidad de personas que conforman el universo para el estudio de mercado ..... | 71  |
| Tabla 14: Operacionalización de la hipótesis.....   | 77  |
| Tabla 15: Frecuencia de datos de pregunta No 1 .....                                      | 87  |
| Tabla 16: Frecuencia de datos de pregunta No 2 .....                                      | 88  |
| Tabla 17: Frecuencia de datos de pregunta No 3 .....                                      | 89  |
| Tabla 18: Frecuencia de datos de pregunta No 4 .....                                      | 90  |
| Tabla 19: Frecuencia de datos de pregunta No 5 .....                                      | 91  |
| Tabla 20: Frecuencia de datos de pregunta No 6 .....                                      | 93  |
| Tabla 21: Frecuencia de datos de pregunta No 7 .....                                      | 94  |
| Tabla 22: Frecuencia de datos de pregunta No 8 .....                                      | 95  |
| Tabla 23: Frecuencia de datos de pregunta No 9 .....                                      | 97  |
| Tabla 24: Frecuencia de datos de pregunta No 10 .....                                     | 98  |
| Tabla 25: Frecuencia de datos de pregunta No 11 .....                                     | 99  |
| Tabla 26: Frecuencia de datos de pregunta No 12 .....                                     | 100 |
| Tabla 27: Frecuencia de datos de pregunta No 13 .....                                     | 101 |
| Tabla 28: Frecuencia de datos de pregunta No 14 .....                                     | 102 |
| Tabla 29: Frecuencia de datos de pregunta No 15 .....                                     | 103 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 30: Frecuencia de datos de pregunta No 16 .....                       | 105 |
| Tabla 31: Frecuencia de datos de pregunta No 17 .....                       | 106 |
| Tabla 32: Frecuencia de datos de pregunta No 18 .....                       | 107 |
| Tabla 33: Frecuencia de datos de pregunta No 19 .....                       | 108 |
| Tabla 34: Frecuencia de datos de pregunta No 20 .....                       | 109 |
| Tabla 35: Frecuencia de datos de pregunta No 21 .....                       | 110 |
| Tabla 36: Frecuencia de datos de pregunta No 22 .....                       | 111 |
| Tabla 37: Frecuencia de datos de pregunta No 23 .....                       | 112 |
| Tabla 38: Frecuencia de datos de pregunta No 24 .....                       | 113 |
| Tabla 39: Frecuencia de datos de pregunta No 25 .....                       | 114 |
| Tabla 40: Frecuencia de datos de pregunta No 26 .....                       | 115 |
| Tabla 41: Frecuencia de datos de pregunta No 27 .....                       | 116 |
| Tabla 42: Frecuencia de datos de pregunta No 28 .....                       | 118 |
| Tabla 43: Frecuencia de datos de pregunta No 29 .....                       | 119 |
| Tabla 44: Frecuencia de datos de pregunta No 30 .....                       | 120 |
| Tabla 45: Frecuencia de datos de pregunta No 31 .....                       | 121 |
| Tabla 46: Frecuencia de datos de pregunta No 32 .....                       | 122 |
| Tabla 47: Frecuencia de datos de pregunta No 33 .....                       | 123 |
| Tabla 48: Frecuencia de datos de pregunta No 34 .....                       | 124 |
| Tabla 49: Frecuencia de datos de pregunta No 35 .....                       | 125 |
| Tabla 50: Frecuencia de datos de pregunta No 36 .....                       | 126 |
| Tabla 51: Frecuencia de datos de pregunta No 1 de estudio de mercado .....  | 127 |
| Tabla 52: Frecuencia de datos de pregunta No 2 de estudio de mercado .....  | 128 |
| Tabla 53: Frecuencia de datos de pregunta No 3 de estudio de mercado .....  | 129 |
| Tabla 54: Frecuencia de datos de pregunta No 4 de estudio de mercado .....  | 130 |
| Tabla 55: Frecuencia de datos de pregunta No 5 de estudio de mercado .....  | 131 |
| Tabla 56: Frecuencia de datos de pregunta No 6 de estudio de mercado .....  | 132 |
| Tabla 57: Frecuencia de datos de pregunta No 7 de estudio de mercado .....  | 133 |
| Tabla 58: Frecuencia de datos de pregunta No 8 de estudio de mercado .....  | 134 |
| Tabla 59: Frecuencia de datos de pregunta No 9 de estudio de mercado .....  | 135 |
| Tabla 60: Frecuencia de datos de pregunta No 10 de estudio de mercado ..... | 136 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 61: Frecuencia de datos de pregunta No 11 de estudio de mercado .....  | 137 |
| Tabla 62: Frecuencia de datos de pregunta No 12 de estudio de mercado .....  | 138 |
| Tabla 63: Tabla de comprobación de la hipótesis .....                        | 149 |
| Tabla 64 Matriz FODA estrategias FO y DO .....                               | 151 |
| Tabla 65 Matriz FODA estrategias FA y DA.....                                | 152 |
| Tabla 66: Cuadro comparativo de Análisis de Campo Fuerzas .....              | 344 |
| Tabla 67: Listado de micro y pequeñas empresas que conforman la muestra .... | 348 |
| Tabla 68 Planteamiento de matriz FODA.....                                   | 357 |
| Tabla 69: Representación Esquemática de la Matriz FODA .....                 | 358 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 1 Representación de frecuencia pregunta 1 .....  | 87  |
| Gráfico 2 Representación de frecuencia pregunta 2.....   | 88  |
| Gráfico 3 Representación de frecuencia pregunta 3.....   | 89  |
| Gráfico 4 Representación de frecuencia pregunta 4.....   | 90  |
| Gráfico 5 Representación de frecuencia pregunta 5.....   | 92  |
| Gráfico 6 Representación de frecuencia pregunta 6.....   | 93  |
| Gráfico 7 Representación de frecuencia pregunta 7.....   | 94  |
| Gráfico 8 Representación de frecuencia pregunta 8.....   | 96  |
| Gráfico 9 Representación de frecuencia pregunta 9.....   | 97  |
| Gráfico 10 Representación de frecuencia pregunta 10..... | 98  |
| Gráfico 11 Representación de frecuencia pregunta 11..... | 99  |
| Gráfico 12 Representación de frecuencia pregunta 12..... | 101 |
| Gráfico 13 Representación de frecuencia pregunta 13..... | 102 |
| Gráfico 14 Representación de frecuencia pregunta 14..... | 103 |
| Gráfico 15 Representación de frecuencia pregunta 15..... | 104 |
| Gráfico 16 Representación de frecuencia pregunta 16..... | 105 |
| Gráfico 17 Representación de frecuencia pregunta 17..... | 106 |
| Gráfico 18 Representación de frecuencia pregunta 18..... | 107 |
| Gráfico 19 Representación de frecuencia pregunta 19..... | 108 |
| Gráfico 20 Representación de frecuencia pregunta 20..... | 109 |
| Gráfico 21 Representación de frecuencia pregunta 21..... | 110 |
| Gráfico 22 Representación de frecuencia pregunta 22..... | 111 |
| Gráfico 23 Representación de frecuencia pregunta 23..... | 112 |
| Gráfico 24 Representación de frecuencia pregunta 24..... | 113 |
| Gráfico 25 Representación de frecuencia pregunta 25..... | 114 |
| Gráfico 26 Representación de frecuencia pregunta 26..... | 115 |
| Gráfico 27 Representación de frecuencia pregunta 27..... | 117 |
| Gráfico 28 Representación de frecuencia pregunta 28..... | 118 |
| Gráfico 29 Representación de frecuencia pregunta 29..... | 119 |

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 30 Representación de frecuencia pregunta 30 .....                     | 120 |
| Gráfico 31 Representación de frecuencia pregunta 31 .....                     | 121 |
| Gráfico 32 Representación de frecuencia pregunta 32 .....                     | 122 |
| Gráfico 33 Representación de frecuencia pregunta 33 .....                     | 123 |
| Gráfico 34 Representación de frecuencia pregunta 34 .....                     | 124 |
| Gráfico 35 Representación de frecuencia pregunta 35 .....                     | 125 |
| Gráfico 36 Representación de frecuencia pregunta 36 .....                     | 126 |
| Gráfico 37 Representación de frecuencia pregunta 1 de estudio de mercado..... | 127 |
| Gráfico 38 Representación de frecuencia pregunta 2 de estudio de mercado..... | 128 |
| Gráfico 39 Representación de frecuencia pregunta 3 de estudio de mercado..... | 129 |
| Gráfico 40 Representación de frecuencia pregunta 4 de estudio de mercado..... | 130 |
| Gráfico 41 Representación de frecuencia pregunta 5 de estudio de mercado..... | 131 |
| Gráfico 42 Representación de frecuencia pregunta 6 de estudio de mercado..... | 132 |
| Gráfico 43 Representación de frecuencia pregunta 7 de estudio de mercado..... | 133 |
| Gráfico 44 Representación de frecuencia pregunta 8 de estudio de mercado..... | 134 |
| Gráfico 45 Representación de frecuencia pregunta 9 de estudio de mercado..... | 135 |
| Gráfico 46 Representación de frecuencia pregunta 10 de estudio de mercado...  | 136 |
| Gráfico 47 Representación de frecuencia pregunta 11 de estudio de mercado.... | 137 |
| Gráfico 48 Representación de frecuencia pregunta 12 de estudio de mercado...  | 138 |

## RESUMEN

En los departamentos de San Miguel y Usulután, específicamente en sus cabeceras se puede observar una considerable cantidad de micro y pequeños establecimientos dedicados a la preparación y venta de alimentos que son brindados al clientes en diferentes modalidades de servicio, ya sea: consumo en restaurante, para llevar o a domicilio lo que todos tienen en común es que, fueron marcados con un antes y un después por la actual pandemia de COVID-19, ocasionando que sean servidos en recipientes plásticos como una medida de prevención contra el virus.

A raíz de la creciente problemática causada por los desechos plásticos que son producidos por el sector del foodservice, nace una propuesta que plantea una solución a esta problemática, denominada **Diseño de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután** ya que son un factor determinante que contribuye a la contaminación ambiental que sufre nuestro país. Este proyecto pretende informar y brindar herramientas a los micro y pequeños empresarios para que puedan implementar un cambio en sus hábitos de consumo y a la vez en los de sus clientes quienes son parte esencial del problema. Brindar estrategias y un plan de acción para tomar la iniciativa hacia la implementación de nuevos hábitos de consumo sostenibles es lo que se propone a través de este proyecto que cuenta con:

- Plan de la capacitación para micro y pequeños empresarios
- Manual de reciclaje
- Catálogo de proveedores
- Catálogo de envases y embalajes ecológicos.
- Manual de importaciones
- Campaña publicitaria

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años la contaminación ambiental por residuos plásticos, es una de las mayores problemáticas que generan polémica a nivel mundial, debido a que su crecimiento va de manera muy acelerada perjudicando a los ecosistemas y a las especies que en ella habitan, esta situación ha permitido a tomar medidas que mejoren la calidad de nuestro medio ambiente creando programas de sostenibilidad que ayuden a la orientación de las personas en cuanto al cuidado y el manejo que se debe dar a los desechables y productos contaminantes.

Las micro y pequeñas empresas de foodservice, es un sector muy importante para la economía del país, sin embargo, estos establecimientos son conocidos como generadores de basura plástica, debido a la actividad económica que estas realizan para satisfacer las necesidades de sus clientes, brindándoles los productos en recipientes desechables tales como platos, bandejas, vasos, contenedores entre otros contaminantes derivados de polímeros que dañan a los cuerpos de aguas y a los animales, como también a los seres humanos.

El uso a grandes escalas de desechables plásticos en El Salvador, se dio al inicio del 2020, a causa de la pandemia que llegó a nuestro país, afectando las actividades de las micro y pequeñas empresas de Foodservice, con el cierre total o parcial de estos establecimientos, que conllevo únicamente a brindar sus servicios para llevar o entregas a domicilio, viéndose obligados los empresarios a adquirir insumos desechables para proporcionar los alimentos a sus clientes y así no cerrar sus negocios por la crisis que se está enfrentando, sin embargo, muchos de esos insumos que se están utilizando son de los más contaminantes para el medio ambiente, ya que son derivados de materiales no ecológicos.

Debido a esta situación problemática que genera un impacto grave a nuestro medio ambiente, se realizó esta propuesta que permitirá que los empresarios de las micro y pequeñas empresas de Foodservice de las ciudades de San Miguel Y Usulután, tengan el conocimiento sobre el daño que causan los desechables no biodegradables en los ecosistemas, de igual manera se brindan estrategias que les ayudara para que puedan adquirir insumos desechables biodegradables y hacer su debida sustitución.

En este documento se desarrolló cada una de las estrategias, que los empresarios de las micro y pequeñas empresas de Foodservice pueden tomar en cuenta para cambiar sus desechables tradicionales por desechables ecológicos que permitan contrarrestar la problemática de grandes cantidades de plásticos en zonas públicas, parques, ríos, lagos, entre otros, ya que los desechables ecológicos pueden transformarse o se biodegradan en un tiempo más corto que los de plástico tradicional.

Con el desarrollo de esta propuesta, se pretende que los empresarios de las micro y pequeñas empresas de Foodservice de las ciudades de San Miguel y Usulután, tomen conciencia sobre el daño que se está causando al medio ambiente, cuando se está utilizando insumos que no son amigables con el, así puedan tomar las medidas correspondientes para solucionar la problemática.

# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

# 1 PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

## 1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La contaminación ambiental es un problema creciente a nivel mundial, que se intensifica a medida que los años avanzan debido a la ignorancia que existe en torno al tratamiento adecuado de los desechos sólidos y la falta de conciencia verde en cuanto a las buenas prácticas del reciclaje y el consumo de productos alternativos no contaminantes para el medio ambiente. Los ecosistemas costeros-marinos son los más afectados a raíz del consumo exagerado de productos derivados del petróleo que para mala suerte de la fauna que habita en estos ecosistemas, sufren una invasión en sus hogares, perjudicando cada aspecto de su existencia.

En El Salvador, según estimaciones del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), se produce un aproximado de 3,500 toneladas de basura diarias; de estas, solo 3,100 llegan a rellenos sanitarios. Eso significa, que cerca de 400 toneladas de desechos sólidos no llegan a una disposición adecuada; es decir, que no son procesadas en rellenos sanitarios y se mantienen en botaderos a cielo abierto o generan acumulación en las cabeceras departamentales, ríos y zonas costeras. Además, se calcula que desde el 2009, la generación de desperdicios ha incrementado cerca de un 13%.

Paralelo a la problemática de la basura, el territorio salvadoreño se enfrenta a otra dificultad: su población no recicla. De acuerdo con el director de proyectos de Let 's do it, El Salvador, Douglas Montano, en el 2011 se reutilizaba 14% del total de desechos que se producían. Seis años después, se ha determinado que aproximadamente, solo se procesa el 5 % de la materia. Esta situación ocasiona diferentes afectaciones en el área urbana y la zona costera de El Salvador, la cual modifica y pone en peligro el estilo de vida de sus habitantes y el ciclo natural del ecosistema<sup>1</sup>.

El mayor problema con esta clase de productos es su composición, lo cual en muchos de los casos dificulta inclusive que estas materias sean recicladas debido a que para separar los elementos con los cuales se fabrican se debe incurrir en gastos que no son rentables para la industria del reciclaje. Y por supuesto, los costos siempre van por encima del bienestar común, gracias a lo cual se ha llegado a los niveles de contaminación en los

---

<sup>1</sup> PACAS, A. (2018). El país genera 3,500 toneladas de basura al día y solo recicla un 5%. Obtenido de Periódico Digital El Salvador: <https://historico.elsalvador.com/historico/515263/el-pais-genera-3500-toneladas-de-basura-al-dia-y-solo-recicla-un-5.html>

cuales nos encontramos actualmente. Uno de los rubros que aporta significativamente a la generación de desechos sólidos en el país es el Foodservice.

En el año 2019, la Universidad Tecnológica en conjunto con la Asociación de Restaurantes de El Salvador llevaron a cabo un estudio entorno a la importancia que los restaurantes tienen en la economía del país, según el estudio realizado existen alrededor de 784 empresas dedicadas al servicio de alimentos preparados, de las cuales un 10.1% se encuentran en el oriente del país.

Algunos establecimientos que se han popularizado en los últimos años son los del concepto “Café & Bistro”, donde las personas se encuentran en un ambiente placentero mientras disfrutan de los productos para el consumo que estos les ofrece, los hay con diferentes temáticas decorativas, para diferentes gustos y preferencias, pero lo que todas estas empresas tienen en común es su desmedido consumo de productos desechables, desde los insumos necesarios para realizar sus operaciones internas, hasta los envases y embalajes que utilizan para el despacho de los alimentos.

Para conocer más de cerca este problema se llevó a cabo un sondeo en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, cabeceras de los departamentos que llevan el mismo nombre. El sondeo fue enfocado en las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro del Foodservice, debido a la gran cantidad de empresas existentes en dichas cabeceras departamentales dentro de los parámetros establecidos, se tomó una muestra de 3 establecimientos por ciudad (**Ver Anexo 1 Sondeo inicial a micro y pequeñas empresas**).

A continuación, se muestra una tabla con el detalle de las micro y pequeñas empresas que participaron en el sondeo:

| San Miguel          | Usulután           |
|---------------------|--------------------|
| La Cafetería        | Nova Café & Bistro |
| Restaurante Christy | Galileo´s Coffee   |
| Pastelería Josué    | La Casa del Café   |

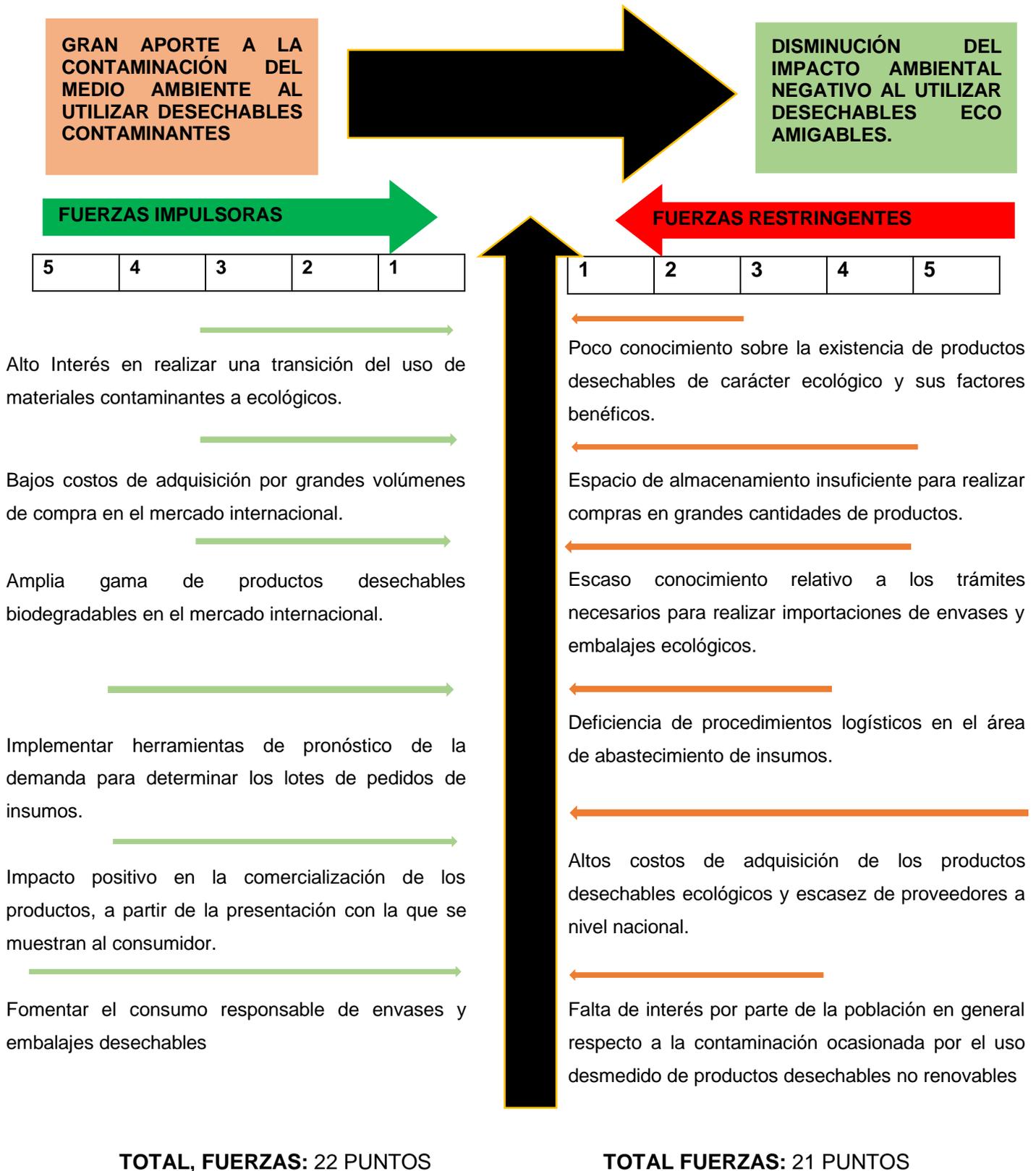
*Tabla 1: Tabla de locales participantes del sondeo*

El sondeo se llevó a cabo en las fechas comprendidas entre el jueves 1 de abril del 2021 y el jueves 15 de abril del 2021, a través de entrevistas realizadas a los propietarios o encargados de los locales participantes, quienes aportaron valiosa información, además de compartir su experiencia pre y post pandemia, siendo un factor muy importante que se

debe tomar en consideración cuando se habla de esta clase de establecimientos es la pandemia que se vive desde el año 2020 y cómo esto los afectó durante el apogeo de la crisis vivida y las medidas de bioseguridad que debieron adoptar para la reapertura de sus locales al público.

Para comprender de una forma más clara y resumida los datos recopilados a través del sondeo se muestran representados a través de un análisis de campo fuerza.

### 1.1.1 Análisis Campo de Fuerza



A continuación, se explica en qué consiste cada una de las fuerzas que conforman el campo de fuerzas de este caso.

### **Fuerzas Impulsoras**

- **Alto interés en realizar una transición del uso de materiales contaminantes a ecológicos.**

La contaminación ambiental es un problema que involucra a todos, ya que cada ser humano contribuye a que este problema continúe creciendo, a excepción de las personas que han decidido tomar acción e implementar medidas para contribuir con el medio ambiente. Justamente eso es lo que se busca a través de este proyecto, aportar medidas para contribuir a disminuir la generación de desechos contaminantes, a través de la renovación en los envases y embalajes que actualmente utilizan los micro y pequeños comercios de alimentos.

Los empresarios están comprometidos con mantener sus operaciones comerciales y al mismo tiempo de alguna manera, reducir el impacto que estas generan. Pero no cuentan con la información directamente relacionada a los beneficios que traen al ecosistema contribuir al ámbito medio ambiental mediante la utilización de estos productos biodegradables.

- **Bajos costos de adquisición por grandes volúmenes de compra en el mercado internacional**

Desde el momento en que los primeros productos ecológicos fueron lanzados al mercado se les ha conocido como productos con altos costos, ostentando precios más altos que los tradicionales y esto ha impedido que sean vistos como una buena opción de consumo. No obstante, gracias a las organizaciones que promueven movimientos ambientalistas y a la industrialización, en los últimos años los procesos de producción de estos se han equiparado con los tradicionales, permitiendo así que sus costos disminuyan y volviéndolos productos de interés para el consumidor.

Cabe mencionar que a mayor volumen de compra los precios por unidad disminuyen, es un aspecto muy considerable en el momento de hacer uso de este tipo de materiales, ya que si la producción aumenta los costos continuarán disminuyendo y eso beneficia ampliamente tanto al consumidor como al mismo medio ambiente.

- **Amplia gama de productos desechables biodegradables en el mercado internacional**

A pesar de que en nuestro país se encuentren industrias dedicadas a la elaboración de productos desechables, la mayor parte de estos son compuestos por productos derivados del petróleo, a excepción de una minoría que ha sido creada basándose en compuestos orgánicos de carácter biodegradable, como parte de una iniciativa que unas pocas empresas han implementado en el último quinquenio.

No obstante, en el mercado internacional, se ha incursionado en la producción en masa de una amplia gama de desechables elaborados a partir de materias orgánicas con un periodo de descomposición mucho menor en comparación de aquellos elaborados a partir de derivados del petróleo. La variedad de productos es muy surtida, existe un sustituto para cada producto tradicional que se conoce, desde removedores de café hasta vasos con tapa para bebidas frías y calientes.

- **Implementar herramientas de pronóstico de la demanda para determinar los lotes de pedidos de insumos.**

El pronóstico de la demanda es uno de los procedimientos más importantes que se llevan a cabo dentro de las empresas dedicadas al rubro del foodservice, debido a que gracias a los acertados pronósticos se logra la optimización de los recursos y se evita generar compras en cantidades exageradas o reducidas.

En la actualidad a las micro y pequeñas empresas les resulta más difícil mantener un orden entre sus procesos logísticos, específicamente en los de aprovisionamiento, ya que los recursos intelectuales, monetarios y sociales son bastante limitados. Sin embargo, estas limitantes no son escollos para la implementación de procesos simplificados que les permitan analizar las necesidades de compra de insumos necesarios para la entrega y distribución de alimentos fabricados en los establecimientos, de manera que la adquisición de estos insumos sea de acuerdo con las necesidades que deban suplir.

- **Impacto positivo en la comercialización de los productos, a partir de la presentación con la que se muestran al consumidor.**

Los establecimientos comerciales debido a muchas situaciones de la sociedad se han visto forzados a implementar nuevas maneras de brindar atención a sus clientes diariamente, la utilización de materiales desechables en comestibles consumidos

localmente y de la categoría para llevar, es la principal actividad que se ha llevado a cabo, esto a causa del factor pandemia.

Realizando una sustitución de estos elementos a otros basados en componentes biodegradables se reciben muchos beneficios dentro y fuera de la empresa, tales como, beneficios de responsabilidad social, divulgación de marca a través de clientes satisfechos y contribución al cumplimiento de la agenda 2030.

▪ **Fomentar el consumo responsable de envases y embalajes desechables**

Desde que comenzó la pandemia en el año 2020 causada por el COVID-19 la forma en la que las personas consumen productos desechables se desató por los cielos. En el caso de las empresas de foodservice que tuvieron que cambiar su forma de servir sus productos adoptando medidas de bioseguridad. Algunas de las medidas que tomaron estas empresas implican el cambio de los recipientes en los cuales los alimentos son servidos, debido a que gran parte de la población tiene temor de compartir los mismos recipientes que los demás clientes, por eso mismo piden sus alimentos en recipientes desechables.

Cambiar las conductas adoptadas por la población durante esta pandemia es muy difícil, a raíz de la falta de conciencia verde que se tiene de forma general. Es por ello por lo que es muy importante que se fomente una cultura de consumo responsable, para dejar de consumir productos de forma innecesaria o en exceso, también es importante promover el uso de productos desechables fabricados a base de materias orgánicas. Los productos ecológicos son una alternativa para contribuir al cuidado del medio ambiente, a medida que se comience a incrementar la aceptación de estos productos se comenzará a cambiar el mal concepto que se tiene sobre ellos.

## **Fuerzas Repelentes**

- **Poco conocimiento sobre la existencia de productos desechables de carácter ecológico y sus factores benéficos.**

Los productos ecológicos en general no son muy conocidos, pero eso no quiere decir que su uso no sea de gran importancia. Los insumos utilizados por las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice no son la excepción, en su mayoría son desechables no amigables con el medioambiente, esto mayormente se debe a que los administradores o dueños de las micro y pequeñas empresas no conocen la importancia de la utilización y los beneficios del uso de insumos eco amigables, esto debido a la poca información y propaganda que estos productos han recibido.

La falta de conocimiento de las ventajas que se obtienen al utilizar los productos eco amigables resulta en el continuo uso de los productos desechables que contaminan el medioambiente de diferentes formas. La mayor parte de los empresarios conocen sólo las desventajas; los altos costos de los productos, la dificultad para adquirirlos y la falta de interés que el consumidor tiene respecto a su implementación. Algunos empresarios incluso ignoran la existencia de los productos desechables amigables con el medio ambiente, no saben diferenciarlos de los tradicionales o incluso los miran con desdén al no conocer todos los beneficios que estos aportan.

Comenzar a concientizar a la población sobre el poder que tiene para cambiar el mundo que la rodea es una dura tarea, ya que se tiene que informar tanto al empresario como al consumidor. Y fomentar una nueva cultura de buenas prácticas que procuren el cuidado del medio ambiente.

- **Espacio de almacenamiento insuficiente para realizar compras de grandes cantidades de productos.**

Las micro y pequeñas empresas que no poseen un espacio dedicado específicamente para almacenar los productos que adquieren de sus proveedores, se ven en la obligación de comprar un pequeño lote de productos o insumos cada vez que se abastecen y debido a ello sus periodos de abastecimiento se vuelven cortos y gracias a que los precios son proporcionales al tamaño del lote de compra, se obtienen por un costo un poco mayor a lo que sería si se adquieren grandes lotes.

Al no contar con espacio de almacenamiento se exponen al riesgo de agotar las existencias con las que cuentan y esto les genera deficiencias en el servicio. En muchas

ocasiones los establecimientos se ven obligados a desistir de alguno de los alimentos de su menú, generando a la vez disgustos entre sus clientes cuando no pueden solicitar el producto que se encuentra agotado.

Si sumamos a esto la falta de uso de herramientas de inventario que les permitan llevar un control de los niveles de insumos que adquieren, podemos ver claramente que existen muchas mejoras por hacer, pero se ven limitadas por los pocos recursos con los que trabajan las micro y pequeñas empresas debido a su naturaleza.

▪ **Escaso conocimiento relativo a los trámites necesarios para realizar importaciones de productos.**

Uno de los obstáculos más grandes con los que se encuentran las micro y pequeñas empresas al momento de decidir quiénes serán sus aliados como proveedores, es la restricción territorial. Es muy inusual que una empresa de este nivel cuente con el conocimiento y los recursos para realizar compras a empresas ubicadas en otros países. Se puede decir que se pierden muchas oportunidades comerciales a raíz de esta limitante, lo cual es perjudicial para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.

Al momento de realizar importaciones, es de suma importancia llevar a cabo cada proceso de forma correcta y con la documentación en orden. De lo contrario, en el camino pueden surgir obstáculos y percances, que de no contar con los conocimientos requeridos se pueden cometer grandes errores que lleven incluso a las pérdidas de las compras o la adquisición de multas o sanciones.

Pero no solo son necesarios conocimientos sobre importaciones y comercio internacional, sino, que también es necesario conocer acerca de los productos ecológicos, lo cual no es muy complicado, ya que el conocimiento indispensable puede adquirirse a través de investigación digital, lectura de artículos relacionados al tema, e incluso en las tiendas de productos en línea, donde se dan la tarea de describir las características del producto.

Como, en cualquier caso, se debe llevar a cabo una búsqueda de los proveedores para encontrar a los más ideales, realizar cotizaciones también es muy importante para inclinarse por el proveedor que tenga mejor balance entre la relación calidad-precio y todos los demás criterios importantes para el comprador.

- **Deficiencia de procedimientos logísticos en el área de abastecimiento de insumos**

Las micro y pequeñas empresas de foodservice, desconocen sobre los procedimientos logísticos que conforman la cadena de suministros, así que llevan sus propios procedimientos de forma empírica para llevar a cabo en el abastecimiento de los insumos que necesitan para satisfacer su demanda, esta falta de conocimientos ocasiona dificultades al momento de realizar sus pedidos a las empresas que se encuentran fuera del departamento donde están ubicadas.

Realizar los pedidos de insumos de manera descontrolada o no contar con una planificación que les permita conocer el tiempo ideal para realizar sus adquisiciones de productos hace que tengan un descontrol y acudan a realizar compras en tiendas donde en realidad no encuentran los insumos adecuados.

Es muy importante que las micro y pequeñas empresas de foodservice realicen una planificación y adecuación de un área, para poder mantener los insumos que necesitan y cumplir sus actividades económicas, como también establecer parámetros de compra para que siempre tengan las cantidades de insumos necesarios en sus bodegas.

- **Altos costos de la adquisición de productos desechables ecológicos y escasez de proveedores a nivel nacional**

Debido a la escasez de proveedores de productos desechables ecológicos el costo de estos en el mercado nacional es muy elevado en comparación a los productos tradicionales. Los altos costos que conlleva la adquisición de esta clase de productos en nuestro país han generado baja demanda de ellos y muchas micro y pequeñas empresas simplemente deciden ignorarlos. En el caso de las micro y pequeñas empresas que utilizan, muchas veces se ven ante la dificultad de no encontrar los proveedores que se adapten a sus necesidades en su totalidad, lo cual los obliga a recurrir nuevamente a los envases y embalajes tradicionales.

Los fabricantes de productos desechables en nuestro país no se han interesado por ampliar la gama de productos que ofrecen e introducir productos compuestos por materiales renovables, ecológicos o biodegradables. En base a la falta de políticas nacionales promotoras de las buenas prácticas de desarrollo sostenible se hace evidente que la industria no procure innovar en su producción ya que no existe gran demanda para productos ecológicos.

- **Falta de interés por parte de la población en general respecto a la contaminación ocasionada por el uso desmedido de productos desechables no renovables**

Es preocupante ver cómo las cantidades de desechos sólidos van en aumento y que la población que es la mayor causante de dicho aumento no se interesa en forma alguna por cambiar sus hábitos de consumo y malas prácticas al momento de eliminar los desechos

Luego de la pandemia que comenzó en marzo del año 2020 el consumo de productos desechables experimentó un aumento masivo, que no solo implica la utilización de mascarillas, guantes y otra clase de equipo de bioseguridad que comenzó a ser de uso cotidiano en los hogares, lugares de trabajo, supermercado, etc.

La contaminación causada por los desechables se hace evidente en los ecosistemas, siendo los más afectados los ríos, lagos, playas, entre otros. Es alarmante, sobre todo, que a pesar de las claras evidencias de que las malas costumbres de los salvadoreños están deteriorando a pasos agigantados los ecosistemas que el país posee, no exista conciencia en la población sobre el peligro que el hombre en sí representa para el medio ambiente.

En El Salvador no existen iniciativas sobre el reciclaje, no se promueve, no se practica, poco se conoce sobre el tema. No se puede culpar a la población por su falta de interés sobre un tema que no conoce y unido al tema del reciclaje también se puede colocar la utilización de productos elaborados a base de materias renovables.

### **1.1.2 Resumen del Análisis**

Posterior al análisis de cada una de las fuerzas, tanto impulsoras como restringentes y conocer los puntos fuertes y débiles de cada una podemos describir los resultados del análisis. En primer lugar, luego de identificar cada fuerza fue sometida a examinación para determinar, en el caso de las fuerzas impulsoras, cual puede ser el medio o método por utilizar para brindar la oportunidad de poner en práctica esa fuerza impulsora, los recursos con los que se cuenta y las formas en las cuales se puede llegar a lograr que ese motivador se fortalezca y de resultados.

En el caso de las fuerzas restringentes podemos notar que entre ellas se cuenta con grandes motivos para desistir de llevar a cabo los cambios deseados, sin embargo, gracias a las fortalezas identificadas en las fuerzas impulsoras se puede dar una solución

a casi todas las fuerzas restringentes. No obstante, el peso que ostentan no es ventajoso en comparación de su contraparte, ambas fuerzas tienen sus puntos fuertes, pero se puede llegar a consensos para amortiguar y someter las fuerzas que obstaculizan la realización de cambios.

El diagrama del análisis de Campos Fuerzas de este caso nos muestra los obstáculos con los cuales se enfrentaría una micro o pequeña empresa de foodservice ubicada en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután para implementar el uso de envases y embalajes ecológicos, pero a la vez el cómo se puede contrarrestar cada obstáculo identificado gracias al sondeo que se llevó a cabo en este sector del rubro (**Ver Anexo 2, Explicación para elaborar un Análisis Campo de Fuerzas**).

### **1.1.3 Enunciado del problema**

¿Qué estrategias se pueden implementar para fomentar una cultura de consumo responsable orientada al uso de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas de la micro y pequeña empresa de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután?

## **1.2 ESTADO DEL ARTE**

El estado del arte es una recopilación de artículos, investigaciones y proyectos que nos permite conocer la trayectoria de un tema y la trascendencia e importancia que este ha tenido previamente, para obtener un referente y poder retomar una investigación previa o crear una a partir de un precedente.

Como un medio para obtener información sobre un tema en específico es de mucha utilidad, en este caso, al recopilar investigaciones previas relacionadas al tema de la utilización, elaboración o comercialización de productos ecológicos, se obtiene un respaldo que indica que el tema ya ha surgido como un punto a favor para llevarlo a cabo. Por otro lado, también son útiles las investigaciones, tesis y artículos, etc., que se relacionen con la temática del medio ambiente.

Es por esta razón que se han recopilado investigaciones previas con temas relacionados o alusivos a los envases y embalajes ecológicos que puedan servir de referente para retomar conclusiones obtenidas mediante los estudios previos.

A continuación, se muestran las investigaciones realizadas que fortalecieron el desarrollo de la propuesta: **Diseño de un plan estratégico para la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas por las micros y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.**

| 1. GESTIÓN DE RESIDUOS Y FOMENTO AL RECICLAJE. |      |  |              |
|--|------|--|--------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>              |      | Ley de Gestión Integral de Residuos Y Fomento al Reciclaje.  |              |
| <b>Objetivo de la investigación</b>            |      | El presente documento tiene por objeto lograr el aprovechamiento y disposición final sanitaria y ambientalmente segura de los residuos, a fin de proteger la salud de las personas, el medio ambiente y fomentar una economía circular, a través del establecimiento de una visión sistémica en la gestión integral de los residuos, la determinación de los actores y su forma de interacción, y la asignación de responsabilidades para lograr cambios conductuales en la población. |              |
| <b>Año</b>                                     | 2020 | <b>Lugar</b>   | El Salvador. |
| <b>Autores</b>                                 |      | Asamblea Legislativa.  |              |
| <b>Descripción</b>                             |      | La ley está enfocada, en la gestión integral de residuos con el fin de ser aplicadas, a las personas naturales, personas jurídicas y las instituciones públicas como privadas. Lo que se busca es crear conciencia sobre los problemas ambientales en la actualidad en nuestro país.   |              |

Tabla 2: Tabla número 1 de Estado del Arte (Fuente: <https://cidoc.marn.gob.sv/documentos/decreto-no-527-ley-de-gestion-integral-de-residuos-y-fomento-al-reciclaje/>)

| <b>2. COMERCIALIZACIÓN DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS COMO ALTERNATIVA PARA REDUCIR LOS PLÁSTICOS.</b> |      |   |                             |
|---|------|---|-----------------------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>   |      | Plan de Comercialización de Residuos Sólidos del “Proyecto de Emprendedurismo Social y Ecogestión de Residuos Sólidos Ressor”, Ubicado en el Cantón Majucula Municipio de Cuscatancingo.  |                             |
| <b>Objetivo de la investigación</b>   |      | Conocer y analizar la contaminación que producen los residuos sólidos en el medio ambiente, y el daño que ocasionan a las personas.   |                             |
| <b>Año</b>  | 2015 | <b>Lugar</b>  | Cuscatancingo, El Salvador. |
| <b>Autores</b>  |      | Andrea Soriano, Fátima Rivera, Luisa Daniela  |                             |
| <b>Descripción</b>  |      | La investigación, se realizó con el fin de brindar una solución a los residuos plásticos, el plan de comercialización de residuos en la venta de estos productos a las empresas que se encargan del reciclaje y puedan ser transformados, para ser utilizados nuevamente. |                             |

Tabla 3: Tabla número 2 de Estado del Arte (Fuente: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/9410/>)

| <b>3. ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN DE LOS DESECHOS NO BIODEGRADABLES EN EL SALVADOR.</b> |      |   |             |
|--|------|---|-------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>  |      | Diagnósticos y Estrategias de Solución a la situación de los Desechos Sólidos no Biodegradables en El Salvador.   |             |
| <b>Objetivo de la investigación</b>  |      | Realizar un diagnóstico de los desechos Sólidos no biodegradables generados en El Salvador.   |             |
| <b>Año</b>   | 2006 | <b>Lugar</b>  | El Salvador |
| <b>Autores</b>   |      | Universidad de El Salvador.   |             |
| <b>Descripción</b>   |      | En este documento, podemos encontrar sobre el impacto negativo que está causando el incremento preocupante de plásticos en nuestro país, como también las soluciones que se brindaron para dar un cambio positivo en el medio ambiente. |             |

Tabla 4: Tabla número 3 de Estado del Arte (Fuente: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/4301/>)

| 4. INVESTIGACIÓN SOBRE LA PROBLEMÁTICA CAUSADA POR LOS PLÁSTICOS. |      |   |             |
|---|------|---|-------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>                                 |      | La Problemática del Plástico en El Salvador.  |             |
| <b>Descripción</b>  |      | En esta nota periódica, se describe la problemática ocasionada por los plásticos en El Salvador.  |             |
| <b>Año</b>  | 2019 | <b>Lugar</b>  | El Salvador |
| <b>Autores</b>  |      | Investigación realizada por la Prensa Gráfica.  |             |
| <b>Enlace para ingresar a la nota</b>                             |      | <a href="https://www.lapensagráfica.com/opinion/la-problemática-del-plastico-20190803-0382.html">https://www.lapensagráfica.com/opinion/la-problemática-del-plastico-20190803-0382.html</a> |             |

Tabla 5: Tabla número 4 de Estado del Arte (Fuente: <https://www.lapensagráfica.com/opinion/la-problemática-del-plastico-20190803-0382.html>)

| 5. PROBLEMAS QUE CAUSAN LOS PLÁSTICOS EN LOS HUMANOS Y MEDIO AMBIENTE. |      |   |             |
|--|------|---|-------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>                                      |      | Los plásticos ya están en los tejidos y órganos humanos.  |             |
| <b>Descripción</b>   |      | En la Presente nota, se encuentra información sobre los problemas ocasionados por los plásticos en los tejidos y órganos humanos, y algunas propiedades que perjudican a las personas.                                    |             |
| <b>Año</b>   | 2020 | <b>Lugar</b>  | El Salvador |
| <b>Autores</b>   |      | Periódico El Salvador   |             |
| <b>Enlace para ingresar a la nota</b>                                  |      | <a href="https://m.elsalvador.com/vida/salud/contaminacion-salud-plasticos-seres-humanos-animales/743155/2020/">https://m.elsalvador.com/vida/salud/contaminacion-salud-plasticos-seres-humanos-animales/743155/2020/</a> |             |

Tabla 6: Tabla número 5 de Estado del Arte (Fuente: <https://m.elsalvador.com/vida/salud/contaminacion-salud-plasticos-seres-humanos-animales/743155/2020/>)

| 6. ANÁLISIS DE LOS OBJETIVOS DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE. |      |  |                              |
|---|------|--|------------------------------|
| <b>Nombre de la investigación</b>   |      | Objetivos de desarrollo de las Naciones Unidas   |                              |
| <b>Objetivo de la investigación</b>   |      | Entre los objetivos ambientales plasmados por las Naciones Unidas tenemos. Producción y consumo responsable, Acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres.  |                              |
| <b>Año</b>  | 2015 | <b>Lugar</b>   | Sede de las Naciones Unidas. |
| <b>Autores</b>  |      | Países integrantes de la Organización de Las Naciones Unidas.  |                              |
| <b>Descripción</b>  |      | El desarrollo de la agenda 2030, es una acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad. Entre los objetivos planteados, podemos encontrar la sostenibilidad medioambiental, esto nos conlleva a cumplir metas que mejoren la situación actual en el planeta. |                              |

Tabla 7: Tabla número 6 de Estado del Arte (Fuente: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>)

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El foodservice es un rubro conformado por varios sectores que se enlazan para dar forma a lo que se conoce como restaurantes, pero de cada sector que lo conforma, la investigación será enfocada únicamente en el segmento que incurre en el consumo más constante de envases y embalajes desechables que es el de restaurantes y más específicamente las cafeterías.

Actualmente el consumo de recipientes y otros productos desechables se ha incrementado de forma dramática, esto debido en gran parte a la pandemia del COVID-19 que se vive desde el año 2020. Por otro lado, las malas prácticas del pueblo salvadoreño respecto al tratamiento de los desechos sólidos han llegado a tal punto que no es necesario comprobar por medios científicos la evidente contaminación generada, basta con ver los ríos, lagos, lagunas y playas, incluso las calles por las que a diario transitan miles de salvadoreños para darse cuenta del poco interés que existe en la población con la deficiencia en el tratamiento de los desperdicios.

La composición de los productos desechables frecuentemente utilizados entre las micro y pequeñas empresas de foodservice pertenece a una amplia gama de productos que en su mayoría son fabricados utilizando materiales derivados del petróleo. Gran parte de ellos ni siquiera pueden ser reciclados debido a los químicos con los cuales son tratados antes de ser transformados en productos diversos. Por otro lado, las micro y pequeñas empresas de foodservice también enfrentan problemas en su gestión logística y de aprovisionamiento.

Las operaciones comerciales de una empresa pueden contemplarse funcionar bien, visto desde el exterior, pero cuando realmente es indagado el estado de la gestión en las operaciones de una empresa, es cuando se revisa la logística interna que llevan a cabo para mantenerse funcionando. Lastimosamente la implementación de procesos y procedimientos logísticos, además de una buena gestión de la cadena de suministros se da con mayor frecuencia en empresas grandes, mientras que la micro y pequeña empresa mantiene sus operaciones casi de forma empírica debido a la falta de recursos y conocimiento.

Se realizó un sondeo entre las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para conocer el estado en el que se encuentran respecto al consumo de desechables. En el sondeo realizado a los

propietarios o encargados de los establecimientos, manifiestan que debido a que no poseen conocimientos claros para adquirir sus productos directamente con empresas fabricantes, deben acudir a intermediarios como supermercados y cuando hacen esto siempre compran insumos contaminantes para el medio ambiente.

Con todos estos factores negativos que rodean las operaciones de las micro y pequeñas empresas de foodservice se hace evidente la necesidad de poner un alto a las malas prácticas y realizar una renovación para evitar los altos niveles de contaminación emitidos por ellas. Plantear soluciones a raíz de la investigación es uno de los principales motivos por los cuales se desea llevar a cabo este proyecto. La carencia de procesos logísticos especializados, asociado a la falta de proveedores a nivel nacional, dan la pauta para que se comiencen a realizar operaciones de comercio internacional en el abastecimiento de insumos, no sin antes recibir la debida capacitación sobre cómo se realiza, a través de la propuesta de un plan de importaciones de insumos.

Una vez planteada la situación que lamentablemente se está viviendo en torno a los desechos generados por las micro y pequeñas empresas de foodservice, se plantea la razón de llevar a cabo este proyecto, realizar una investigación en torno a las preferencias en envases y embalajes que las micro y pequeñas empresas usan y los motivos por los cuales no utilizan insumos orgánicos o ecológicos, además de llevar concientización a las micro y pequeñas empresas involucradas y a sus consumidores, manifestando la importancia de la disminución y posterior eliminación de recipientes de carácter no ecológico, apoyándose en las repercusiones que ocasiona y sumando las que ha traído la pandemia por COVID-19 contra los recursos terrestres y marinos.

Por lo tanto, para lograr los fines planteados en el párrafo anterior se realizó la propuesta de innovación **“Diseño de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas por las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután”**, con el cual se busca crear conciencia a las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice y a los consumidores de estos establecimientos, dándoles a conocer sobre los grandes efectos que causan los productos no amigables con el medio ambiente y la necesidad de tomar medidas para reducir el uso de ese tipo de materiales contaminantes e implementar estrategias que permitan solucionar los problemas que enfrentan las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice para abastecerse de productos eco amigables e implementarlo en su totalidad.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo general**

Diseñar un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas por las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para conocer las prácticas y preferencias actuales que poseen en torno a los productos desechables en el área de ventas.
- Realizar un estudio de mercado enfocado en los clientes de las micro y pequeñas empresas que formen parte de la muestra de la investigación, para conocer el grado de aceptación de los envases y embalajes ecológicos por parte de los consumidores.
- Identificar las estrategias obtenidas a partir del diagnóstico y estudio de mercado que pueden ser soluciones factibles para implementar el uso de envases y embalajes ecológicos en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.
- Plantear y diseñar las fases que conformarán el plan estratégico elaborado para combatir la problemática observada en torno al uso de envases y embalajes desechables de las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.
- Determinar los posibles proveedores de insumos ideales para abastecer la demanda de envases y embalajes de las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, a través de la búsqueda y evaluación de proveedores.
- Diseñar un programa de capacitación enfocado en concientizar y enseñar a los empresarios y personal de micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután sobre los beneficios de la utilización de envases y embalajes ecológicos dentro de las operaciones de la empresa.

# **CAPÍTULO II: ALCANCES Y LIMITACIONES**

## 2 ALCANCES Y LIMITACIONES

### 2.1 ALCANCES

- El diagnóstico dirigido a las micro y pequeñas empresas del rubro del foodservice en la ciudad de San Miguel y la ciudad de Usulután fue elaborado a través del análisis de datos obtenidos por las herramientas de recolección de información.
- El estudio de mercado se dirigió a los consumidores de las micro y pequeñas empresas de foodservice que conforman la muestra.
- Para realizar el estudio de mercado se tomó como herramienta de recolección de información la encuesta, esta se va a efectuar de manera presencial y virtual.
- A partir de los resultados del diagnóstico se formularon estrategias de concientización ambiental que puedan brindar posibles soluciones en función de las necesidades de cada empresa, las cuales se verán reflejadas a lo largo del documento.
- El plan estratégico será dividido en 6 fases las cuales son: 1) Informar a los empresarios sobre diversos temas de interés que les permitan realizar con éxito una transición de los envases y embalajes tradicionales hacia los ecológicos, a través de un **Plan de Capacitación**; 2) Elaborar un **Manual de Reciclaje** para que los empresarios tengan una guía para implementar diferentes métodos de reciclaje en sus empresas; 3) Guiar a los empresarios en el proceso de selección de los nuevos productos para sustituir los actuales a través de un **Catálogo de Productos**, para que ellos puedan conocer los productos ecológicos y seleccionar los que necesitan; 4) Facilitar un **Manual de Selección y Evaluación de Proveedores** a los empresarios, para facilitarles el proceso de selección de los nuevos proveedores de envases y embalajes ecológicos; 5) Prover a los empresarios un **Manual de Importaciones** claro y fácil de entender para que el Área de Compras pueda llevar a cabo importaciones de productos desechables ecológicos; 6) Brindar a los empresarios apoyo en la persuasión a los clientes a través de una **Campaña Publicitaria de Concientización**, donde se brindarán diferentes herramientas y estrategias que pueden ser utilizadas para informar y persuadir a los clientes sobre el cambio de envases y embalajes.
- Se llevó a cabo una búsqueda de proveedores a nivel nacional e internacional, para conocer la gama de productos y condiciones que éstas ofrecen.

- La selección de los proveedores se llevó a cabo posterior a la búsqueda y se creará una cartera de proveedores.
- Crear una base de datos adjuntos al plan de capacitación para facilitar la gestión del apoyo de las instituciones gubernamentales, municipales y de otra índole, en la tarea de informar y concientizar a los propietarios y empleados de las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.
- Elaborar un plan de implementación adjunto para el programa de capacitación a propietarios y empleados de las micro y pequeñas empresas de foodservice, con el objetivo de que sean conocedores de lo perjudicial del uso de recipientes no biodegradables y la gran diferencia en comparación con los ecológicos.

## **2.2 LIMITACIONES**

- El diagnóstico se realizó en torno a las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.
- El estudio de mercado únicamente se llevará a cabo con los consumidores que frecuentan los establecimientos de foodservice y que formen parte de la muestra.
- Las estrategias quedarán a nivel de propuestas y a criterio de implementación de las micro y pequeñas empresas.
- Queda a criterio de las micro y pequeñas empresas la utilización de los insumos desechables ecológicos y la cartera de proveedores propuestas a lo largo del proyecto.
- El apoyo por parte de las instituciones será determinado por cada una de ellas en función de la disponibilidad de tiempo y recursos que puedan ser destinados hacia esta investigación.

## **2.3 HIPÓTESIS**

### **2.3.1 Hipótesis de Investigación Causal**

La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos por parte de los empresarios del sector foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután se debe a la escasez de conocimiento acerca de este tipo de productos.

### **2.3.2 Hipótesis Nula**

La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos por parte de los empresarios del sector foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután no se debe a la escasez de conocimiento acerca de este tipo de productos.

## **2.4 VARIABLES**

### **2.4.1 Variables Dependientes**

- La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos

### **2.4.2 Variables Independientes**

- Escasez de conocimiento

**CAPÍTULO III:  
MARCO  
TEÓRICO DE LA  
INVESTIGACIÓN**

### **3 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

##### **3.1.1 Generalidades del Rubro de Foodservice**

Cuando se refiere al Foodservice de forma directa se hace alusión a varios aspectos del término, ya que por sí mismo puede relacionarse con dos actividades que comparten un estrecho vínculo. La asistencia personalizada a las micro y pequeñas empresas dedicadas a la preparación de alimentos listos para el consumo es el primer concepto del foodservice que será contemplado y el segundo concepto que se maneja a cerca del foodservice es directamente las micro y pequeñas empresas que preparan y sirven los alimentos al público.

El Foodservice nació como concepto en Estados Unidos hace algunos años, y fue diseñado para atender satisfactoriamente las necesidades de cantidad y calidad de abastecimiento de los grandes operadores gastronómicos, con todos aquellos insumos que requieren para desarrollar su actividad comercial.

Es de esta manera que el rubro de Foodservice surgió ante la ausencia de un servicio realmente adaptado a las necesidades de aquellos negocios de gastronomía que adquieren sus insumos en tiendas de mayoristas o clubes de precio, tienen mucho desperdicio de productos y/o un menú que no les reditúa en el porcentaje deseado.

Tradicionalmente, la producción solía estar enfocada de forma exclusiva a la distribución al mayorista, sin contemplar las necesidades específicas de los usuarios dedicados a procesar alimentos para ofrecer como producto final un servicio de menú o propuesta gastronómica a nivel comercial como es el caso de hoteles, restaurantes y cafeterías.

En la actualidad lo que la industria de Foodservice busca es incorporar al 100% capacitación y asesoría culinaria en diversos aspectos para marcar una diferencia en comparación con otros prestadores del mismo servicio en cuanto a renta de insumos, raíz del negocio, planeación, crecimiento y optimización de la operación.<sup>2</sup>

Pero este es un concepto del que solo se hará mención, ya que se encuentra estrechamente relacionado con el concepto al que hace referencia la investigación en

---

<sup>2</sup> Guillermina, G. (2020). Food Service es una tendencia que llegó para quedarse. Obtenido de The food tech: <https://thefoodtech.com/marketing/food-service-tendencia-que-llego-para-quedarse/>

curso que se refiere a los establecimientos de Foodservice (servicio de comidas) en el cual se incluyen los restaurantes, cafeterías, catering, etc.

El concepto de Foodservice como referencia al sector restaurantes es conocido de esta forma por su nombre en inglés, aunque puede ser confundido con el servicio de asistencia que se brinda a los restaurantes, en este caso simplemente se plantea como una opción llamativa para hacer referencia a este sector. En países como España es un término utilizado con frecuencia para referirse a los restaurantes y locales similares, para generalizar de forma simplificada acerca de este tema.

En los países latinos se ha adoptado el término debido a la cultura de apropiación de lenguaje extranjero, por ser considerado una forma elegante de decir las cosas. Así como es los establecimientos comerciales y plazas pueden ser encontrados con Foodcourt's o Foodtruck's, se ha adoptado el término de Foodservice para referirnos a los establecimientos mejor conocidos como restaurantes, cafeterías, hoteles, etc. En El Salvador el término no es muy conocido en cuantos al servicio de asistencia se refiere, lo cual ha dado lugar a que se utilice en estas condiciones.

### **3.1.2 Evolución de los Envases y Embalajes Desechables a través del Tiempo**

#### **3.1.2.1 Productos desechables tradicionales**

Los productos desechables son aquellos que están concebidos para ser utilizados en un corto plazo de tiempo, sacrificando una mayor durabilidad por comodidad de uso y un precio menor. En muchos casos, se trata de productos de un solo uso, o de usar y tirar, aunque los que pueden tener una durabilidad mayor, por ejemplo, los filtros de aire desechables pueden durar meses, aunque indudablemente duran menos que los filtros de aire lavables.

El principal inconveniente de esta clase de productos es su mayor impacto ambiental al tener un ciclo de vida más corto que los productos duraderos. El uso de este tipo de productos va en contra de las políticas de minimización de residuos

Ejemplo de este tipo de embalaje son todos aquellos productos elaborados en base a los siguientes materiales:

- Papel
- Cartón
- Cartoncillo
- Durapax

### **3.1.2.2 Historia de los desechables tradicionales<sup>3</sup>**

Los primeros platos desechables fueron fabricados en el siglo XIX por el maestro encuadernador Hermann Henschel en Luckenwalde. El motivo fue llevar a cabo un estudio médico sobre las maneras de envasar higiénicamente alimentos.

Samuel J. Crumbine fue un médico y funcionario de salud pública natural de Kansas (EE. UU.) Que llevó a cabo desde 1908 una campaña en contra de los utensilios para beber y comer de uso común por tratarse de fuentes potenciales de transmisión de enfermedades. Los también norteamericanos Lawrence Luellen y Hugh Moore vieron una oportunidad que los llevó a inventar unos sencillos y ligeros vasos de papel desechables con forma cónica.

El uso de plástico se ha convertido en algo normal en nuestros días. Sin embargo, están a la vista las que generan en el ambiente y en la supervivencia de especies. Podemos sumar el impacto visual en todo tipo de lugares concurridos para ocio. Junto con las decisiones de los gobiernos, la solución está en nuestras manos: reducir el consumo es clave, además de reutilizar y reciclar. Lograrlo es más fácil de lo que creemos.

### **3.1.2.3 Impacto de los productos desechables tradicionales<sup>4</sup>**

El plástico es importante en la sociedad actual, la cantidad de artículos que se producen crece exponencialmente, gracias a la comodidad que ofrece su alta versatilidad, disponibilidad y bajo costo, pero al igual que el vino, unas copas puede ser agradable, pero ya muchas pueden ocasionar problemas.

Cada año se produce 450 millones de toneladas de plástico, 200 millones se utilizan para artículos como pajillas que se usan 5 minutos, vasitos térmicos por 10 minutos, platos y cubiertos desechables por 20 minutos, durapax para transportar alimentos por 3 o 4 horas, la bolsa para llevar compras una vez y entregar la basura otra vez. Estos artículos ciertamente ofrecen comodidad por algunos minutos u horas, pero van a permanecer en el ambiente 500 años ocasionando problemas.

Cada año se entrega al ambiente 200 millones de toneladas que casi inmediatamente se convierten en basura, luego se producen 250 millones de toneladas de artículos duraderos como mesas o sillas de plástico, cubiertas de computadoras, televisores o refrigeradores, piezas de vehículos, suelas de zapatos y de la mayoría de los artículos existentes probablemente haya variedades de plástico. Esto muestra de nuevo la comodidad del

---

<sup>3</sup> <https://www.papstar.com/es/vajilla-de-un-solo-uso/historia-de-la-vajilla-de-un-solo-uso/>

<sup>4</sup> <https://www.pressreader.com/el-salvador/la-prensa-grafica/20190804/282183652669704>

plástico, pero hay que recordar que en pocos años estos artículos se vuelven inservibles y habrá que botarlos, quedando el plástico en el ambiente 5 siglos ocasionando problemas. Juntando los productos desechables que se tiran pronto con los duraderos que se tiran luego, estaremos agregando al ambiente cada año 450 millones de toneladas de basura plástica, lo que equivale a más de 2 libras cada semana por cada habitante del planeta.

Buena parte de la basura plástica termina en el océano. En 2014 había una libra de plástico por 5 libras de peces y para mediados de siglo habrá más masa de plástico que de peces. Muchas empresas dicen que sus plásticos son biodegradables, pero en realidad muchos de esos plásticos no se degradan, sino que se deshacen y terminan como micropartículas o polvo plástico en los cuerpos de agua. Los peces consumen plancton con plástico y el ser humano consume pescados con plástico. Cada semana el ser humano promedio en el mundo consume en plástico el equivalente de una tarjeta de crédito, siendo el agua potable el principal agente transmisor, seguido de alimentos terrestres, marinos y de agua dulce.

Además de problemas que se ven como ballenas muertas con plástico en el estómago, otro problema es que al plástico le agregan aditivos tóxicos como bisfenol A (BPA) para mejorar sus características. El BPA es responsable de perturbar glándulas que producen hormonas, regulan el metabolismo, el crecimiento y el sueño, genera anomalías neuro-conductuales, daña el sistema inmunológico y reproductivo, el sistema nervioso central y periférico, el hígado y los riñones, ocasionan defectos de nacimiento, cáncer, infertilidad masculina y asma. Estos plásticos con químicos tóxicos se utilizan para fabricar productos de consumo, juguetes para niños y envases para alimentos.

La industria del plástico dice que el problema se resuelve reciclando el plástico, pero la realidad del caso es que apenas se recicla 8 % del plástico del planeta y cuando los plásticos se reciclan también se reciclan estos aditivos tóxicos. Además, la liberación de tóxicos y gases de efecto invernadero no es un problema que ocurre solo en la etapa última de vida del plástico, sino que, durante todas las etapas de producción y vida del plástico, comenzando con la extracción de fósiles para producirlo, que genera gases de efecto invernadero, luego el refinado de las materias primas y el transporte, de hecho, un 80 % del impacto ambiental se da durante la producción y distribución del plástico un 20 % en el manejo del desecho.

### **3.1.2.4 Envases y embalajes desechables ecológicos<sup>5</sup>**

El packaging ecológico abarca una serie de factores que lo constituyen en una opción rentable para las empresas, el medioambiente y el entorno donde ésta se desempeña.

Estos factores se relacionan al proceso de fabricación y la utilidad de ciertos materiales que cumplen con una característica fundamental: ser amigables con el medioambiente, reduciendo su impacto de contaminación a lo largo del tiempo y garantizando mejor calidad de vida en el mundo.

Un embalaje ecológico está condicionado por:

- Materias primas que pueden reciclarse en parte o en su totalidad
- Proceso de producción que minimizan la huella de CO2
- Material con varias posibilidades útiles. Es decir, es reciclable.

Quienes optan por este tipo de packaging están siendo responsables con la manipulación de los recursos naturales. Y ello es uno de los puntos más valorados por los clientes que cada vez más prefieren elegir productos eco-friendly's y compañías que se comprometan y busquen dejar una huella medioambiental a largo plazo.

En definitiva, para las micro y pequeñas empresas implica un mínimo esfuerzo que puede ofrecer grandes beneficios como mejorar la reputación de la marca frente a la mirada de los clientes, captar nuevos consumidores y fidelizarlos, aumentar la rentabilidad y ventas, además de proteger al planeta.

De acuerdo con los datos emitidos por la asociación Greenpeace, se estima que este año se generará más de 900% de plásticos que hace 20 años. Esto se debe a que aún hoy queda mucho por concienciar dado que una parte importante de la industria mundial no ha tomado conciencia sobre el impacto de estos materiales.

Aunque los números son alarmantes, la realidad es que cada año aparecen nuevas opciones de materiales biodegradables y reciclables que permiten sustituir aquellos que no lo son. No hay dudas en que decantarse por alternativas ecológicas aumenta la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas, aporta conciencia social y cuida el planeta.

---

<sup>5</sup> <https://blog.letspack.es/embalaje-ecologico-claves-e-importancia-en-su-uso>

### **3.1.3 Historia de los Desechables Ecológicos<sup>6</sup>**

A medida que el interés de los consumidores en la ética verde crece en todo el mundo, los especialistas en marketing han encontrado una nueva forma de explotar esta tendencia reciente al tratar de hacer creer a las personas que pueden continuar consumiendo de la manera en que lo hacen sin afectar el medio ambiente, siempre y cuando sea “ecológico”. El lavado verde, como se le conoce, se está volviendo cada vez más frecuente en todo el mundo, incrementado aún más por la falta de regulaciones de la industria que dejan en claro qué reclamos se pueden hacer y cuáles no.

Las empresas no solo usan el lavado ecológico cuando se trata de sus productos, sino que a menudo también se hacen afirmaciones falsas sobre cuán ecológico es su embalaje. Por ejemplo, a muchas personas se les hace creer que los envases “biodegradables” y “eco-amigables” significan que está bien usarlos sin pensarlo más. Hoy en día, hay tantos de estos términos por ahí que puede ser bastante confuso saber lo que significan. Por ejemplo, ¿qué significa realmente un embalaje eco-amigable? Lo mismo se puede preguntar sobre envases sostenibles o verdes. Tal vez esto significa que están hechos de materiales compostables, degradables o biodegradables. Esto también podría significar que podrían ser reciclables o reutilizables, o estar hechos de bioplásticos. Sin comprender adecuadamente cada término, los consumidores pueden verse abrumados o confundidos. Entonces, intentemos analizar esto analizando más de cerca cada término.

#### **3.1.3.1 Evolución del embalaje ecológico en los últimos años**

Los grandes desastres naturales ocurridos a nivel mundial producto de la contaminación, han puesto la mirada de la Organización de las Naciones Unidas sobre la sostenibilidad.

Con el paso de los años, el cuidado de la ecología y los recursos naturales ha acaparado la preocupación de muchas naciones mundiales que escucharon a las organizaciones ecologistas y supieron crear leyes y normativas que acompañaron un nuevo cambio de paradigma en la sociedad: la preocupación por el cuidado del planeta.

### **3.1.4 Contaminación por desechos sólidos en El Salvador<sup>7</sup>**

#### **3.1.4.1 Contaminación del agua.**

Como su nombre lo sugiere, “Contaminación del agua” es el tipo de contaminación que supone la contaminación de distintos cuerpos de agua. Varias criaturas acuáticas

---

<sup>6</sup> <https://plasticoceans.org/embalaje-ecologico-el-futuro-o-el-lavado-ecologico/>

<sup>7</sup> <https://sites.google.com/site/lacantaminacioensalvador2722/tipo-de-contaminacion>

dependen de estos cuerpos de agua y sus características naturales nutritivas para apoyar su vida.

#### **3.1.4.2 Contaminación del suelo.**

Explicado de una forma sencilla y sobre todo resumida, podemos indicar que el suelo viene a ser el material suelto no consolidado que se produce inicialmente de la disgregación física de las rocas, o bien fruto de alteraciones meteorológicas en el medio ambiente.

El suelo tiende a evolucionar hasta poder formar incluso un sistema complejo, pasando a una estructura estratificada y de composición específica, precisamente bajo la influencia de los seres vivos.

Pero al igual que la contaminación atmosférica el suelo también puede verse afectado por la contaminación, algo que como te puedes imaginar recibe el nombre correcto de contaminación del suelo.

#### **3.1.4.3 La contaminación del suelo por las actividades humanas.**

La contaminación del suelo puede tener una amplia variedad de causas. Algunos de los motivos más frecuentes son:

- El uso de pesticidas en la agricultura
- La ruptura de tanques de almacenamiento subterráneo
- Filtraciones desde zonas de rellenos sanitarios o vertederos
- Acumulación directa de desechos de productos industriales
- Los químicos más comunes que son responsables de la contaminación del suelo son: derivados del petróleo, pesticidas, solventes y otros metales pesados. Éste fenómeno es una consecuencia del alto grado de industrialización, la cada vez más creciente utilización de químicos y la falta de gestión y control por parte tanto de las empresas como de los mismos gobiernos de los distintos países.
- Cuando la contaminación del suelo llega a un nivel crítico, se afecta el equilibrio natural que tienen estos complejos sistemas, lo que se traduce en un cambio en el comportamiento de los suelos. Lo que ocurre es que las sustancias nocivas que se acumulan se vuelven tóxicas para los organismos que allí habitan.

### **3.1.5 Índice de embalajes desechables <sup>8</sup>**

El Salvador cuenta con instrumentos legales que presentan las bases para instaurar un adecuado manejo de los desechos sólidos en el país. La Ley del Medio Ambiente, en su artículo 52, otorga la responsabilidad de formular un Programa Nacional para el Manejo Integral de los Desechos al MARN, en coordinación con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, los Gobiernos Municipales y otras organizaciones competentes. El no cumplimiento de este mandato de Ley ha provocado la descoordinación actual del sector y el abandono de las municipalidades en cuanto al apoyo técnico y jurídico para la prestación de los servicios.

Se estima que en el año 2009 las áreas urbanas del país generaron 3,400 toneladas de desechos por día; el 86% de la producción, se concentra en 6 departamentos que son San Salvador, La Libertad, Santa Ana, San Miguel, Sonsonate y Usulután. Los desechos sólidos son dispuestos en 14 rellenos sanitarios, de los cuales solamente 5 tienen capacidad para recibir cantidades mayores a 20 toneladas diarias. La limitada oferta de sitios de disposición final adecuada ha generado la concentración de estos, provocando costos insostenibles de transporte y manejo final y la proliferación de puntos de transferencia ilegales que operan en condiciones precarias e insalubres. Los elevados costos de transporte y disposición final han generado disminución en la cobertura y frecuencia del servicio de recolección municipal causando condiciones insalubres en las cabeceras departamentales. Asimismo, la ausencia de mecanismos que regulen la calidad de los servicios y sus costos, tomando en cuenta la economía de escala de este tipo de servicios, ha provocado cobros excesivos y el endeudamiento de las municipalidades. Aunado a esto, las municipalidades no han tomado las decisiones oportunas para la revisión y actualización de tasas y mecanismos de cobro que les permita disponer de más ingresos por el servicio.

El primer elemento por destacar es la alta vulnerabilidad socio ambiental que presenta la cordillera del Bálsamo. En este territorio las inundaciones y deslizamientos, producto de huracanes y tormentas son bastante frecuentes. Además, se ha tendido una cantidad de pérdidas humanas y materiales en el año 2001 con la ocurrencia de dos terremotos. Las sequías que se presentan con periodicidad afectan también la disponibilidad de agua potable y la que requieren los cultivos para producir, generando crisis en las comunidades.

---

<sup>8</sup> Plan de gestión integral de residuos sólidos alcaldía municipal de Gualococti, departamento de Morazán. Plan realizado por encargada de la unidad ambiental: Claudia Margarita Garcia Orellana año 2021, página 7, párrafo 4

Esta inestabilidad en la distribución de las aguas es innegablemente producto del cambio climático.

### **3.1.6 Contaminación por desechos plásticos en la zona oriental<sup>9</sup>.**

Usulután, San Miguel, La Unión y Morazán producen 372.12 toneladas de desechos sólidos por día; la mayoría son inorgánicos

También se suma la contaminación física que comprende la presencia de desechos sólidos, sedimentos, obstrucción, acumulación de plástico y basura en los caudales. Además de la contaminación química, donde se analiza la presencia de metales pesados, niveles de acidez y tóxicos en el agua, según explicó Abelardo Ramos, técnico del proyecto para la Reducción de Contaminación de humedales de El Salvador 2017.

En caso del Río Grande la contaminación se debe a la presencia de grandes cantidades de plásticos, este se identifica en varios puntos del recorrido, pero sobre todo en la bocana, situada a la altura de la comunidad El Encanto del cantón Puerto Parada, en Usulután. La acumulación de desechos inorgánicos se estima que asciende a 200 toneladas de plástico, distribuidas en una superficie de 90 metros cuadrados y una profundidad mayor a la de un metro.

Esta recolección de desechos plásticos se da debido a que la cuenca hidrográfica del Río Grande es alimentada por varios manantiales, pozos y quebradas que están distribuidos en 45 municipios de San Miguel, Usulután y Morazán.

Un informe de saneamiento realizado por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales reveló que en el 2017 el departamento de Usulután produjo ese año 69,401 toneladas de desechos sólidos; seguido por San Miguel, con 45,836; La Unión, con 16,594; y Morazán, con 3,992.

En total estos cuatro departamentos de la zona oriental producen 135,824.92 toneladas de basura, lo cual equivale a 372.12 toneladas cada día, provocando que cierta cantidad de estos desechos sólidos terminen en los cuerpos de agua que se encuentran en la zona.

---

<sup>9</sup> NANCY, H., & OMAR, M. (2019). El río Grande de San Miguel agoniza por los desechos plásticos. Obtenido de Periódico Digital El Salvador: <https://historico.elsalvador.com/historico/610579/el-rio-grande-de-san-miguel-agoniza-por-los-desechos-plasticos.html>

## **3.2 BASE TEÓRICA**

### **3.2.1 Tipos de embalajes y sus características**

La clasificación más conocida de embalajes es en base a niveles, distinguiendo entre embalaje primario, embalaje secundario y embalaje terciario. Sin embargo, la terminología de embalaje es muy amplia de acuerdo con esto se pueden señalar otras clases de embalaje<sup>10</sup>.

Para poder identificar los tipos de embalaje se debe profundizar en:

- Tipos de embalaje primario, secundario y terciario
- Tipos de embalaje según su material
- Clases de embalaje según su función

#### **3.2.1.1 Tipos de embalaje primario, secundario y terciario**

- Embalaje primario

El embalaje primario, también conocido como embalaje principal o embalaje minorista, es aquel que está en contacto directo con el producto. Podríamos decir que es la primera capa o material que envuelve y protege el producto.

El embalaje primario, además de proteger, cumple una importante función de “atracción y persuasión” para los consumidores. Pues constituye una carta de presentación del producto con un fuerte componente decisivo en los clientes.

- Embalaje secundario

El embalaje secundario puede tener varias funciones. Permite crear unidades de carga agrupando varios empaques primarios. Por un lado, para responder a propósitos logísticos como un mejor transporte y almacenamiento. Pero también, con fines de marca, comercialización y exhibición del producto como ocurre en los supermercados o en las tiendas minoristas.

- El embalaje terciario

El embalaje terciario agrupa los productos con embalaje primario y secundario para su envío y almacenamiento.

Permite preparar unidades de carga que protegen la mercancía y facilitan su manipulación y transporte.

---

<sup>10</sup> Tipos de embalajes y sus características. (s.f.). Obtenido de Liderpac: <https://liderpac.es/tipos-de-embalaje/>

### 3.2.1.2 Tipos de embalaje según su material

- Embalaje de plástico

El plástico es uno de los tipos de materiales de embalaje más comunes y utilizados por su resistencia, su practicidad, su ligereza, su alta protección frente a factores externos tales como polvo, humedad, etc.

La variedad de embalajes hechos de plástico es muy extensa. Entre ellos podemos encontrar:

- Envases de plástico
- Cajas y contenedores de plástico
- Embalajes de relleno y protección
- Film estirable, film perforado y plástico retráctil
- Embalajes de cartón y papel

Existe una gran variedad de tipos y formatos de embalajes fabricados con este material, entre los cuales se pueden encontrar:

- Celulosa moldeada
- Cartón ondulado
- Papel de embalar y papel Kraft

El cartón y papel reciclado son unos de los materiales preferidos ante la tendencia creciente hacia el uso de materiales más sostenibles.

- Embalajes de vidrio

Los embalajes de vidrio se usan principalmente como soluciones de embalaje primario. La industria alimentaria, química y cosmética suelen consumir este tipo de embalajes para envasar alimentos (tarros de conservas, botellas de refrescos, alcohol) productos químicos o cosméticos (frascos de perfume, tarros de crema hidratante, botes de gel, maquillaje)

- Embalajes de madera

Los embalajes de madera son otro de los elementos importantes para complementar la protección y el transporte de mercancías de manera eficiente. Dentro de esta clasificación se encuentran:

- Pallets de madera
- Cajas de madera
- Jaulas de madera

### **3.2.1.3 Clases de embalaje según su función**

Una tercera forma de identificar los tipos de embalaje que podemos encontrar es según la función principal que realicen.

- Embalajes para contener  
Son embalajes que contienen una o varias unidades de producto. Un ejemplo podrían ser las cajas de cartón, los sacos o las bolsas.
- Embalajes para proteger  
Los embalajes de protección tienen la finalidad de mantener la mercancía a salvo durante toda la cadena logística, evitando golpes, deformaciones o deterioros causados por factores climáticos.
- Embalajes para unir  
Los embalajes para la unión permiten agrupar varias unidades de productos o varios bultos para conformar una única unidad de carga para facilitar, por un lado, su distribución a los siguientes agentes de la cadena de suministro y por otro, su manipulación y transporte.

### **3.2.2 Diferencia entre envase y embalaje**

El embalaje está pensado para proteger el producto durante el trayecto por el que se trasladan éste de un sitio a otro de una forma segura y eficiente, evitando, de este modo, que lo que haya en su interior sufra el menor signo de alteración<sup>11</sup>.

En cambio, el envase es el material responsable de contener un objeto, siendo éste la primera capa que separa el producto del exterior. Este material puede ser muy diverso y adoptar formas muy distintas, por ejemplo, una botella, una caja, un tubo, etc.

Por tanto, mientras que el embalaje se emplea para almacenar, transportar y proteger el producto, el envase es el que entra en contacto directo con el producto, pudiendo estar vinculado o no con el packaging.

### **3.2.3 Ventajas y desventajas de envases y embalajes ecológicos<sup>12</sup>**

Existen diversos y numerosos materiales para embalajes ecológicos, y por suerte, cada vez hay más. Entre ellos podemos destacar el uso de papel encerado, hoja de pino, caña, pulpa

---

<sup>11</sup> Diferencias entre envase y embalaje. (2019). Obtenido de Iniciativas en el embalaje: <https://www.iem.es/embalaje/diferencias-envase-embalaje/>

<sup>12</sup> <https://carontestudio.com/blog/packaging-sostenible-ventajas-y-desventajas/>

de trigo o la hoja de palma. Estos materiales tienen una degradación más eficaz que materiales como, por ejemplo, el cartón.

### **3.2.3.1 Ventajas del packaging sostenible:**

- **Sostenibilidad:** Obviamente, el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente supone un beneficio generalizado. Puede que no de manera económica, pero sí en cuanto a calidad de vida.
- **Valor emocional:** Los productos “eco-friendly’s” son toda una declaración de intenciones y no solo demuestran un compromiso para con el medioambiente y la sociedad, sino que aportan un valor emocional al usuario final, haciéndole sentir partícipe de esa responsabilidad y compromiso. Este resulta ser un gran reclamo para un amplio segmento de los consumidores.
- **Certificaciones:** El packaging sostenible requiere de procesos y uso de materiales poco comunes, pero pueden brindar un factor diferencial respecto a la competencia. Decantarse por el uso de materias primas de origen sostenible como el látex natural o maderas certificadas, garantizar que el producto no ha sido “testado” en animales o el uso de papel reciclado es merecedor de distintos sellos ecológicos, reconocidos a nivel internacional.
- **Reutilización:** El reciclaje es un proceso de aprovechamiento muy beneficioso, pero que conlleva cierto gasto energético, económico y contaminación medioambiental. Por eso, una de las ventajas de algunos packaging sostenibles es la posibilidad de su reutilización, bien sea con el mismo fin, o con otro.

### **3.2.3.2 Desventajas de packaging sostenible:**

- **Personalización:** Uno de los mayores sacrificios del empaquetado sostenible es su personalización. Aunque poco a poco surgen nuevas alternativas, actualmente este tipo de envase no cuenta con la amplia variedad de acabados del packaging tradicional. Por eso carecen de una amplia gama de colores, acabados metalizados, barnizados, etc. Además, el aprovechamiento del material hace que elementos meramente decorativos que resten funcionalidad al envase sean desechados, lo que se traduce en un menor impacto visual sobre el consumidor.
- **Diferencia económica:** La mayoría de los procesos de fabricación de packaging ecológico no se encuentran estandarizados, así como la consecución de los materiales biodegradables. Eso repercute en el precio, haciendo que pueda suponer un sobrecoste que la empresa no esté dispuesta a soportar.

Como se observa, las ventajas del embalaje ecológico son cuantiosas, pero como todo lo asociado a la ecología, requiere de una concienciación y educación por parte de la sociedad que no parece tan arraigada como requiere iniciativas como estas.

### **3.2.4 Industria Nacional de Desechables**

La industria nacional de envases y embalajes desechables está conformada por un grupo de empresas dedicadas a este rubro, entre las cuales podemos encontrar empresas que no solamente elaboran productos desechables a base de petróleo u otro material contaminante, sino, que también se encuentran empresas dedicadas a la fabricación, distribución y comercialización de desechables ecológicos. Las cuales tienen el objetivo principal de inculcar conciencia ecológica a sus clientes y disminuir el consumo de desechables contaminantes que tanto afectan a nuestro ecosistema terrestre y marino.

Entre las empresas fabricantes de desechables ecológicos se encuentra Termo encogibles, desde su nacimiento se dedicó a fabricar envases y embalajes desechables contaminantes; pero desde hace unos años fabrica productos amigables con el medioambiente, con el fin de reducir en alguna manera el impacto ambiental que producen los desechables contaminantes.

Bemisal es otra de las empresas que forma parte de la industria de desechables, al contar con más de 50 años de experiencia en la fabricación, exportación y distribución de empaques desechables, por lo cual es muy conocida en el rubro. Es debido a la contaminación que día con día va creciendo y es alimentada por esta industria, Bemisal adopta el compromiso de responsabilidad medioambiental y conciencia ecológica, del cual nace la marca Empakalo, dedicada a la fabricación, venta en línea nacional e internacional y distribución de envases y embalajes desechables ecológicos, elaborados principalmente a base de bambú, bagazo de caña y cartón reciclado, previamente tratado.

Estos son algunos ejemplos de empresas que han adoptado un compromiso ecológico en El Salvador, con el fin de tratar de disminuir la contaminación generada por los desechables contaminantes e inculcar una conciencia verde a sus consumidores.

### **3.2.5 Uso y adquisición de envases y embalajes ecológicos en el mercado Internacional**

#### **3.2.5.1 Uso de envases y embalajes ecológicos en la industria del Foodservice**

El comercio en la actualidad está globalizado, esto da como resultado un ambiente altamente competitivo en todos los aspectos, cuidando cada detalle en las transacciones

comerciales. Los envases y embalajes no están exentos de ser parte importante en las transacciones comerciales, este factor ha tomado amplia relevancia, debido a que el uso de estos objetos permite que el producto llegue en óptimas condiciones.<sup>13</sup>

A nivel mundial han sido muchas de las empresas más grandes que han cambiado sus empaques y embalajes contaminantes por ecológicos o amigables con el medioambiente, entre las que se encuentran<sup>14</sup>:

- BURGER KING: quien ha cambiado sus empaques de papas, bolsas multiusos y combos infantiles para utilizar menos papel y que además cuenten con elementos biodegradables, amigables con el medio ambiente.
- COCA COLA: gastó más de 10 millones de dólares en una campaña destinada al bienestar sostenible, un nuevo envase verde 100% reciclable, elaborado con un 30% de materiales derivados de las plantas.
- IKEA: utilización de fundas ecológicas, transporta en paquetes planos para ahorrar espacio, acepta madera de bosques de alto valor de conservación o bosques naturales intactos si son verificados como bosques manejados responsablemente, productos libres de CFCs y HCFCs, comida orgánica.

La aplicación que más interés ha suscitado y en la que se ha invertido mayor cantidad de recursos científicos, técnicos y económicos, en los últimos años, ha sido el envase para alimentos. Hoy los envases biodegradables o el denominado “biopackaging” son una realidad, dichos materiales proceden de fuentes renovables, bien extraídos de la biomasa, como la celulosa o el almidón, o bien producidos por microorganismos como los polihidroxicarboxilatos (PHA).

### **3.2.5.2 Materiales ecológicos en el packaging de alimentos**

En el caso del packaging ecológico de alimentos se puede utilizar una variedad de materiales más amplia. Inclusive se puede emplear materiales como celulosa, caña de azúcar e incluso otros creados utilizando alimentos como el maíz como materia prima. De

---

<sup>13</sup> AYNETT, C. R. (2016). los envases y embalajes del comercio internacional. Obtenido de Repositorio:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16846/1/TESIS%20ENVASES%20Y%20EMBALAJES.pdf>. P.15

<sup>14</sup> León, A. C. (2012). El Marketing Verde. Obtenido de EOI:  
<https://www.eoi.es/blogs/awildacarolinaberiguete/2012/01/24/el-marketing-verde>

esta manera, gracias a esta variedad de materiales se consigue desterrar prácticamente el plástico y otros embalajes poco sostenibles.<sup>15</sup>

Los envases creados a partir de maíz, en concreto de un polímero de maíz llamado PLA y similar al plástico, se utilizan para alimentos. Generalmente son transparentes, y se ven con frecuencia en envoltorios de alimentos que se conservan en frío.

La presencia de estos materiales en el packaging ecológico no quiere decir que sean menos resistentes. Nada más lejos de la realidad. En muchas ocasiones su resistencia es incluso superior. Incluso son biodegradables, por lo que contaminan mucho menos. Y el hecho de que sean reutilizables, además, tiene como consecuencia una menor cantidad de emisiones de CO<sub>2</sub>.

### **3.2.5.3 Adquisición de envases y embalajes ecológicos**

Una de las principales preocupaciones de la actualidad es el medio ambiente y la sostenibilidad. El interés por su conservación ha llegado a todos los rincones de la sociedad e invade todos los sectores. Hasta el del packaging, que comienza a abandonar progresivamente los materiales no reciclables ni sostenibles para dar paso a otros sostenibles y que en muchos casos incluso pueden reutilizarse. Es el packaging ecológico, una tendencia cada vez más extendida en el sector del retail, la hostelería y la venta de todo tipo de productos.

Las "compras ecológicas" suponen la aplicación sistemática de criterios compatibles con el medio ambiente a todas las adquisiciones y operaciones cotidianas. En definitiva, se trata de atender las necesidades de la empresa con los productos más adecuados y favorables al medio ambiente.

### **3.2.6 Impacto e importancia del uso de envases y embalajes ecológicos en el medio ambiente**

El packaging ecológico abarca una serie de factores que lo constituyen en una opción rentable para las empresas, el medioambiente y el entorno donde ésta se desempeña.

Estos factores se relacionan al proceso de fabricación y la utilidad de ciertos materiales que cumplen con una característica fundamental: ser amigables con el medioambiente,

---

<sup>15</sup> ¿Qué es el packaging ecológico y por qué tiene cada vez más importancia? (2020). Obtenido de Escuela Superior de Diseño de Barcelona: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-el-packaging-ecologico-y-por-que-tiene-cada-vez-mas-importancia>

reduciendo su impacto de contaminación a lo largo del tiempo y garantizando una mejor calidad de vida en el mundo.<sup>16</sup>

Un embalaje ecológico está condicionado por:

- Materias primas que pueden reciclarse en parte o en su totalidad
- Proceso de producción que minimizan la huella de CO2
- Material con varias posibilidades útiles. Es decir, es reciclable.

Quienes optan por este tipo de packaging están siendo responsables con la manipulación de los recursos naturales. Y ello es uno de los puntos más valorados por los clientes que cada vez más prefieren elegir productos eco friendly's y compañías que se comprometan y busquen dejar una huella medioambiental a largo plazo.

En definitiva, para las empresas implica un mínimo esfuerzo que puede ofrecer grandes beneficios como mejorar la reputación de la marca frente a la mirada de los clientes, captar nuevos consumidores y fidelizarlos, aumentar la rentabilidad y ventas, además de proteger al planeta.

### **3.2.7 Actividades que realizan las empresas de foodservice para satisfacer al consumidor final**

#### **3.2.7.1 Proceso de atención al cliente**

El proceso de atención al cliente es el conjunto de actividades que realizan las empresas desde que reciben el primer contacto de un cliente hasta que resuelve su consulta y se despide, ordenado según los distintos procesos que se atraviesan a lo largo de todo el procedimiento.<sup>17</sup>

Se muestran cada una de las fases que son de vital importancia, para el cumplimiento de atención al cliente.

- **Tener un buen contacto hacia los clientes**

Se trata de la primera de las fases, en la que ya entran en juego muchos aspectos relevantes que pueden marcar el resto del proceso y es donde el cliente espera:

---

<sup>16</sup> Embalaje ecológico claves e importancia en su uso. (2020). Obtenido de Letspack: <https://blog.letspack.es/embalaje-ecologico-claves-e-importancia-en-su-uso>

<sup>17</sup> El proceso de atención al cliente. (2018). Obtenido de IntegralIMS: <https://integralims.com/proceso-de-atención-al-cliente/>

- Espera ser tratado con mucha cortesía y amabilidad, por una persona que le demuestre disponibilidad de poder ayudarle con lo que necesita.
  - Espera resolver algún problema o duda que tenga en relación con algún producto o servicio que le estemos prestando.
- **Escucha y obtención de información**

Una vez establecido el primer contacto, debemos ponernos en marcha para solucionar el problema o la duda que el cliente nos plantee.
  - **Resolución del problema**

Una vez se ha establecido una conexión positiva con el cliente y conocemos su problema y sus necesidades, debemos dar una solución a su situación.
  - **Finalización y despedida**

Una vez solucionado el problema, se hace necesario dejar una sensación positiva en el cliente. Es muy importante tener en cuenta, que cuando hacemos el despido con nuestro cliente, debemos hacerlo con cortesía y amabilidad para dejar con mucho agrado a los clientes.

### **3.2.7.2 Procesos de abastecimientos**

El proceso de abastecimiento es el conjunto de actividades que permite identificar y adquirir los bienes y servicios que la empresa requiere para su operación, ya sea de fuentes internas o externas. Partiendo de esta definición, se puede ver que el abastecimiento va más allá de la simple adquisición de materia prima, ya que se encarga de todo lo que requiere la empresa para su operación, así como de facilitar los medios necesarios para conseguirlo.<sup>18</sup>

Cadena de Abastecimiento (Supply Chain), incluye todas las actividades relacionadas con el flujo y transformación de bienes y productos, desde la etapa de materia prima hasta el consumo por el usuario final. Pero, para que dicho flujo sea óptimo, también debe fluir información en toda la cadena y, lógicamente, para que todos los integrantes que la forman generen valor y ganancias, debe finalmente fluir el dinero, todo ello a la mayor velocidad posible y satisfaciendo al cliente final.

---

<sup>18</sup> Cadena de Abastecimiento. (s.f.). Obtenido de Predictiva 2: <https://predictiva21.com/cadena-abastecimiento-supply-chain/>

### 3.2.7.3 Procesos de selección y evaluación de proveedores

Se podría decir que los aliados más importantes de una empresa son sus proveedores pues en gran medida el éxito del negocio puede depender de ellos.<sup>19</sup>

Contar con buenos proveedores no solo significa tener insumos de calidad sino también precios bajos y/o competitivos. No se puede pensar en tener los mejores insumos a un precio elevado que encarezcan el producto final o, en el otro extremo, tener productos a precios bajos con una calidad que deje mucho que desear. En el mercado actual el departamento de compras busca tener un equilibrio entre calidad y precio por parte del proveedor.

Para encontrar los proveedores que cumplan con los requerimientos que las empresas desean se realiza lo siguiente:

- **Búsqueda de proveedores**

Es el paso que toma más tiempo en el proceso de la evaluación. Esto se debe a toda la búsqueda y recolección de la información acerca del proveedor: años de experiencia, clientes actuales y anteriores, certificaciones, entre otros. Las fuentes más utilizadas para la búsqueda de proveedores están las siguientes:

**Recomendaciones:** colegas que refieran a proveedores con los cuales hayan trabajado siendo la experiencia positiva o no. De esa forma también se pueden ir descartando posibilidades.

**Competencia:** investigar cuáles son los proveedores de la competencia.

**Internet:** este medio es importante para encontrar nuevos proveedores o nuevas empresas. Asimismo, brinda la posibilidad de tener referencias por parte de sus clientes.

**Ferias o exposiciones especializadas:** la importancia de asistir a las ferias donde se presentan nuevos proveedores o los ya conocidos exponen sus novedades.

- **Criterios de selección**

Para la elección del proveedor indicado una empresa debe tener claros sus criterios de búsqueda.

---

<sup>19</sup> El proceso de evaluación de proveedores. (2016). Obtenido de *Conexión ESAN*: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/el-proceso-de-evaluacion-de-proveedores/>

Por ejemplo, precio, calidad, garantías, plazo de entregas, formas de pago, prestigio de empresa entre otros.

- **Evaluación de proveedores**

Este sería el filtro final para la selección del o los proveedores. Es útil realizar un cuadro comparativo en el cual se detallen las ventajas o desventajas de trabajar con cada uno de ellos, por ejemplo. Precios, calidad de los productos, tiempos de entrega y entre otros que sean de vital importancia para la empresa.

- **Selección de proveedores**

Después de todos los pasos mencionados tendrá la capacidad de elegir al proveedor más adecuado para su empresa y cumpliendo con sus criterios de selección.

Es recomendable tener un abanico de proveedores. Si bien es cierto se busca construir una relación sólida y a largo plazo, un buen gerente sabrá tener en cuenta el cambio constante del mercado.

#### **3.2.7.4 Proceso de pronóstico de la demanda**

Un pronóstico de demanda o pronóstico de venta en el ámbito de fabricación consiste en predecir eventos futuros asociados al producto o servicio que ofrecemos. En este caso pensamos a futuro para estimar cuánto vamos a vender, lo que nos permitirá desarrollar proyecciones de ventas.

Existen métodos que permiten a las empresas a pronosticar la demanda, entre estos métodos tenemos los siguientes:

- **Promedio móvil simple**

El método de pronóstico móvil simple se utiliza cuando se quiere dar más importancia a conjuntos de datos más recientes para obtener la previsión. Cada punto de una media móvil de una serie temporal es la media aritmética de un número de puntos consecutivos de la serie, donde el número de puntos es elegido de tal manera que los efectos estacionales e irregulares sean eliminados.<sup>20</sup>

Fórmula para realizar su proceso.

---

<sup>20</sup> López, B. S. (2019). Promedio móvil. Obtenido de Ingeniería industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/pronostico-de-la-demanda/promedio-movil/>

| PROMEDIO MÓVIL SIMPLE  |  |
|------------------------|--|
| FÓRMULA                | $\chi^t = \frac{\sum_{t=1}^n X_{t-1}}{n}$          |
| DETALLES DE LA FÓRMULA |  |
| $\chi^t$               | Promedio de venta en unidades del periodo t.       |
| $\Sigma$               | Sumatoria de datos                                 |
| $\chi^t - 1$           | Ventas en unidades de los periodos anteriores a t. |
| N                      | Número de datos.                                   |

Tabla 8: Fórmula del promedio móvil simple (Fuente: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/pronostico-de-la-demanda/promedio-movil/>)

- **Promedio móvil ponderado**

Este método de pronóstico es una variación del promedio móvil. Mientras, en el promedio móvil simple se le asigna igual importancia a cada uno de los datos que componen dicho promedio, en el promedio móvil ponderado podemos asignar cualquier importancia (peso) a cualquier dato del promedio (siempre que la sumatoria de las ponderaciones sean equivalentes al 100%). Es una práctica regular aplicar el factor de ponderación (porcentaje) mayor al dato más reciente.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> López, B. S. (2019). Promedio móvil ponderado. Obtenido de Ingeniería industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/pronostico-de-la-demanda/promedio-movil-ponderado/>

Fórmula para realizar su proceso.

| PROMEDIO MÓVIL SIMPLE  |  |
|------------------------|--|
| FÓRMULA                | $\chi^t = \sum_{i=1}^n Ci * X_{T-1}$                                 |
| DETALLES DE LA FÓRMULA |  |
| $\chi^t$               | Promedio de venta en unidades del periodo t.                         |
| $\Sigma$               | Sumatoria de datos   |
| Ci                     | Factor de ponderación  |
| $\chi^{t-1}$           | Ventas o demandas reales en unidades de los periodos anteriores a t. |
| N                      | Numero de datos.   |

Tabla 9: Fórmula del promedio móvil ponderado (<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/pronostico-de-la-demanda/promedio-movil-ponderado>)

### 3.2.7.5 Proceso de marketing

El proceso de marketing es la acción por la cual se busca una oportunidad de negocio en el mercado, se analiza, se escoge un segmento y se establecen una serie de estrategias para implementarlas.<sup>22</sup>

Este proceso es la base de todo inicio a la hora de empezar a desarrollar un negocio. Cuando se pretende llevar a cabo la puesta en marcha de una empresa este proceso es esencial para encontrar el tipo de mercado al que dirigirse, establecer un análisis pormenorizado para saber si el producto o la idea tendría aceptación y, en base a eso, crear una serie de acciones para llegar a ese mercado con garantías de éxito.

<sup>22</sup> Proceso de Marketing. (2020). Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/el-proceso-de-marketing.html>

- Búsqueda de oportunidad en los mercados. En primer lugar, es importante buscar las necesidades y problemas existentes para poder crear un negocio que sea rentable en el futuro.
- Segmentar al mercado al cual dirigirse. Se ha de tener en cuenta las características del producto que se quiere introducir y en base a eso empezar a segmentar el mercado al que se dirige la marca. Los criterios para tener en cuenta pueden ser: clase económica, nivel de estudios, edad, género entre otros aspectos importantes.
- Análisis de mercado pormenorizado. Este paso es esencial debido a que hay que manejar una gran cantidad de datos que después servirán para crear las acciones estratégicas a implementar.  
 Analizar la competencia, a los consumidores, establecer las fortalezas de la propia empresa, las debilidades y los recursos son elementos necesarios para tener en cuenta.  
 Una vez estén los resultados de ese proceso el siguiente paso es llevar a cabo la determinación de las estrategias necesarias.
- Creación de estrategias. Tras los pasos previos es el turno de establecer las estrategias que servirán para introducir el producto en el mercado.
- Implementación de estrategias. Una vez diseñado el plan de acción de esas estrategias, es hora de implementarlas a través de una planificación para tener una idea más clara de cómo se ejecutarán.

### **3.2.9 Empresas de foodservice en tiempos de pandemia**

#### **3.2.9.1 Medidas de bioseguridad**

Las medidas de bioseguridad es un conjunto de normas, medidas y protocolos que son aplicados en múltiples procedimientos realizados en distintos trabajos o para contrarrestar alguna situación que se está enfrentando. Con el fin de prevenir, proteger ante cualquier riesgo al cual nos estamos exponiendo.

Debido a la situación por COVID-19, que estamos enfrentando las empresas dedicadas al servicio de comida han adoptado una serie de medidas de bioseguridad para poder continuar sus actividades de manera segura y proteger del COVID-19.

Entre esas medidas están las siguientes:

- Distanciamiento físico
- Higiene
- Limpieza
- Formación y comunicación
- Uso de equipos de protección personal
- Toma de temperatura

### **3.2.9.2 Implementación de servicios**

Las consecuencias del coronavirus (COVID-19) no tienen precedentes y se sienten en todo el mundo. El mundo del trabajo se ve profundamente afectado por la pandemia mundial del virus. Además de ser una amenaza para la salud pública, las perturbaciones a nivel económico y social ponen en peligro los medios de vida a largo plazo y el bienestar de millones de personas. La pandemia está afectando severamente los mercados laborales, las economías y a las empresas, incluidas las cadenas de suministro mundiales, causando una interrupción generalizada del comercio.<sup>23</sup>

Las empresas que brindan servicios de comida juegan un papel muy importante en la economía de cada país. Debido a la situación por COVID-19 que se está enfrentando desde los años 2019, este sector se ve afectado por las medidas de contingencia que se tomaron para contrarrestar la pandemia.

Sin embargo, la lucha para poder seguir adelante hizo que estas empresas tomaran decisiones para continuar realizando sus actividades económicas.

- El servicio para llevar: fue una de las medidas que les permitió a las empresas de foodservice, no cerrar sus instalaciones por completo atendiendo así de manera parcial a sus clientes.
- El servicio a domicilio: también permite a las empresas continuar con las actividades económicas.
- Por otro lado, está la implementación de envases y embalajes plásticos, que se han utilizado como medida sanitaria en las empresas de comida.

---

<sup>23</sup> Empresas y COVID-19. (2020). Obtenido de *Organización Internacional del Trabajo*: [https://www.ilo.org/empent/areas/business-helpdesk/WCMS\\_741035/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/empent/areas/business-helpdesk/WCMS_741035/lang--es/index.htm): <https://www.mtps.gob.sv/wp-content/uploads/descargas/DGPS/Protocolos/protocolo-seguridad-sanitaria-atencion-presencial-usuarios-restaurantes-bares-2020.pdf>

# **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## 4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

#### 4.1.1 Selección del tipo de investigación

Al analizar el proyecto se tomaron en cuenta dos tipos de investigación, la investigación explicativa y la investigación descriptiva, pero debido a la naturaleza de esta investigación y lo que se busca demostrar a través de ella se concluye que el tipo de investigación ideal es la **investigación descriptiva**, ya que, esta investigación busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de empresas, grupos, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es su objetivo.

Esta investigación describe las tendencias actuales de consumo de envases y embalajes de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután. Al mismo tiempo que pretende descubrir a través de la investigación y detallar los conocimientos que poseen los propietarios y encargados de dichas empresas sobre el impacto ambiental negativo que su consumo de plásticos de un solo uso genera y si están dispuestos a someterse a la sustitución de envases y embalajes tradicionales por los ecológicos para contribuir a la causa de disminuir la contaminación ambiental.

### 4.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.2.1 Selección del enfoque de la investigación

##### 4.2.1.1 Enfoque Cuantitativo

Tomando como una base para la selección de este enfoque la investigación que se está desarrollando, se tomaron aspectos representativos que se encuentran plasmados en el enfoque cuantitativo de manera que se pueda validar la información a través de los resultados, pudiendo reflejarse por este medio la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación: ¿cada cuánto ocurren y con qué magnitud?

Dentro de las situaciones que se presentarán a lo largo de la investigación denominada **“Diseño de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas por las micro y pequeñas empresas**

**dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután**” hubo ocasiones en las que se necesitó que el enfoque fuera capaz de demostrar sus resultados a través de la medición, ya sean variables o conceptos contenidos en la hipótesis, tomándose como base, por ejemplo: fue necesario conocer las variables a estudiar a través del enfoque cualitativo, y poder demostrarse que se siguieron los procedimientos necesarios para la investigación en curso y poder observarse o referirse.

Debido a los instrumentos que se utilizaron, fue fundamental que sus procedimientos posteriores se representaran en números (cantidades) y se analizaron con métodos estadísticos, desde el detalle de las empresas involucradas en la muestra, hasta los porcentajes de aceptación de los envases y embalajes ecológicos

Finalizando, con los estudios cuantitativos de la investigación **“Diseño de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes ecológicos en el área de ventas por las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután”** se pretende confirmar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la formulación y demostración de teorías o hipótesis planteadas dentro del anteproyecto.

## **4.3 UNIVERSO Y MUESTRA**

### **4.3.1 Universo o población**

Para esta investigación se plantean **dos** poblaciones de estudio, con la finalidad de conocer el panorama del problema de investigación de forma completa se realizó un estudio enfocado a las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután en cuanto a su consumo de envases y embalajes desechables junto a sus consumidores con un estudio de mercado.

Para entender con mayor claridad se detallan los universos de la siguiente manera:

**Universo 1:** Está integrado por las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

**Universo 2:** Está conformado por los consumidores de las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

En la siguiente tabla se muestra la cantidad de empresas de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután que formaron parte de este universo (**Ver Anexo 5 Listado de empresas que conforman el universo**).

| CIUDAD     | CANTIDAD |
|------------|----------|
| San Miguel | 62       |
| Usulután   | 31       |
| TOTAL      | 93       |

*Tabla 10: Cantidad de empresas que conforman inicialmente el universo (Fuente: Unidad de acceso a la información pública de las alcaldías de San Miguel y Usulután)*

Debido a la cantidad de establecimientos que conforman este universo de la investigación se tomó una muestra representativa del mismo para llevar a cabo el desarrollo de dicha investigación y proyecto de innovación.

#### **4.3.1.1 Estudio de mercado**

En esta investigación tiene un papel importante, pues permitirá conocer la postura de los clientes de los establecimientos de foodservice en cuanto al uso de envases y embalajes desechable ecológicos.

El universo objetivo para el estudio de mercado está conformado por los clientes de las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután. Por lo tanto, estará limitada demográficamente por el departamento al que pertenece.

#### **4.3.1.2 Objetivo**

Determinar la factibilidad de la implementación y analizar el grado de aceptación de los envases y embalajes ecológicos por parte de los clientes de las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro del foodservice, ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután

### **4.3.2 Muestra**

#### **4.3.2.1 Muestreo Probabilístico**

Para calcular el tamaño de la muestra existen dos fórmulas, se selecciona la fórmula dependiendo de si la población es finita o infinita. En este caso la población se conoce, por lo tanto, es una población finita. Por ello la fórmula a utilizar es la siguiente:

**Fórmula para cálculo de universo 1:**

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

| Nivel de confianza | Calificación z |
|--------------------|----------------|
| 0,90               | 1,645          |
| 0,95               | 1,96           |
| 0,98               | 2,33           |
| 0,99               | 2,575          |

Tabla 11: Nivel de confianza de Z (Fuente: SAMPIERI. 6ta Edición. Metodología de la Investigación. CAP 8. Selección de muestra. PP. 178, 179.)

**Datos:**

**n** = ¿?

**N** = 93

**Z** = 95% -- 1.96

**e** = 5%

**p** = 50%

**q** = 50%

$$n = \frac{93 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (93 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{93 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times 92 + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{89.3172}{1.1904} = 75.03125$$

$$n = 75$$

El resultado final es  $n = 75$ , lo cual significa que las micro y pequeñas empresas que conforman la muestra son 75 del total de 93 empresas. Pero para definir cuántas se tomaron por ciudad se efectuó un pequeño cálculo con la regla de tres, a continuación, se muestra:

San Miguel cuenta, con 62 micro y pequeñas empresas, por lo tanto, el porcentaje que representa se calcula de la siguiente manera:  $62 / 93 = 0.666666666 \times 100 = 66.67\%$ .

Usulután cuenta con 31 empresas, por lo tanto, el porcentaje que representa se calcula de la siguiente manera:  $31 / 93 = 0.333333333 \times 100 = 33.33\%$

Para obtener el dato de las micro y pequeñas empresas que representa cada porcentaje se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{San Miguel} = 75 * 66.67\% = 50$$

$$\text{Usulután} = 75 * 33.33\% = 25$$

Para resumir los datos, los resultados se muestran en la tabla a continuación:

| CIUDAD       | CANTIDAD  |
|--------------|-----------|
| San Miguel   | 50        |
| Usulután     | 25        |
| <b>Total</b> | <b>75</b> |

Tabla 12: Cantidad de micro y pequeñas empresas que conforman la muestra (Fuente: Elaboración de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes desechables ecológicos en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután)

#### Fórmula para cálculo de universo 2:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

#### Cálculo de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$$

La muestra calculada determina que se realizaron un total de 384 encuestas entre los consumidores de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

La cantidad de encuestas para cada ciudad se obtuvo utilizando el mismo porcentaje que se aplicó para obtener el número de encuestas dirigidas a la ciudad de San Miguel y Usulután.

San Miguel =  $384 * 66.67\% = 256$

Usulután =  $384 * 33.33\% = 128$

En la siguiente tabla se resumen los datos.

| CIUDAD       | CANTIDAD   | PORCENTAJE  |
|--------------|------------|-------------|
| San Miguel   | 256        | 66.67%      |
| Usulután     | 128        | 33.33%      |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

*Tabla 13: Cantidad de personas que conforman el universo para el estudio de mercado (Fuente: Elaboración de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes desechables ecológicos en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután)*

## 4.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 4.4.1 Técnica Seleccionada

#### 4.4.1.1 Encuesta

Para el proyecto de investigación, se utilizó la encuesta debido a que esta técnica de recolección de datos permite obtener información más específica sobre el tema que se está estudiando.

La encuesta se dirigió a los propietarios, encargados o empleados de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice de las cabeceras departamentales de Usulután y San Miguel.

Como también se utilizó la misma técnica para los consumidores de estos establecimientos, con el fin de conocer la opinión sobre el uso de envases y embalajes ecológicos.

#### **4.4.1.2 Instrumento seleccionado**

##### **Cuestionario**

En la recolección de información de campo se empleó este instrumento para la encuesta, que fue dirigida a los propietarios, encargados o empleados de micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice. Como también a los consumidores de estos establecimientos de las mismas cabeceras departamentales.

Para el diseño de los instrumentos se hizo uso de la operacionalización de la hipótesis que se muestra a continuación:

#### 4.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

| Enunciado de la Hipótesis  | Variable Dependiente   | Categorías de Análisis            | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas  | Respuestas   | Instrumentos |
|--|--|-----------------------------------|----------------------------|--|--|--------------|
| La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos por parte de los empresarios del sector foodservice se debe a la escasez de conocimiento acerca de este tipo de producto. | La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos | Envases y embalajes tradicionales | Usos                       | ¿Cuáles son las modalidades de servicio con las que cuenta?  | Consumo local - Para llevar - entregas a domicilio           | Cuestionario |
|  |  |                                   |                            | ¿En qué modalidad de servicio utiliza envases y embalajes desechables?   | Consumo local - Para llevar - entregas a domicilio           | Cuestionario |
|  |  |                                   |                            | Si utiliza envases y embalajes desechables para servir los alimentos en la modalidad de consumo local ¿qué tratamiento reciben estos residuos? | Son desechados como basura normal - Son reciclados - Otro    | Cuestionario |
|  |  |                                   | Clases                     | ¿Qué clase de envases y embalajes desechables utiliza para servir los alimentos que ofrece?  | Platos - Bandejas - Vasos - Cubiertos - Tapaderas - Pajillas | Cuestionario |
|  |  |                                   | Proveedores                | ¿Quiénes son sus proveedores nacionales?   | Respuesta libre  | Cuestionario |
|  |  |                                   |                            | ¿Cuenta con proveedores internacionales? Mencione  | No - Sí<br>Mencione _____                                    | Cuestionario |
|  |  |                                   | Frecuencia de consumo      | Con base en las clases de envases y embalajes que utiliza ¿con qué frecuencia se abastecen de cada clase?                                      | Semanal - Quincenal - Mensual - Trimestral                   | Cuestionario |
|  |  |                                   |                            | ¿Qué cantidad adquiere por pedido? Especifique unidad de medida  | De 1 a 10 - De 11 a 50 - Más de 50                           | Cuestionario |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Dependiente | Categorías de Análisis          | Sub-Categorías de Análisis   | Preguntas  | Respuestas   | Instrumentos  |
|---------------------------|----------------------|---------------------------------|--|--|--|---|
|                           |                      |                                 | Costos   | ¿Cuál es el costo de los envases y embalajes desechables que utilizan?   | Platos - Bandejas - Vasos - Cubiertos - Tapaderas - Pajillas - Otros   | Cuestionario  |
|                           |                      |                                 |  | Si estos productos sufren fluctuaciones en los precios con regularidad ¿le afectaría a su actividad comercial? | No - Sí ¿Cómo?<br>_____  | Cuestionario  |
|                           |                      |                                 |  |  | ¿Está conforme con los costos que actualmente le genera la adquisición de envases y embalajes o desearía cambiarlo?                | Estoy conforme - No estoy conforme, deseo cambiarlo         |
|                           |                      | Envases y embalajes ecológicos. | Usos   | ¿Actualmente utiliza envases y embalajes desechables ecológicos para el despacho de alguno de sus productos?   | No - Sí  | Cuestionario  |
|                           |                      |                                 |  |  | ¿En qué casos usan este tipo de envases y embalajes desechables?   | En todo el servicio - Solo con algunos productos - ¿Cuáles? |
|                           |                      |                                 | Aceptación de los envases y embalajes ecológicos por parte de los consumidores | ¿Ha identificado preferencias de parte de sus clientes hacia los envases y embalajes desechables ecológicos?   | No - Sí  | Cuestionario  |
|                           |                      |                                 |  |  | Cuando utiliza envases y embalajes desechables ecológicos, ¿en alguna ocasión sus clientes han manifestado inconformidad por ello? | No - Sí ¿Cuál?  |
|                           |                      |                                 |  | Frecuencia de consumo  | ¿Con qué frecuencia adquiere envases y embalajes desechables ecológicos?   | Semanal - Quincenal - Mensual - Trimestral                  |

| <b>Enunciado de la Hipótesis</b>  | <b>Variable Dependiente</b>   | <b>Categorías de Análisis</b>     | <b>Sub-Categorías de Análisis</b> | <b>Preguntas</b>   | <b>Respuestas</b>                                     | <b>Instrumentos</b> |
|---|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|---|---------------------|
|   |                               |                                   | Proveedores                       | Si utiliza envases y embalajes desechables ecológicos ¿quiénes son sus proveedores nacionales?                                 | Respuesta libre                                       | Cuestionario        |
|   |                               |                                   |                                   | ¿Cuenta con proveedores internacionales de envases y embalajes ecológicos? Mencione  | No - Sí ¿Quiénes?                                     | Cuestionario        |
|   |                               |                                   | Costos                            | ¿Cuál es el factor más influyente al momento de adquirir envases y embalajes ecológicos?                                       | Costo - Forma de adquisición - Responsabilidad social | Cuestionario        |
| <b>Enunciado de la Hipótesis</b>  | <b>Variable Independiente</b> | <b>Categorías de Análisis</b>     | <b>Sub-Categorías de Análisis</b> | <b>Preguntas</b>   | <b>Respuestas</b>                                     | <b>Instrumentos</b> |
| La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos por parte de los empresarios del sector foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután se debe a la escasez de conocimiento acerca de este tipo de productos. | Escasez de conocimiento       | Envases y embalajes tradicionales | Usos                              | ¿Qué conocimiento posee sobre el impacto ambiental negativo que causa el uso irresponsable de envases y embalajes desechables? | Respuesta libre                                       | Cuestionario        |
|   |                               |                                   |                                   | ¿Conoce y practica formas de reciclaje de los envases y embalajes desechables?   | Sí conoce - No conoce - Conoce y practica             | Cuestionario        |
|   |                               |                                   |                                   | ¿Utiliza envases y embalajes en diferentes tareas, aparte de servir los alimentos en ellos?                                    | No - Sí ¿Cuáles?                                      | Cuestionario        |
|   |                               |                                   | Proveedores                       | ¿Realiza usted un proceso de selección y evaluación de proveedores periódicamente?   | No - Sí Periodo                                       | Cuestionario        |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Independiente | Categorías de Análisis         | Sub-Categorías de Análisis                           | Preguntas   | Respuestas  | Instrumentos       |              |
|---------------------------|------------------------|--------------------------------|--|---|---|--------------------|--------------|
|                           |                        |                                | Frecuencia de  | ¿Conoce usted los métodos de cálculo de demanda y los utiliza para abastecerse de                             | No - Sí ¿Cuáles?  | Cuestionario       |              |
|                           |                        | Envases y embalajes ecológicos | Usos   | ¿Tiene conocimiento acerca de envases y embalajes desechables ecológicos? Describa lo que conoce sobre ellos. | No - Sí Describa  | Cuestionario       |              |
|                           |                        |                                |  |   | ¿Conoce las ventajas de utilizar envases y embalajes desechables ecológicos?  | No - Sí            | Cuestionario |
|                           |                        |                                | Variedad de clases de envases y embalajes ecológicos |   | ¿Conoce usted la variedad de clases de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado nacional?   | No - Sí ¿Cuál?     | Cuestionario |
|                           |                        |                                |  |   | ¿Conoce usted la variedad de clases de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado internacional?  | No - Sí ¿Cuál?     | Cuestionario |
|                           |                        |                                | Adquisición  |   | Con base en sus conocimientos sobre el tema ¿considera usted que existe una variedad en clases de envases y embalajes desechables ecológicos suficientes como para sustituir los tradicionales? | No - Sí            | Cuestionario |
|                           |                        |                                |  |   | ¿Conoce usted sobre las ventajas de adquirir los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional?  | No - Sí - ¿Cuáles? | Cuestionario |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Independiente | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas  | Respuestas | Instrumentos |
|---------------------------|------------------------|------------------------|----------------------------|--|------------|--------------|
|                           |                        |                        |                            | ¿Posee conocimiento sobre el proceso de  | No - Sí    | Cuestionario |
|                           |                        |                        |                            | ¿Estaría dispuesto a informarse sobre los requerimientos para hacer importaciones de envases y embalajes desechables ecológicos? | No - Sí    | Cuestionario |
|                           |                        |                        | Costos                     | ¿Conoce usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado nacional?                | No - Sí    | Cuestionario |
|                           |                        |                        |                            | ¿Conoce usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional?           | No - Sí    | Cuestionario |

*Tabla 14: Operacionalización de la hipótesis (Fuente: Elaboración de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes desechables ecológicos en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután)*

## 4.6 FORMATOS DE ENCUESTAS

### 4.6.1 Encuesta dirigida a las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, sobre el uso de envases y embalajes desechables.

**Objetivo:** Conocer sobre el uso actual de los envases y embalajes desechables en las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, a través del apoyo brindado por sus propietarios, empleados o representantes.

**Indicación:** Debe marcar el cuadrado que pertenece a la respuesta o respuestas correctas según corresponda en su caso. Y contestar las preguntas de respuesta libre según su opinión y experiencia según corresponda.

#### Generalidades de la empresa:

1. ¿Cuál es su ubicación?

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el nombre de este establecimiento?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cuál es su actividad comercial?

\_\_\_\_\_

4. ¿Con cuántos empleados cuenta actualmente?

\_\_\_\_\_

5. ¿Cuenta sucursales posee la empresa?

\_\_\_\_\_

6. ¿Cuenta con área de compras y adquisiciones de insumos?

Sí             No

## Sección 1

- 1 ¿Cuáles son las modalidades de servicio con las que cuenta?  
 Consumo local       Para llevar       Entregas a domicilio
- 2 ¿En qué modalidad de servicios utiliza envases y embalajes desechables?  
 Consumo local       Para llevar       Entregas a domicilio
- 3 Al utilizar envases y embalajes desechables para servir los alimentos en la modalidad de consumo local ¿qué tratamientos reciben estos residuos?  
 Son desechados como basura común       Son reciclados       Otros:
- 4 ¿Qué clase de envases y embalajes utiliza para servir los alimentos que ofrece?  
 Platos     Bandejas     Vasos     Cubiertos     Tapaderas     Pajillas  
 Otros
- 5 ¿Quiénes son sus proveedores nacionales?

---

---

- 6 ¿Cuenta con proveedores internacionales? Mencione  
 No     Sí
- 7 Con base en las clases de envases y embalajes que utiliza ¿Con qué frecuencia se abastecen de cada clase?  
Platos \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Bandejas \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Vasos \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Cubiertos \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Tapaderas \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Pajillas \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral  
Otros \_\_\_\_\_  Semanal  Quincenal  Mensual  Trimestral

8 ¿Qué cantidad adquiere por pedido? Especificar unidad de medida

Platos -----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Bandejas-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Vasos-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Cubiertos-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Tapaderas-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Pajillas-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Otros-----  De 1 a 10       De 11 a 50       Más de 50

Especifique unidad de medida: \_\_\_\_\_

9 ¿Cuál es el costo de los envases y embalajes desechables que utiliza?

|                | Menos de \$1.00          | De \$1.00 a \$1.50       | De \$1.51 a \$2.00       | De \$2.01 en adelante    |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Platos -----   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Bandejas-----  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vasos-----     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cubiertos----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tapaderas----- | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pajillas-----  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otros-----     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10 Si estos productos sufren fluctuaciones en los precios con regularidad ¿le afectaría a su actividad comercial?

No       Sí      ¿Cómo?

11 ¿Está conforme con los costos que actualmente le genera la adquisición de envases y embalajes o desearía cambiarlo?

Estoy conforme       Deseo cambiarlo

12 ¿Qué conocimiento tiene sobre el impacto ambiental negativo que causa el uso irresponsable de envases y embalajes desechables?

---

---

---

13 ¿Conoce y practica formas de reciclaje de los envases y embalajes desechables?

No conoce       Sí conoce       Conoce y practica

14 ¿Utiliza envases y embalajes en diferentes tareas, aparte de servir los alimentos en ellos?

No       Sí      ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

15 ¿Realiza usted un proceso de selección y evaluación de proveedores periódicamente?

No       Sí      Periodo: \_\_\_\_\_

16 ¿Conoce usted los métodos de cálculo de demanda y los utiliza para abastecerse de envases y embalajes desechables

No       Sí

17 ¿Tiene conocimientos acerca de envases y embalajes desechables ecológicos?

Describa lo que conoce de ellos

No       Sí      Descripción: \_\_\_\_\_

18 ¿Conoce las ventajas de utilizar envases y embalajes desechables ecológicos?

No       Sí

19 ¿Conoce usted la variedad en clases de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado nacional e internacional?

No       Sí

20 Con base en sus conocimientos sobre el tema ¿considera usted que existe una variedad en clases de envases y embalajes desechables ecológicos suficientes como para sustituir los tradicionales?

No       Sí       Lo ignoro

21 ¿Conoce usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado nacional?

No  Sí

22 ¿Conoce usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional?

No  Sí

23 ¿Los precios actuales del mercado le parecen accesibles y convenientes?

Sí  No

24 ¿Actualmente utiliza envases y embalajes desechables ecológicos para el despacho de alguno de sus productos?

No  Sí

## SECCIÓN 2

25 ¿En qué casos utilizan este tipo de envases y embalajes desechables?

---

---

26 ¿Ha identificado preferencias de parte de sus clientes hacia los envases y embalajes desechables ecológicos?

No  Sí

27 Cuando utiliza envases y embalajes desechables ecológicos, ¿en alguna ocasión sus clientes han manifestado inconformidad por ello? Explique cuál en otros

No  Sí  Otros:

---

|   | Semanal                  | Quincenal                | Mensual                  | Trimestral               | Ninguna                  |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 28 ¿Con qué frecuencia adquiere envases y embalajes desechables ecológicos? |                          |                          |                          |                          |                          |
| Platos -----  | <input type="checkbox"/> |
| Bandejas-----   | <input type="checkbox"/> |
| Vasos-----  | <input type="checkbox"/> |

- Cubiertos-----
- Tapaderas-----
- Pajillas-----
- Otros-----

29 ¿Quiénes son sus proveedores nacionales de envases y embalajes ecológicos?

---



---

30 ¿Cuenta con proveedores internacionales de envases y embalajes ecológicos?

Mencione en otros

- No  Sí  Otros:

31 ¿Cuál el factor más influyente al momento de adquirir envases y embalajes ecológicos?

- Costo  Forma de adquisición  Responsabilidad social  Otros:

### SECCIÓN 3

32 ¿Conoce sobre las ventajas de adquirir envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional? Especifique qué ventajas conoce en otros

- No  Si Otros: \_\_\_\_\_

33 ¿Estaría interesado en adquirir envases y embalajes desechables ecológicos del mercado internacional?

- No  Sí

34 ¿Posee conocimiento sobre el proceso de importación de envases y embalajes desechables ecológicos?

- No  Sí

35 ¿Estaría dispuesto a informarse sobre los requerimientos necesarios para hacer importaciones de envases y embalajes desechables ecológicos?

- No  Sí

#### **4.6.2 Encuesta dirigida a los posibles clientes de las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los clientes de los establecimientos de foodservice en cuanto al uso de los envases y embalajes desechables ecológicos.

**Indicación:** Debe marcar la casilla que pertenece a la respuesta que considere correcta en su caso. Todas las preguntas son de carácter obligatorio.

- 1) ¿A qué departamento pertenece?
  - a.  San Miguel       Usulután
  
- 2) Seleccione su género:
  - a.  Masculino       Femenino
  
- 3) ¿Qué edad tiene?
  - a.  Menos de 10 años
  - b.  Entre 10 a 25 años
  - c.  Entre 26 a 40 años
  - d.  Entre 41 a 55 años
  - e.  Entre 56 años a más
  
- 4) ¿En alguna ocasión o más de una a visitado usted un restaurante o café local?
  - a.  Si       No
  
- 5) ¿Con qué frecuencia acude a este tipo de establecimientos?
  - a.  Todos los días
  - b.  Una vez por semana
  - c.  De 2 a 3 veces por semana
  - d.  De 4 a 6 veces por semana
  
- 6) ¿Qué factor considera más importante al momento de decidir qué establecimiento visitar?
  - a.  Buen ambiente
  - b.  Calidad del producto
  - c.  Precios accesibles

- d.  Compromiso medioambiental del establecimiento
- 7) ¿Sabía usted que los envases y embalajes desechables contaminan el medio ambiente de forma masiva?
- a.  No  Si
- 8) ¿Conoce usted los envases y embalajes desechables ecológicos?
- a.  No  Si
- 9) ¿Sabe usted si el o los establecimientos que frecuenta utilizan envases y embalajes desechables ecológicos?
- a.  No utilizan
- b.  Si utilizan
- c.  Algunas veces utilizan
- 10) ¿Le gustaría que los establecimientos de foodservice utilizaran únicamente envases y embalajes ecológicos para reducir el impacto ambiental negativo causado?
- a.  No  Si
- 11) ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si las micro y pequeñas empresas de foodservice tomaran la decisión de implementar los envases y embalajes ecológicos para contribuir a la conservación del medio ambiente?
- a.  No  Si  Tal vez
- 12) Según su respuesta anterior ¿Qué tanto más estaría dispuesto a pagar?
- a.  Hasta \$0.25
- b.  Hasta \$0.50
- c.  Hasta \$0.75
- d.  Hasta \$1.00
- e.  Hasta más de \$1.00

# **CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE DATOS**

## 5 ANÁLISIS DE DATOS

### 5.1 PRESENTACIÓN DE DATOS

#### 5.1.1 Resultados de las encuestas realizadas a las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután

##### PREGUNTA No 1. ¿Cuál es su ubicación?

**Objetivo:** Identificar la ubicación de los establecimientos que forman parte de la investigación.

| Alternativas | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Usulután     | 50         | 66.7%         |
| San Miguel   | 25         | 33.3 %        |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 15: Frecuencia de datos de pregunta No 1 (Fuente: pregunta N° 1 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 1: Representación de frecuencia pregunta 1 (Fuente: pregunta N° 1 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica anterior muestra que un 67% de los empresarios encuestados son de la ciudad de San Miguel, mientras que un 33% es de la ciudad de Usulután.

**Análisis:** Debido a las diferencias demográficas y comerciales entre cada ciudad, la cantidad de micro y pequeñas empresas que pertenecen a la ciudad de San Miguel es mayor que las pertenecientes a Usulután.

## PREGUNTA No 2. ¿Cuenta con área de compras y adquisiciones de insumos?

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas cuentan con un área específica de adquisición de insumos desechables.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 45         | 60%           |
| NO           | 30         | 40%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 16: Frecuencia de datos de pregunta No 2 (Fuente: pregunta N° 2 de encuesta a establecimientos)

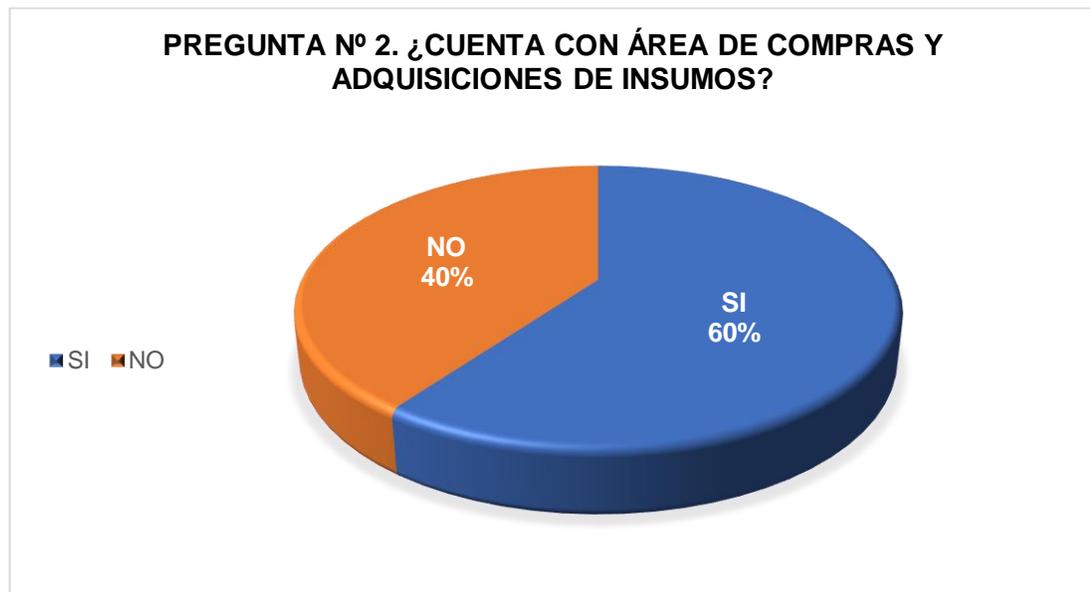


Gráfico 2: Representación de frecuencia pregunta 2 (Fuente: pregunta N° 2 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 60% de los encuestados respondieron que Sí cuentan con área de compras en su empresa, mientras que el 40% no cuenta con área de compras dentro de su empresa.

**Análisis:** Las micro y pequeñas empresas que no cuentan con área de compras en su mayoría se debe a que no cuentan con el conocimiento o los recursos para establecerla, en cambio las que sí cuentan con dicha área, todo lo contrario.

### PREGUNTA No 3. ¿Cuáles son las modalidades de servicio con las que cuenta?

**Objetivo:** Identificar las modalidades de servicio con las que cuenta la empresa.

| Alternativas                                     | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Consumo Local, Entregas a domicilio              | 1          | 1%            |
| Consumo Local, Para llevar                       | 50         | 67%           |
| Consumo Local, Para llevar, Entregas a domicilio | 24         | 32%           |
| <b>Total</b>                                     | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 17: Frecuencia de datos de pregunta No 3 (Fuente: pregunta N° 3 de encuesta a establecimientos)

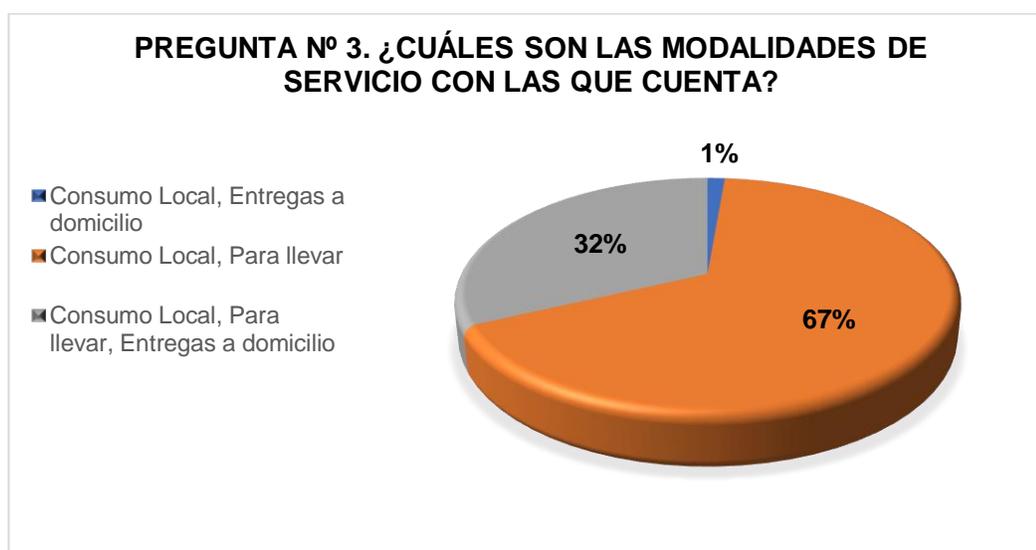


Gráfico 3: Representación de frecuencia pregunta 3 (Fuente: pregunta N° 3 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que del total de los empresarios entrevistados un 67% cuenta con las modalidades de consumo local y para llevar; un 32% cuenta con consumo local, para llevar y entregas a domicilio; mientras que solo un 1% cuenta con consumo local y entregas a domicilio.

**Análisis:** A partir de los datos recopilados se puede destacar que la mayor parte de las micro y pequeñas empresas encuestadas practican solo dos modalidades de servicio, las más prácticas que son el consumo local y para llevar, mientras que únicamente el 32% practica las tres modalidades de servicio al incluir las entregas a domicilio. Por otro lado, existe un 1% que demuestra que omiten la modalidad de servicio para llevar como una opción, esto puede deberse a un error al momento de

llenar la encuesta o puede ser una excepción a selección y gusto de las micro y pequeñas empresas que brindaron dicha información.

**PREGUNTA No 4. ¿En qué modalidad de servicios utiliza envases y embalajes desechables?**

**Objetivo:** Identificar en que modalidad de servicio las micro y pequeñas empresas utilizan los envases y embalajes desechables para poder entregar el producto al cliente.

| Alternativa                                      | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Consumo Local, Entregas a domicilio              | 14         | 19%           |
| Consumo Local, Para llevar                       | 7          | 9%            |
| Consumo Local, Para llevar, Entregas a domicilio | 24         | 32%           |
| Para llevar                                      | 30         | 40%           |
| <b>Total</b>                                     | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 18: Frecuencia de datos de pregunta No 4 (Fuente: pregunta N° 4 de encuesta a establecimientos)

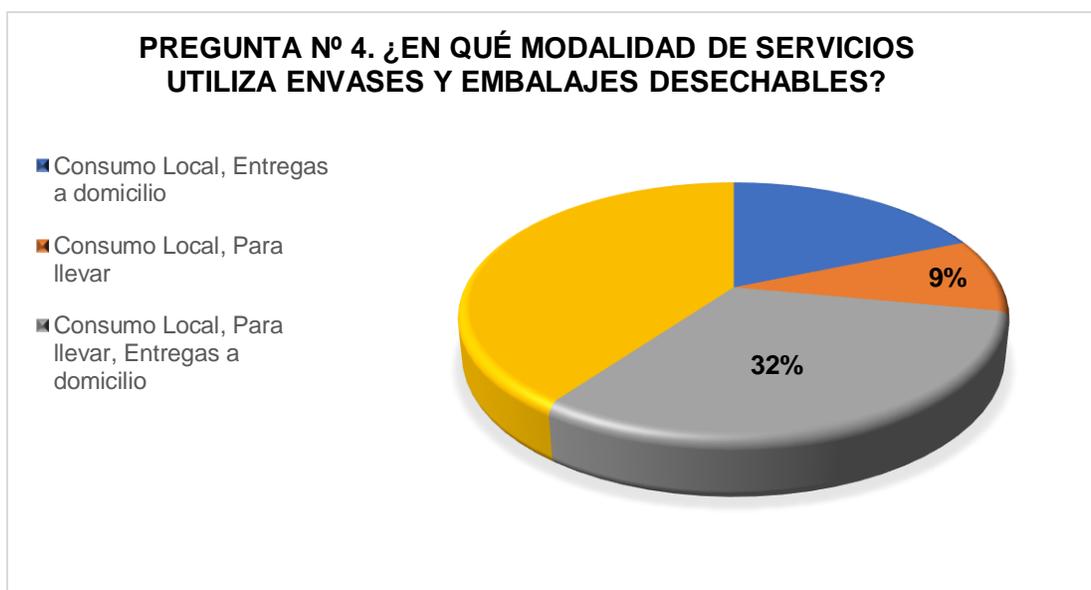


Gráfico 4: Representación de frecuencia pregunta 4 (Fuente: pregunta N° 4 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que del total de las micro y pequeñas empresas que formaron parte del estudio un 41% utiliza envases y embalajes desechables en la modalidad de servicio para llevar; mientras que un 32% los utiliza en las modalidades de consumo local, para llevar y entregas a domicilio; un 18% de las micro y pequeñas

empresas los utiliza en consumo local y entregas a domicilio, mientras que solo el 9% los utiliza en consumo local y para llevar.

**Análisis:** Se puede observar que la modalidad de servicio en la cual las micro y pequeñas empresas utilizan más los envases y embalajes desechables es, para llevar, ya que el mayor porcentaje representativo le pertenece exclusivamente a esta modalidad y también se incluye en el segundo porcentaje más representativo donde comparte importancia con las modalidades de entregas a domicilio y consumo local, en esta última también se incluye en los dos últimos porcentajes y es interesante dado que las micro y pequeñas empresas han implementado el uso de envases y embalajes desechables debido a la pandemia de COVID-19 y han sustituido los envases y cubiertos reutilizables que normalmente se utilizaban en esta situación. Por otro lado, tenemos los dos porcentajes menores de datos que incluyen consumo local y entregas a domicilio en el mayor rango y por último, consumo local y para llevar con el menor porcentaje; podemos llegar a la conclusión de que un 59% de las micro y pequeñas empresas utiliza envases y embalajes desechables incluso en la modalidad de consumo local, lo cual implica grandes cantidades de desechos provenientes de su actividad comercial.

**PREGUNTA No 5. Al utilizar envases y embalajes desechables para servir los alimentos en la modalidad de consumo local ¿Qué tratamientos reciben estos residuos?**

**Objetivo:** Conocer el tratamiento que reciben los desechables que son utilizados para servir los alimentos en establecimientos.

| Alternativa                          | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------------------------------|------------|---------------|
| Son desechados como basura común     | 70         | 75%           |
| Son reciclados                       | 2          | 22%           |
| Se desecha en contenedores separados | 1          | 1%            |
| No sirven en desechables             | 2          | 2%            |
| <b>Total</b>                         | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 19: Frecuencia de datos de pregunta No 5 (Fuente: pregunta N° 5 de encuesta a establecimientos)

**PREGUNTA N° 5. AL UTILIZAR ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES PARA SERVIR LOS ALIMENTOS EN LA MODALIDAD DE CONSUMO LOCAL ¿QUÉ TRATAMIENTOS RECIBEN ESTOS RESIDUOS?**

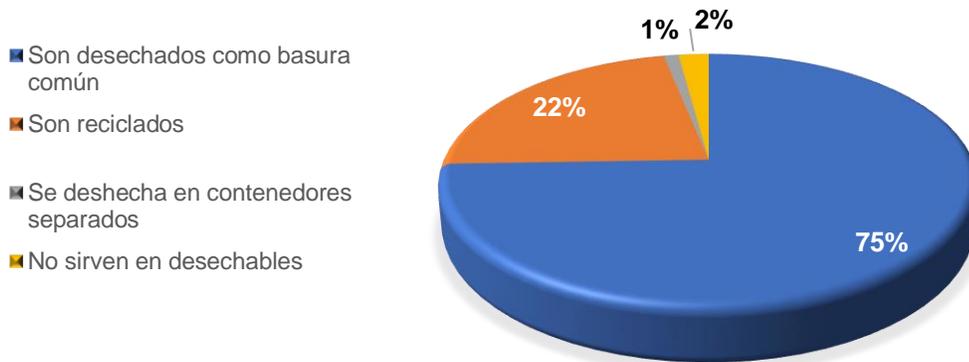


Gráfico 5: Representación de frecuencia pregunta 5 (Fuente: pregunta N° 5 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica podemos contemplar que el 75% de la muestra declaró que los desechables son tratados como basura común, un 22% declaró que son reciclados, mientras que un 2% no sirve en desechables y un 1%, solamente, los desecha en contenedores separados.

**Análisis:** Los datos de la gráfica nos muestran que las micro y pequeñas empresas que utilizan envases y embalajes desechables en la modalidad de consumo local tienden a deshechar como basura común los residuos sólidos provocados a raíz de esta actividad, mientras que solo un 22% declara que reciclan estos desechos, lo cual es preocupante ya que esto demuestra que son muy pocas las micro y pequeñas empresas que realmente sienten un compromiso real con el medio ambiente para contribuir a su conservación al momento de realizar sus actividades comerciales y no practican el reciclaje en ninguna forma.

**PREGUNTA No 6. ¿Qué clase de envases y embalajes utiliza para servir los alimentos que ofrece?**

**Objetivo:** Identificar la clase de envases y embalajes desechables que utilizan las micro y pequeñas empresas para servir los alimentos que ofrece.

| Alternativa                        | Frecuencia | Porcentaje    |
|------------------------------------|------------|---------------|
| Platos, Bandejas, Vasos, cubiertos | 39         | 52%           |
| tapaderas                          | 4          | 5%            |
| pajillas                           | 5          | 7%            |
| Servilletas, bolsas                | 27         | 36%           |
| <b>Total</b>                       | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 20: Frecuencia de datos de pregunta No 6 (Fuente: pregunta N° 6 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 6: Representación de frecuencia pregunta 6 (Fuente: pregunta N° 6 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica se puede observar que el 52% de la muestra manifestó que la mayor parte de sus alimentos son servidos en envases y embalajes ecológicos, más específicamente platos, bandejas, vasos y cubiertos, un 36% solamente utiliza bolsas y servilletas para este mismo fin, y en su minoría con 7% y 5% se pueden observar pajillas y tapaderas, respectivamente.

**Análisis:** La gráfica revela claramente que las micro y pequeñas empresas pertenecientes a la muestra que utilizan envases y embalajes ecológicos, en su mayoría al momento de servir el producto al cliente optan por utilizar solo una fracción de envases y embalajes ecológicos, es decir, no todos los implementos que se utilizan para servir los alimentos tienen un periodo de descomposición equitativo, pudiendo variar según los que estén siendo utilizados, descartables o ecológicos.

### PREGUNTA No 7. ¿Quiénes son sus proveedores nacionales?

**Objetivo:** Identificar los proveedores nacionales de envases y embalajes desechables que poseen las micro y pequeñas empresas de foodservice.

| Alternativa        | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------------|------------|---------------|
| Comercial el rodeo | 2          | 3%            |
| Despensa familiar  | 12         | 16%           |
| Termo encogibles   | 8          | 10%           |
| Tienda Galo        | 11         | 15%           |
| Tienda mayorista   | 23         | 31%           |
| Plásticos Moreno   | 4          | 5%            |
| Plásticos Limeño   | 2          | 3%            |
| Super selectos     | 6          | 8%            |
| Thermo Plast       | 1          | 1%            |
| Maxidespensa       | 5          | 7%            |
| Tienda Meléndez    | 1          | 1%            |
| <b>Total</b>       | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 21: Frecuencia de datos de pregunta No 7 (Fuente: pregunta N° 7 de encuesta a establecimientos)

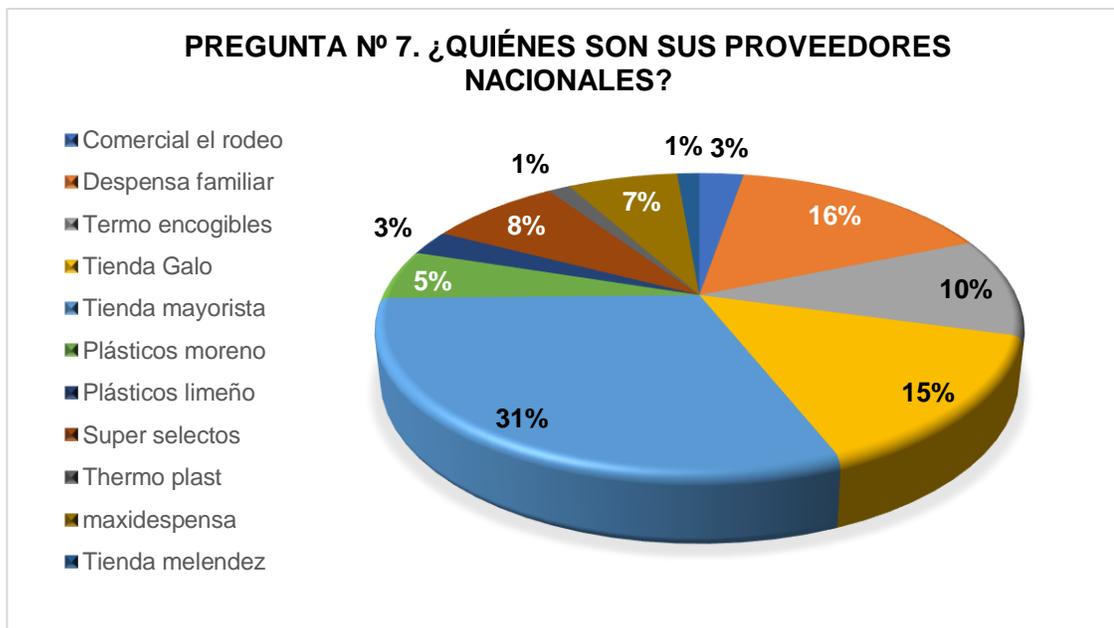


Gráfico 7: Representación de frecuencia pregunta 7 (Fuente: pregunta N° 7 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica nos muestra que un 31% de las micro y pequeñas empresas encuestadas compran sus insumos a Tienda mayorista, el 16% compra en Despensa Familiar, un 15% compra en Tienda Galo, un 8% en Super Selectos, un 7% compra en Maxidespensa, un 5% compra en Plásticos Moreno, con el 3% tenemos dos proveedores que son Comercial El Rodeo y Plásticos Limeño, al igual que el caso anterior tenemos dos con 1% que son Tienda Meléndez y Thermo Plast.

**Análisis:** Los datos recopilados nos muestran que el mayor porcentaje de micro y pequeñas empresas compran a tiendas mayoristas no identificadas por nombre, pero eso no indica que no están en contacto con un distribuidor especializado ni el fabricante directamente. Por otro lado, la Despensa Familiar ostenta un 16%, Tienda Galo un 15%, Super selecto un 8% y Maxidespensa con un 7%, lo cual nos indica que muchos de los empresarios aún no conocen las ventajas que les puede traer el contar con proveedores de envases y embalajes específicamente. Y los porcentajes menores corresponden a distribuidores de plásticos o comerciales, lo cual sólo confirma el hecho de que son pocas las micro y pequeñas empresas que realmente buscan aliados estratégicos en sus proveedores y principalmente se centran en suplir sus necesidades a como dé lugar.

#### **PREGUNTA No 8. ¿Cuenta con proveedores internacionales? Mencione en otros**

**Objetivo:** Conocer si los establecimientos de foodservice cuentan con proveedores en mercados internacionales.

| Alternativa        | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------------|------------|---------------|
| NO                 | 73         | 97%           |
| SI                 | 1          | 2%            |
| Carne de Nicaragua | 1          | 1%            |
| <b>Total</b>       | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 22: Frecuencia de datos de pregunta No 8 (Fuente: pregunta N° 8 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 8: Representación de frecuencia pregunta 8 (Fuente: pregunta N° 8 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que un 97% de los encuestados no cuentan con proveedores internacionales, mientras que un 3% sí cuenta con proveedores internacionales.

**Análisis:** Era de esperar que las micro y pequeñas empresas se aferran más a los proveedores nacionales, pero sorprendentemente en la muestra encontramos un 3% de micro y pequeñas empresas que sí cuentan con proveedores internacionales, lamentablemente el 1% fue ocasionado por una confusión por parte del encuestado que proporcionó un proveedor internacional pero no de envases y embalajes.

**PREGUNTA No 9. Con base en las clases de envases y embalajes que utiliza ¿Con qué frecuencia se abastecen de cada clase?**

**Objetivo:** Conocer la frecuencia con que las micro y pequeñas empresas se abastecen de envases y embalajes desechables según la clase que requiera.

| Alternativa   | Frecuencia | Porcentaje    |
|---|------------|---------------|
| Semanal (Bandejas, Vasos, Cubiertos, Tapaderas, Pajillas) | 58         | 77%           |
| Mensual (Platos, vasos)                                   | 15         | 20%           |
| Trimestral (tapaderas, pajillas)                          | 2          | 3%            |
| <b>Total</b>  | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 23: Frecuencia de datos de pregunta No 9 (Fuente: pregunta N° 9 de encuesta a establecimientos)

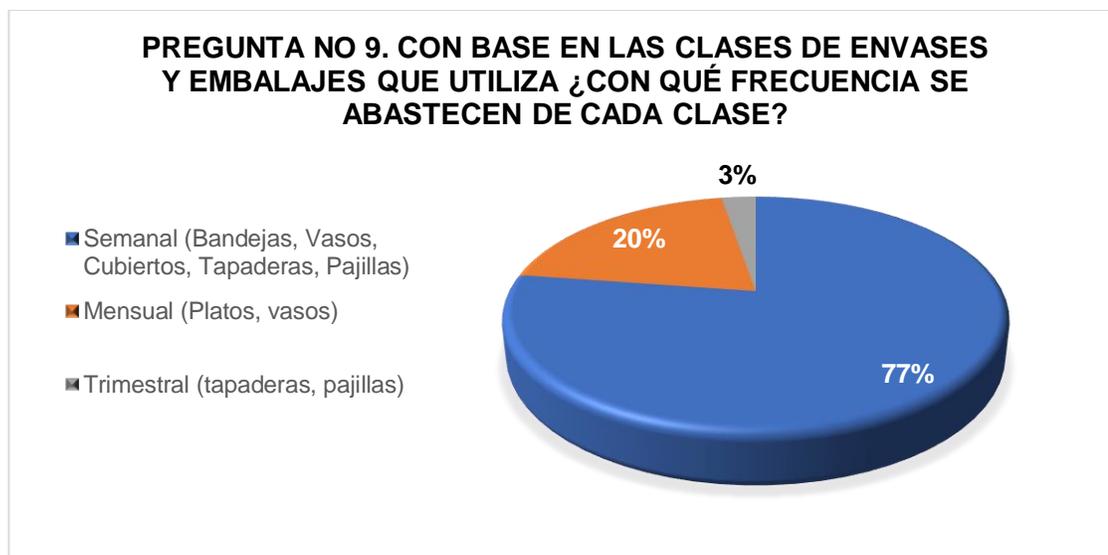


Gráfico 9: Representación de frecuencia pregunta 9 (Fuente: pregunta N° 9 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica presentada se pueden observar que la periodicidad con la que se realizan compras de insumos para servir los alimentos varía en cada uno de ellos, siendo más frecuentes los pedidos por semana, en específico de bandejas, vasos, cubiertos, tapaderas y pajillas con un valor de 58.77%, continuando están los pedidos mensuales de platos y vasos con un valor de 15.20%, y en una cantidad más reducida los pedidos trimestrales de tapaderas y pajillas del 2.3%.

**Análisis:** La periodicidad y frecuencia de pedidos es algo en lo que las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice deben tener una logística impecable, por lo que según la demanda de cada uno de los insumos que utilizan, se adecuan para realizar los procedimientos para poder adquirirlos, los envases y embalajes no son la excepción, cada uno se adecua a las necesidades de las micro y pequeñas empresas para servir los alimentos, y su consumo también se adecua a la demanda de los clientes, debido a lo que cada tipo de estos insumos debe ser adquirida con diferentes periodos de tiempo.

## PREGUNTA No 10. ¿Qué cantidad adquiere por pedido?

**Objetivo:** Conocer la cantidad de insumos que las micro y pequeñas empresas adquieren por pedido.

| Alternativa                                    | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Más de 50 (Platos, Bandejas, Vasos, Cubiertos) | 58         | 77%           |
| De 11 a 50 (bandejas, vasos)                   | 10         | 14%           |
| De 1 a 10 (Tapaderas, pajillas)                | 7          | 9%            |
| <b>Total</b>                                   | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 24: Frecuencia de datos de pregunta No 10 (Fuente: pregunta N° 10 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 10: Representación de frecuencia pregunta 10 (Fuente: pregunta N° 10 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** Se puede observar a través de la gráfica que la cantidad de insumos que las micro y pequeñas empresas del rubro pertenecientes a la muestra son totalmente diferentes dependiendo del uso que estas reciban, con un 77% los platos, bandejas y cubiertos son adquiridos para su uso en cantidades por muchos superiores a 50 unidades, bandejas y vasos de igual manera con utilizado para las operaciones de las micro y pequeñas empresas, con un porcentaje del 14% y en menores cantidades tapaderas y pajillas con un 9%.

En la gráfica, aunque los datos no especifican la unidad de medida, esta también se preguntó a los encuestados, gracias a lo cual se identificó que las unidades de medida más utilizadas al momento de adquirir los insumos son docenas con un 63.9% y los

paquetes con un 20.8%, el resto del porcentaje pertenece a otras unidades de medida menores.

**Análisis:** Los datos revelan que el mayor porcentaje de los encuestados realizan compras en volumen superior a 50 unidades de medida, ya sean estas docenas, paquetes u otras de interés en cuanto a los insumos de primera necesidad se refiere. Los insumos como tapaderas y pajillas se adquieren en menores cantidades y solo un mínimo porcentaje se arriesga a comprar volúmenes bajos de los insumos de primera necesidad para el servicio.

**PREGUNTA No 11. ¿Cuál es el costo por unidad de compra de los envases y embalajes desechables que utiliza?**

**Objetivo:** Conocer los costos de compra que las micro y pequeñas empresas pagan por las unidades de envases y embalajes desechables.

| Alternativa                                       | Frecuencia | Porcentaje    |
|---|------------|---------------|
| Menos de \$1 (Platos, bandejas, vasos, cubiertos) | 57         | 76%           |
| De \$1 a \$1.50 (Bandejas)                        | 10         | 13%           |
| De \$2.01 en adelante (pajillas)                  | 8          | 11%           |
| <b>Total</b>                                      | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 25: Frecuencia de datos de pregunta No 11 (Fuente: pregunta N° 11 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 11: Representación de frecuencia pregunta 11 (Fuente: pregunta N° 11 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica se puede apreciar que los costos de platos, bandejas, vasos y cubiertos están por debajo de \$1.00 y esta conducta representa el mayor

porcentaje que es el 76%, mientras que un 13% de los encuestados manifiestan que adquieren las bandejas a un precio dentro del rango de \$1.00 a \$1.50 y por último un 11% manifiesta que las pajillas las adquieren a un costo de \$2.01 en adelante.

**Análisis:** Los datos muestran que la mayor parte de los encuestados no gastan más de \$1.00 por unidad de compra en platos, bandejas, vasos y cubiertos. Las variaciones en las respuestas por parte de los encuestados pueden deberse a que no todos adquieren las mismas unidades de medida, por lo tanto, el precio es proporcional al tamaño de la unidad de compra. Es por eso por lo que incluso en las bandejas existe un porcentaje que manifiesta un incremento en el costo de adquisición de estos y el mínimo porcentaje afirma que gasta más en pajillas que en los demás insumos.

**PREGUNTA No 12. Si estos productos sufren fluctuaciones en los precios con regularidad ¿le afectaría a su actividad comercial? Explique en otros**

**Objetivo:** Conocer si el incremento de precios de los envase y embalajes desechables en los mercados afecta la actividad económica de las micro y pequeñas empresas.

| Alternativa                      | Frecuencia | Porcentaje    |
|----------------------------------|------------|---------------|
| SI                               | 44         | 59%           |
| NO                               | 25         | 33%           |
| Los productos subirían de precio | 6          | 8%            |
| <b>Total</b>                     | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 26: Frecuencia de datos de pregunta No 12 (Fuente: pregunta N° 12 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 12: Representación de frecuencia pregunta 12 (Fuente: pregunta N° 12 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que 59% de los encuestados señalaron que sí les afectan las fluctuaciones en los precios de los envases y embalajes desechables, al cual podemos sumar el 8% que señalaron de qué forma les afectaría, mientras que 33% de los encuestados declararon que no les afecta.

**Análisis:** Al ver la gráfica podemos notar que la mayor parte de los empresarios opinan que si les afectan las fluctuaciones o variaciones en los precios de los insumos desechables, si unimos ambos porcentajes tenemos que 67% de las micro y pequeñas empresas se sienten afectadas por las fluctuaciones. Por otro lado, las micro y pequeñas empresas que no se ven afectadas por las fluctuaciones o revelaron sus planes de contingencia para combatir dichas fluctuaciones, solo hicieron ese aporte.

**PREGUNTA No 13. ¿Está conforme con los costos que actualmente le genera la adquisición de envases y embalajes o desearía cambiarlo?**

**Objetivo:** Conocer si los propietarios o encargados, están conforme sobre los costos que le genera la adquisición de envases y embalajes desechables.

| Alternativa     | Frecuencia | Porcentaje    |
|-----------------|------------|---------------|
| Estoy conforme  | 59         | 79%           |
| Deseo Cambiarlo | 16         | 21%           |
| <b>Total</b>    | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 27: Frecuencia de datos de pregunta No 13 (Fuente: pregunta N° 13 de encuesta a establecimientos)

**PREGUNTA N° 13. ¿ESTÁ CONFORME CON LOS COSTOS QUE ACTUALMENTE LE GENERA LA ADQUISICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES O DESEARÍA CAMBIARLO?**

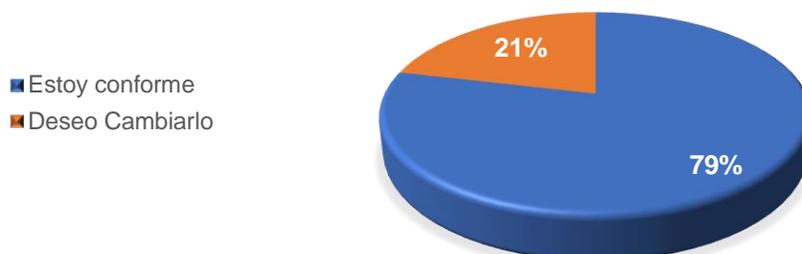


Gráfico 13: Representación de frecuencia pregunta 13 (Fuente: pregunta N° 13 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que el 79% de los encuestados están conformes con sus costos actuales en envases y embalajes desechables, mientras que el 21% no está conforme y desea cambiarlo.

**Análisis:** Podemos decir que los datos nos indican una clara inclinación de los empresarios hacia el conformismo con los costos actuales, pero entre ellos siempre existe un remanente que busca reducir los costos de forma constante. Pero en general la opinión se basa en que los costos actuales son accesibles y rentables para los empresarios, pero siempre beneficia reducir los costos de adquisición de insumos.

**PREGUNTA No 14. ¿Conoce y practica formas de reciclaje de los envases y embalajes desechables?**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice, practican formas de reciclajes para los envases y embalajes desechables.

| Alternativa       | Frecuencia | Porcentaje    |
|-------------------|------------|---------------|
| No conoce         | 53         | 71%           |
| Si conoce         | 18         | 24%           |
| Conoce y practica | 4          | 5%            |
| <b>Total</b>      | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 28: Frecuencia de datos de pregunta No 14 (Fuente: pregunta N° 14 de encuesta a establecimientos)

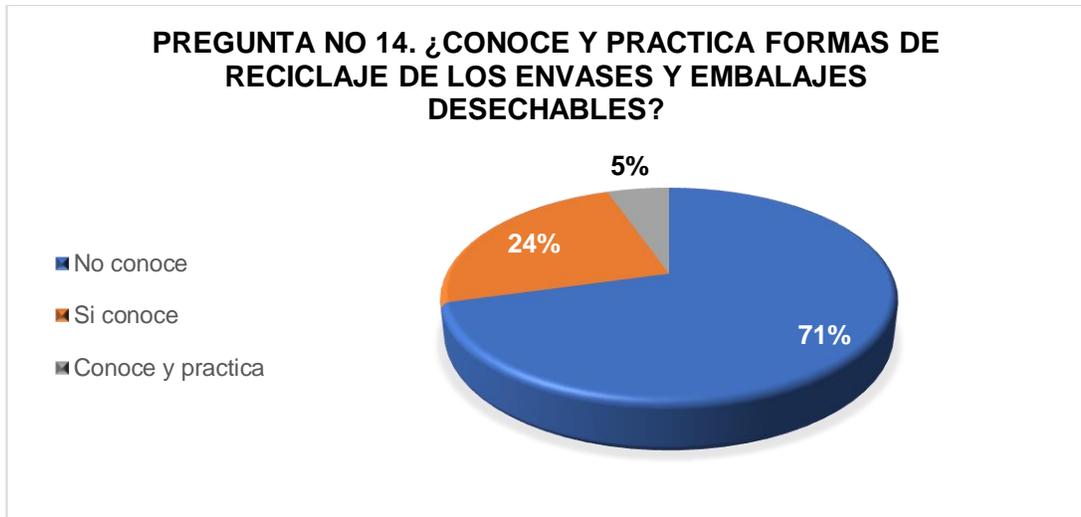


Gráfico 14: Representación de frecuencia pregunta 14 (Fuente: pregunta N° 14 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que el 71% de los encuestados no conoce formas de reciclaje, el 24% conoce formas de reciclaje, pero solo el 5% conoce y practica formas de reciclaje.

**Análisis:** Podemos deducir que la falta de información sobre las formas de reciclaje domina entre los empresarios y esto evita que sean implementadas, pero aun los que conocen sobre el tema no se animan a practicarlo, puede esto deberse a la falta de responsabilidad social que empaña a estas micro y pequeñas empresas.

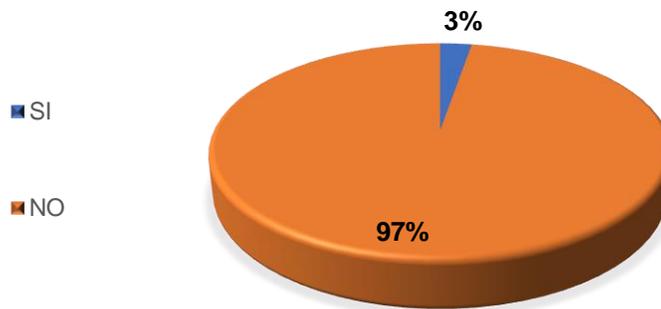
**PREGUNTA No 15. ¿Utiliza envases y embalajes en diferentes tareas, aparte de servir los alimentos en ellos?**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice, utilizan envases y embalajes desechables para otros fines que no sean servir los alimentos a los clientes.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 2          | 3%            |
| NO           | 73         | 97%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 29: Frecuencia de datos de pregunta No 15 (Fuente: pregunta N° 15 de encuesta a establecimientos)

**PREGUNTA N° 15. ¿UTILIZA ENVASES Y EMBALAJES EN DIFERENTES TAREAS, APARTE DE SERVIR LOS ALIMENTOS EN ELLOS?**



*Gráfico 15: Representación de frecuencia pregunta 15 (Fuente: pregunta N° 15 de encuesta a establecimientos)*

**Interpretación:** La gráfica nos muestra que los envases y embalajes no son utilizados para otros propósitos que no sea servir alimentos o bebidas en ellos por el 97% de los encuestados, mientras que un mínimo 3% sí utilizan los envases y embalajes desechables con múltiples propósitos.

**Análisis:** Aunque no lo parezca a simple vista, los envases y embalajes desechables más comunes pueden tener muchos propósitos además de la función para la cual fueron creados. Pero en este caso, los empresarios casi en su totalidad manifiestan que no utilizan los envases y embalajes para realizar otras actividades con ellos, a excepción de una mínima parte que no especificó qué clase de usos les da a estos insumos.

**PREGUNTA No 16. ¿Realiza usted un proceso de selección y evaluación de proveedores periódicamente? Especifique periodo en otros.**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice, realizan el respectivo proceso de selección y evaluación de proveedores para poder adquirir sus insumos desechables.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 3          | 4%            |
| NO           | 69         | 92%           |
| Cada 3 meses | 1          | 1%            |
| Cada 6 meses | 2          | 3%            |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 30: Frecuencia de datos de pregunta No 16 (Fuente: pregunta N° 16 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 16: Representación de frecuencia pregunta 16 (Fuente: pregunta N° 16 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica se puede observar que el 92% de las micro y pequeñas empresas no realizan un proceso de selección y evaluación de proveedores, el 4% afirmó realizar proceso de selección y evaluación de proveedores, mientras que el 3% brindó el detalle de realizar dicho proceso cada 6 meses y el 1% lo realiza cada 3 meses.

**Análisis:** Mediante los datos revelados por la gráfica podemos darnos cuenta de la falta de interés en los proveedores que los empresarios tienen, a excepción de un mínimo porcentaje del 8% que sí lleva a cabo un proceso de selección y evaluación de proveedores de los cuales el 3% lo realiza cada seis meses, una excelente opción para actualizar su cartera de proveedores, mientras que el 1% o realiza cada mes, lo cual dicta al aparecer que cada vez que se abastecen realizan dicho proceso.

**PREGUNTA No 17. ¿Conoce Usted los métodos de cálculo de demanda y los utiliza para abastecerse de envases y embalajes desechables?**

**Objetivo:** Identificar si conocen los métodos de cálculo de demanda y si estos son utilizados para abastecerse.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Si conoce    | 33         | 44%           |
| No conoce    | 42         | 56%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 31: Frecuencia de datos de pregunta No 17 (Fuente: pregunta N° 17 de encuesta a establecimientos)

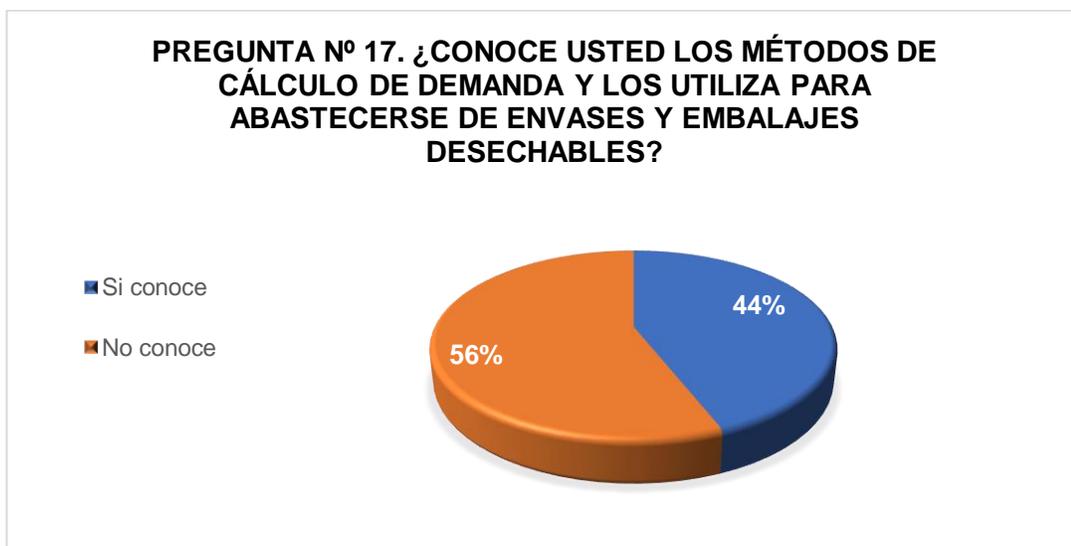


Gráfico 17: Representación de frecuencia pregunta 17 (Fuente: pregunta N° 17 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que un 56% no conoce los métodos de la demanda y no utilizan ningún método para saber cuándo abastecerse de envases y embalajes, mientras que un 44% sí los conoce y los utiliza.

**Análisis:** A pesar de que un porcentaje considerable de encuestados conoce sobre los métodos de cálculo de la demanda, la mayor parte no sabe de ellos ni los practica. Es un inconveniente ya que las micro y pequeñas empresas podrían beneficiarse al mantener un control sistematizado de sus compas y cuando deben realizarlas.

**PREGUNTA No 18. ¿Tiene conocimientos acerca de envases y embalajes desechables ecológicos? Describa lo que conoce de ellos en otros.**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice, tienen conocimiento sobre los envases y embalajes ecológicos desechables.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| SI   | 11         | 15%           |
| NO   | 60         | 80%           |
| Pajillas, platos, bandejas, bolsas                                 | 1          | 1%            |
| Son productos que se desintegran al contacto con el agua           | 2          | 3%            |
| Que son mucho mejor que los tradicionales, debido a su composición | 1          | 1%            |
| <b>Total</b>   | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 32: Frecuencia de datos de pregunta No 18 (Fuente: pregunta N° 18 de encuesta a establecimientos)

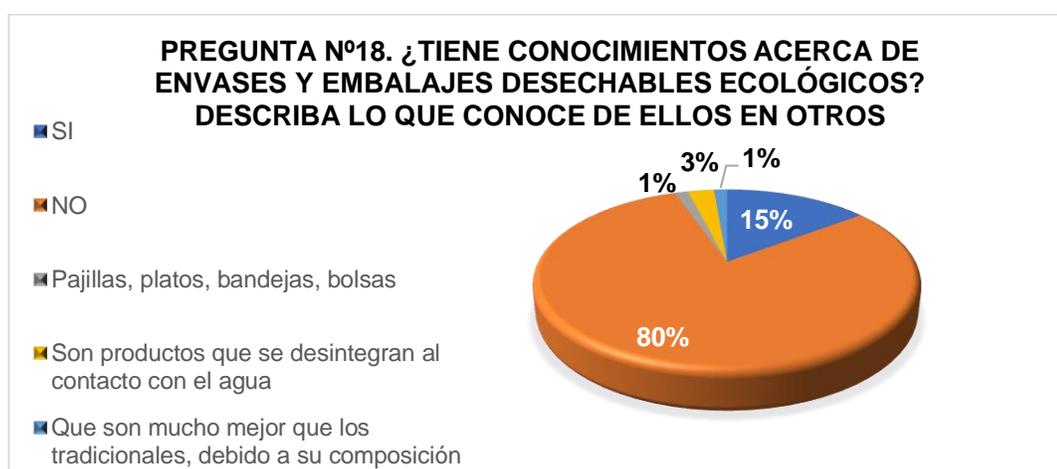


Gráfico 18: Representación de frecuencia pregunta 18 (Fuente: pregunta N° 18 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 80% de los encuestados no tiene conocimiento acerca de los envases y embalajes ecológicos, mientras que el 12% si cuenta con conocimientos sobre el tema. Por otro lado, el 7.8% de los encuestados brindó su opinión acerca de los envases y embalajes desechables ecológicos en base a sus conocimientos sobre el tema.

**Análisis:** Podemos notar que la mayor parte de los encuestados ignoran el tema de los envases y embalajes desechables ecológicos y solo el 20% manifiesta tener conocimientos sobre ellos. Entre las respuestas específicas sobre los envases y embalajes desechables ecológicos podemos notar algunas particulares y erradas sobre lo que son los envases y embalajes ecológicos, por lo tanto, deducimos que la ignorancia sobre el tema abarca aún más del 80% arrojado por la gráfica.

**PREGUNTA No 19. ¿Conoce las ventajas de utilizar envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Identificar si los propietarios o encargados conocen sobre las ventajas de usar envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 41         | 55%         |
| NO           | 34         | 45%         |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100%</b> |

Tabla 33: Frecuencia de datos de pregunta No 19 (Fuente: pregunta N° 19 de encuesta a establecimientos)

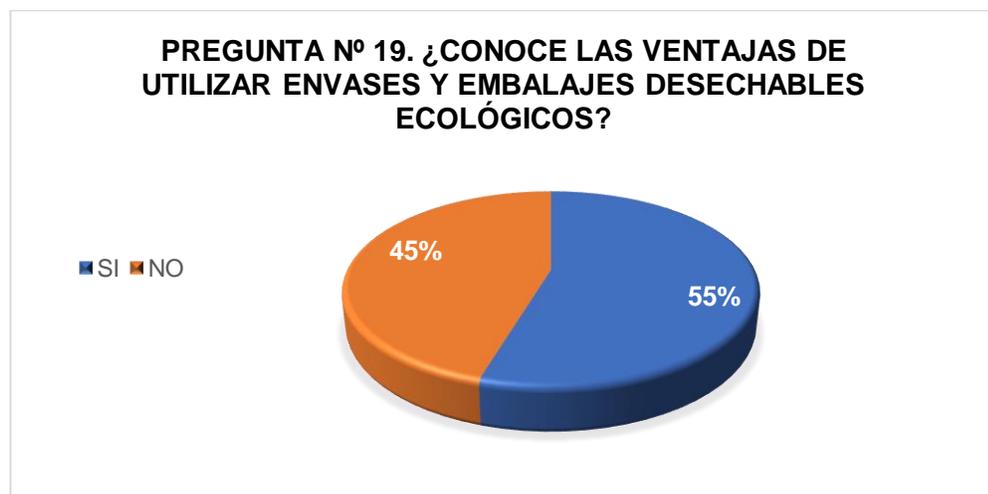


Gráfico 19: Representación de frecuencia pregunta 19 (Fuente: pregunta N° 19 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que un 55% de los encuestados sí conoce las ventajas de utilizar envases y embalajes ecológicos, mientras que un 45% de la población encuestada las ignora.

**Análisis:** Al parecer más del 50% de los encuestados conocen ventajas de utilizar envases y embalajes desechables ecológicos, es muy posible que esto se deba a que tienen una noción de que lo ecológico beneficia al medio ambiente, más que por conocimiento puro sobre el tema, como se ve reflejado en la gráfica anterior es por deducción ya que asumen que lo ecológico beneficia al medio ambiente.

**PREGUNTA No 20. ¿Conoce Usted la variedad en clases de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado nacional e internacional?**

**Objetivo:** Identificar si se conoce sobre las variedades en clase de los envases y embalajes ecológicos disponibles en mercados nacionales e internacionales.

| Alternativa                        | Frecuencia | Porcentaje    |
|------------------------------------|------------|---------------|
| SI                                 | 7          | 10%           |
| NO                                 | 67         | 89%           |
| Pajillas, platos, bandejas, bolsas | 1          | 1%            |
| <b>Total</b>                       | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 34: Frecuencia de datos de pregunta No 20 (Fuente: pregunta N° 20 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 20: Representación de frecuencia pregunta 20 (Fuente: pregunta N° 20 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 89% de la población encuestada no conoce las variadas clases de envases y embalajes disponibles en el mercado tanto nacional como internacional, mientras que el 10% si las conoce y el 1% brindó información sobre las clases que conoce.

**Análisis:** A partir de los datos de la gráfica podemos deducir que la población encuestada muy poco conoce sobre las clases de envases y embalajes ecológicos que existen actualmente en el mercado tanto nacional como internacional, ya que el mayor porcentaje respondió que no conoce la variedad de clase de estos insumos.

**PREGUNTA No 21. Con base en sus conocimientos sobre el tema ¿Considera usted que existe una variedad en clases de envases y embalajes desechables ecológicos suficientes como para sustituir los tradicionales?**

**Objetivo:** Conocer la opinión sobre la existencia actual en cuanto a la variedad en clases de envases y embalajes ecológicos y si estos son suficientes para sustituir los desechables de plástico tradicional.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 11         | 15%           |
| NO           | 55         | 73%           |
| Lo ignoro    | 9          | 12%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 35: Frecuencia de datos de pregunta No 21 (Fuente: pregunta N° 21 de encuesta a establecimientos)

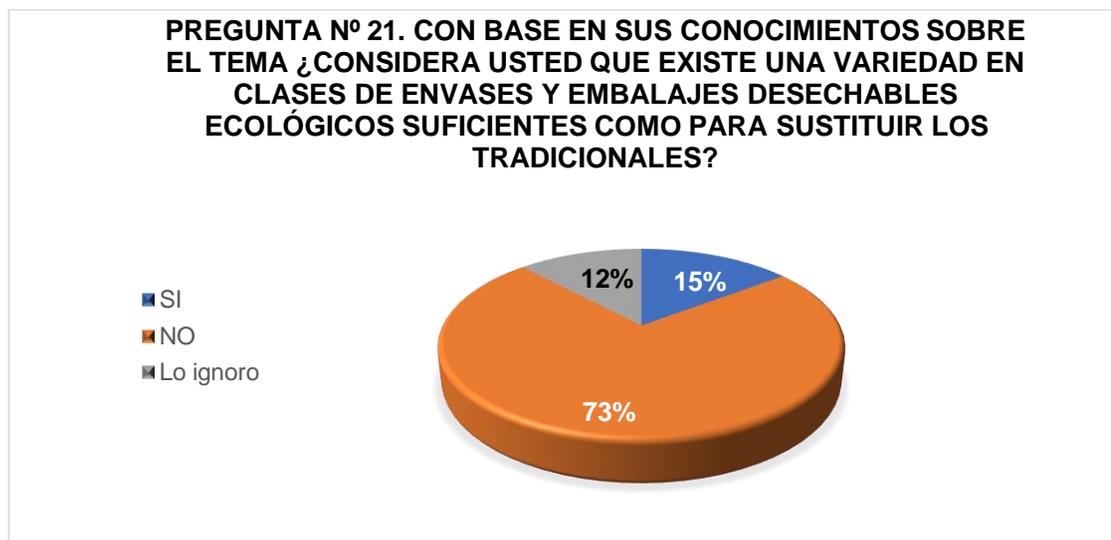


Gráfico 21: Representación de frecuencia pregunta 21 (Fuente: pregunta N° 21 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que el 73% de los encuestados no considera que exista la variedad suficiente de clases de envases y embalajes desechables como para hacer la sustitución de los envases y embalajes desechables tradicionales, mientras que un 15% si lo considera factible y el 12% ignora si esto puede llevarse a cabo.

**Análisis:** Según los datos que revela la gráfica, os encuestados consideran que no se puede lograr la sustitución satisfactoria de los envases y embalajes desechables contaminantes por os ecológicos, esto puede deberse a que ellos no poseen un

amplio conocimiento sobre el tema o bien que por su experiencia se han percatado de la dificultad que implica buscar un sustituto ecológico para cada envase y embalaje desechable que actualmente se utiliza. El resto del porcentaje se divide entre los que se reservan de dar su opinión porque ignoran todo al respecto y los que si lo consideran posible.

**PREGUNTA No 22. ¿Conoce Usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado nacional?**

**Objetivo:** Identificar si conocen los costos de adquisición de envases y embalajes ecológicos en los mercados nacionales.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 15         | 20%           |
| NO           | 60         | 80%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 36: Frecuencia de datos de pregunta No 22 (Fuente: pregunta N° 22 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 22: Representación de frecuencia pregunta 22 (Fuente: pregunta N° 22 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 80% de los encuestados no conocen los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables, mientras que el 20% de los encuestados declara que sí conoce los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado nacional.

**Análisis:** Como se puede notar por los datos de la gráfica, el tema de los costos de adquisición es uno que debería ser de interés para todos los empresarios de este

rubro, pero gracias a los datos de la gráfica nos percatamos de la falta de conocimiento que hay al respecto. Por otro lado, existe un pequeño porcentaje de 20% que sí está informado sobre los costos de adquisición de estos insumos en el mercado nacional y probablemente se debe al hecho de que en más de una ocasión han adquirido este tipo de producto.

**PREGUNTA No 23. ¿Conoce Usted los costos de adquisición de los envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional?**

**Objetivo:** Identificar si conocen los costos de adquisición de envases y embalajes ecológicos en los mercados internacionales.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 3          | 4             |
| NO           | 72         | 96            |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 37: Frecuencia de datos de pregunta No 23 (Fuente: pregunta N° 23 de encuesta a establecimientos)

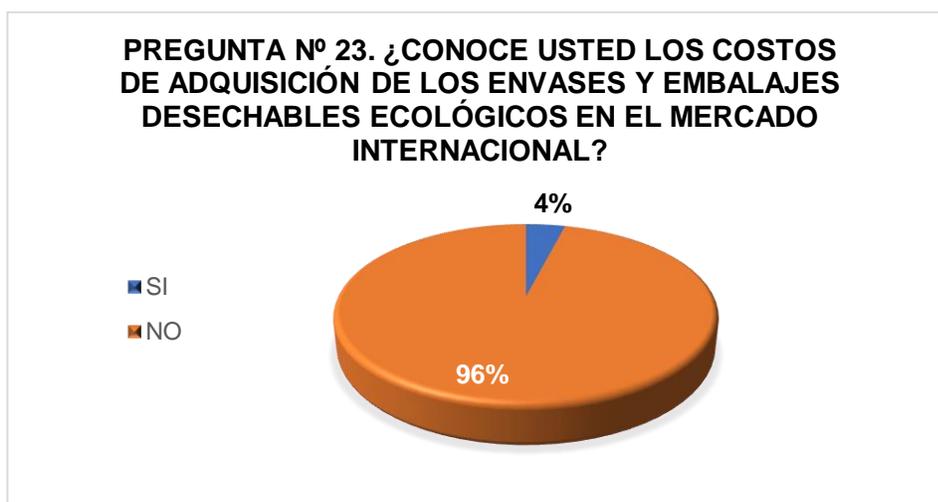


Gráfico 23: Representación de frecuencia pregunta 23 (Fuente: pregunta N° 23 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 96% de los encuestados no conocen los costos de adquisición de envases y embalajes desechables ecológicos que ostenta el mercado internacional, mientras que solo un 4% manifestó tener conocimiento sobre los costos de adquisición del mercado internacional

**Análisis:** A diferencia de la gráfica anterior, en este caso la cantidad de encuestados que no conocen los costos de adquisición no sobrepasa ni el 5%, por lo cual podemos asegurar que la ignorancia en este aspecto es mayor sin lugar a duda.

**Pregunta No 24. ¿Los precios actuales del mercado le parecen accesibles y convenientes?**

**Objetivo:** Conocer si a las micro y pequeñas empresas le parecen accesibles y convenientes los precios que se manejan actualmente en los mercados.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 23         | 31%           |
| NO           | 51         | 69%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 38: Frecuencia de datos de pregunta No 24(Fuente: pregunta N° 24 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 24: Representación de frecuencia pregunta 24 (Fuente: pregunta N° 24 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que un 69% de los encuestados no aprueban los costos de adquisición actuales del mercado, mientras que un 31% de los encuestados dicen estar de acuerdo con los precios actuales y los juzgan como convenientes.

**Análisis:** Es un dato interesante y un poco predecible dado la falta de conocimiento y falta de conciencia ecológica que los empresarios poseen actualmente, por supuesto la pregunta hace referencia a los precios actuales de los envases y embalajes desechables ecológicos, tanto del mercado nacional como del internacional.

**PREGUNTA No 25. ¿Actualmente utiliza envases y embalajes desechables ecológicos para el despacho de alguno de sus productos?**

**Objetivo:** Conocer si en la actualidad las micro y pequeñas empresas de foodservice, utilizan envases y embalajes ecológicos para servir algún producto.

| Alternativa  | Cantidad  | Porcentaje    |
|--------------|-----------|---------------|
| SI           | 5         | 7%            |
| NO           | 70        | 93%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 39: Frecuencia de datos de pregunta No 25 (Fuente: pregunta N° 25 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 25: Representación de frecuencia pregunta 25 (Fuente: pregunta N° 25 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que actualmente del total de encuestados un 93% no utiliza envases y embalajes desechables ecológicos, mientras que un mínimo 7% sí lo hace.

**Análisis:** Los datos recopilados indican que actualmente la cantidad de micro y pequeñas empresas que utilizan envases y embalajes desechables ecológicos es demasiado reducida en comparación a los que no utilizan este tipo de materiales.

## Sección 2

En esta sección se encuentra una particularidad, ya que fueron enviados a esta sección únicamente aquellos que respondieron que actualmente se encuentran haciendo uso de los envases y embalajes desechables ecológicos. Es por ello por lo que solamente aparecen 5 micro y pequeñas empresas encuestadas.

### PREGUNTA No 26. ¿En qué casos utilizan este tipo de envases y embalajes desechables?

**Objetivo:** Conocer cuáles son los casos en que las micro y pequeñas empresas de foodservice, deciden utilizar envases y embalajes desechables.

| Alternativas   | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Cuando encontramos desechables ecológicos, los utilizamos para todos los pedidos para llevar y a domicilio | 1          | 20%           |
| Para llevar  | 1          | 20%           |
| Bebidas y bandejas de alimentos  | 1          | 20%           |
| Cuando se prepara un platillo para llevar  | 1          | 20%           |
| En el despacho de alimentos para llevar  | 1          | 20%           |
| <b>Total</b>   | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 40: Frecuencia de datos de pregunta No 26 (Fuente: pregunta N° 26 de encuesta a establecimientos)

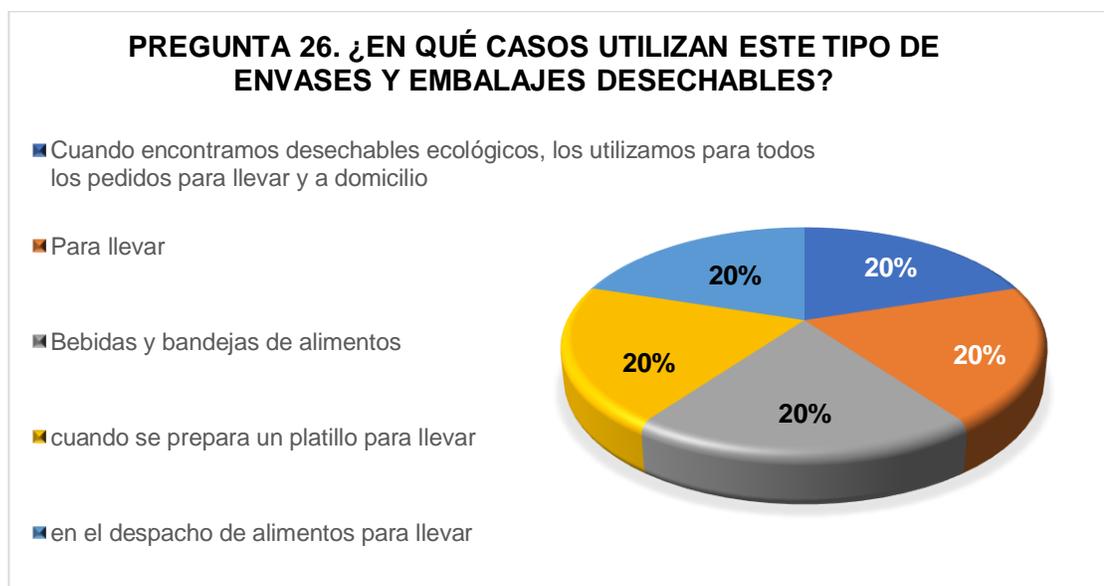


Gráfico 26: Representación de frecuencia pregunta 26 (Fuente: pregunta N° 26 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que cada una de las respuestas brindadas por los encuestados es diferente de las demás y dado que son 5 encuestados en este caso cada respuesta equivale a 20% sobre 100%.

**Análisis:** Las micro y pequeñas empresas que actualmente se encuentran utilizando envases y embalajes desechables ecológicos son limitadas, un total de 5 micro y pequeñas empresas y en esta pregunta en especial cada una actúa de forma distintiva. Por lo tanto, los porcentajes de respuesta quedan equitativamente distribuidos, siendo cada una de las respuestas: cuando encontramos desechables ecológicos los utilizamos para todos los pedidos para llevar y a domicilio, para llevar, bebidas (vasos) y bandejas de alimentos, cuando prepara un platillo para llevar, en el despacho de alimentos para llevar; por su equivalencia carecen de un orden específico en su mención ya que todos son igualmente relevantes. Pero en medio de todo podemos agrupar los puntos en común de las respuestas y asumir que casi todos utilizan los insumos desechables en las modalidades para llevar.

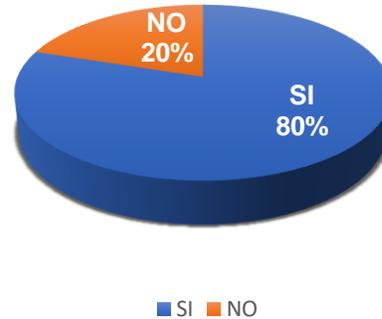
**PREGUNTA No 27. ¿Ha identificado preferencias de parte de sus clientes hacia los envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Identificar si los clientes que frecuentan estos establecimientos han mostrado o manifestado alguna preferencia hacia los envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 4          | 80%           |
| NO           | 1          | 20%           |
| <b>Total</b> | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

*Tabla 41: Frecuencia de datos de pregunta No 27 (Fuente: pregunta N° 27 de encuesta a establecimientos)*

**PREGUNTA N° 27. ¿HA IDENTIFICADO PREFERENCIAS DE PARTE DE SUS CLIENTES HACIA LOS ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ECOLÓGICOS?**



*Gráfico 27: Representación de frecuencia pregunta 27 (Fuente: pregunta N° 27 de encuesta a establecimientos)*

**Interpretación:** En este caso la gráfica revela que el 80% de los encuestados ha identifica preferencias de sus clientes hacia los envases y embalajes ecológicos, mientras que el 20% no ha identificado un comportamiento que pueda indicar predilección.

**Análisis:** Es un buen indicio hacia el cambio y la renovación que los clientes se manifiesten a favor de los envases y embalajes desechables ecológicos y esto solo puede saberse cuando, las micro y pequeñas empresas se arriesgan a utilizar este tipo de insumos. En el caso de las micro y pequeñas empresas que actualmente utilizan estos envases y embalajes desechables puede detectarse el comportamiento de los clientes con estos y en el caso de la empresa que no ha detectado ningún indicio de agrado puede deberse a la falta de observación o de interés hacia el comportamiento de los clientes.

**PREGUNTA No 28. Cuando utiliza envases y embalajes desechables ecológicos, ¿en alguna ocasión sus clientes han manifestado inconformidad por ello? Explique cuál en otros**

**Objetivo:** Identificar si a los clientes que se les brinda sus productos en envases y embalajes ecológicos, han manifestado inconformidad hacia esos insumos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| NO   | 4          | 80%           |
| SI   | 0          | 0%            |
| En algunas ocasiones prefieren material más fuerte | 1          | 20%           |
| <b>Total</b>                                       | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 42: Frecuencia de datos de pregunta No 28 (Fuente: pregunta N° 28 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 28: Representación de frecuencia pregunta 28 (Fuente: pregunta N° 28 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 80% de los encuestados no han tenido percances con sus clientes debido al uso de envase y embalajes desechables ecológicos, mientras que un 20% manifiesta que en algunas ocasiones ha recibido quejas gracias a la fragilidad del material en comparación a los tradicionales contaminantes.

**Análisis:** En este caso solo una de las micro y pequeñas empresas comparte que ha sufrido percances con sus clientes por la fragilidad de los materiales ecológicos, cosa que puede quedar sujeta a evaluación ya que o conocemos las circunstancias por las cuales el cliente sugirió que el material no era lo suficientemente resistente. Por otro lado, tenemos a 4 de 5 micro y pequeñas empresas que no han percibido inconformidad por parte de sus clientes ocasionado por el uso de estos materiales.

**PREGUNTA No 29. ¿Con qué frecuencia adquiere envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Identificar la frecuencia con la que adquieren envases y embalajes desechables ecológicos.

| Alternativa                                | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| Semanal (platos, vasos)                    | 2          | 40%           |
| Quincenal (Bandejas, tapaderas, cubiertos) | 2          | 40%           |
| Mensual (pajillas)                         | 1          | 20%           |
| <b>Total</b>                               | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 43: Frecuencia de datos de pregunta No 29 (Fuente: pregunta N° 29 de encuesta a establecimientos)

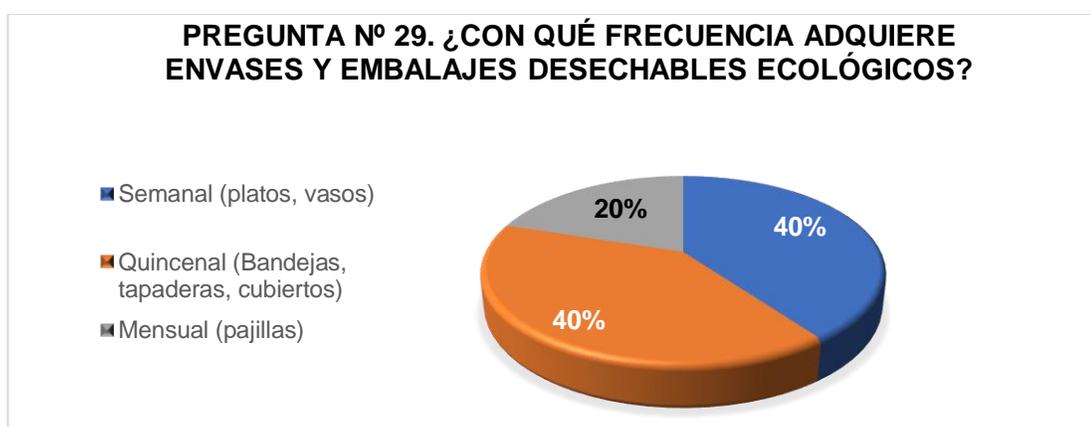


Gráfico 29: Representación de frecuencia pregunta 29 (Fuente: pregunta N° 29 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** Las adquisiciones de insumos se realizan de acuerdo con su utilización, como fue mencionado previamente, en el caso de los envases y embalajes, semanalmente se adquieren platos y vasos correspondientes a un 40%, quincenalmente se adquieren bandejas, tapaderas y cubiertos pertenecientes a un 40% y mensualmente se adquieren los lotes de pajillas biodegradables que corresponden al 20%

**Análisis:** Dado que son solo 5 las encuestas que fueron respondidas en este apartado los resultados se encuentran divididos de forma clara, permitiendo así ver que las adquisiciones de los insumos básicos se hacen de forma semanal, estos son los platos y vasos; seguidos de las tapaderas y cubiertos que se adquieren cada quince días y por ultimo las pajillas de forma mensual. Se puede notar una conducta moderada y similar a los patrones de adquisición de los que utilizan envases y embalajes desechables convencionales, lo cual indica que esto no influye de forma alguna sobre el consumo.

**PREGUNTA No 30 ¿Quiénes son sus proveedores nacionales de envases y embalajes ecológicos?**

**Objetivo:** Conocer los proveedores nacionales de envases y embalajes desechables ecológicos con los que cuentan las micro y pequeñas empresas.

| Alternativa      | Frecuencia | Porcentaje    |
|------------------|------------|---------------|
| Termo Encogibles | 2          | 40%           |
| Plásticos Moreno | 1          | 20%           |
| No hay uno fijo  | 1          | 20%           |
| Super Selectos   | 1          | 20%           |
| <b>Total</b>     | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 44: Frecuencia de datos de pregunta No 30 (Fuente: pregunta N° 30 de encuesta a establecimientos)

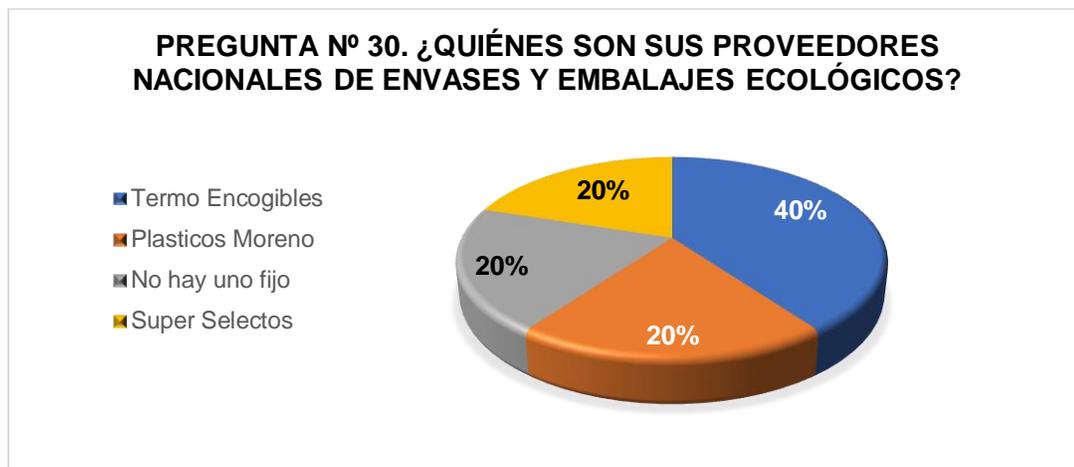


Gráfico 30: Representación de frecuencia pregunta 30 (Fuente: pregunta N° 30 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 40% de los encuestados cuentan con Termoencogibles como proveedor, luego Súper Selectos cuenta con 20%, Plásticos Moreno también con 20% y el otro 20% les pertenece a diversos proveedores puesto que la empresa no cuenta con proveedores fijos.

**Análisis:** Los datos indican que Termoencogibles se ha renovado con los productos plásticos que ofrece, en busca de la sostenibilidad ahora cuenta con productos ecológicos entre su amplia gama de productos. A diferencia de los demás proveedores que no son especializados, pero siempre cumplen con la función de abastecer a los comercios de los insumos que necesitan para servir sus productos.

**PREGUNTA No 31. ¿Cuenta con proveedores internacionales de envases y embalajes ecológicos? Mencione en otros**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas cuentan con proveedores de envases y embalajes ecológicos en mercados internacionales.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Si           | 0          | 0%            |
| No           | 5          | 100%          |
| <b>Total</b> | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 45: Frecuencia de datos de pregunta No 31 (Fuente: pregunta N° 31 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 31: Representación de frecuencia pregunta 31 (Fuente: pregunta N° 31 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** Como se puede apreciar en la gráfica, el 100% de los encuestados respondieron que no cuentan con proveedores internacionales.

**Análisis:** No es de extrañarse con esta respuesta contundente, ya que el nivel de las micro y pequeñas empresas no se encuentra en el rango desde el cual pueda realizar esa actividad fácilmente, por otro lado, no es imposible que la realice teniendo los conocimientos necesarios.

**PREGUNTA No 32. ¿Cuál el factor más influyente al momento de adquirir envases y embalajes ecológicos?**

**Objetivo:** Conocer cuál es el factor influyente al momento de adquirir los envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa            | Frecuencia | Porcentaje    |
|------------------------|------------|---------------|
| Costo                  | 2          | 40%           |
| Forma de adquisición   | 1          | 20%           |
| Responsabilidad social | 2          | 40%           |
| <b>Total</b>           | <b>5</b>   | <b>100.0%</b> |

Tabla 46: Frecuencia de datos de pregunta No 32 (Fuente: pregunta N° 32 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 32: Representación de frecuencia pregunta 32 (Fuente: pregunta N° 32 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que un 40% de la población encuestada considera la responsabilidad social como el factor más influyente al momento de seleccionar envases y embalajes desechables ecológicos, el otro 40% se ve influenciado por los costos y un 20% se ve influenciado por su forma de adquisición.

**Análisis:** Los datos de esta gráfica permiten ver que las opiniones entre las micro y pequeñas empresas difieren en cuanto a lo que debe contemplarse como el factor más influyente al momento de seleccionar los tipos de envases y embalajes que se utilizan en sus actividades comerciales. A pesar de que algunas micro y pequeñas empresas en verdad mantengan un compromiso social enfocado a la conservación del medio ambiente, muchas otras simplemente actúan por conveniencia económica u otros factores que los limitan.

### Sección 3

En esta sección se continúa aplicando para todo el público las encuestas. Así que los resultados vuelven a ser 75.

**PREGUNTA No 33. ¿Conoce sobre las ventajas de adquirir envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional? Especifique qué ventajas conoce en otros**

**Objetivo:** Identificar si conocen sobre las ventajas de adquirir envases y embalajes ecológicos en mercados internacionales.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--|------------|---------------|
| NO   | 68         | 91%           |
| SI   | 5          | 7%            |
| Una de las ventajas sería el impacto que esto tendría en el medio ambiente | 1          | 1%            |
| Existen otros materiales orgánicos y más resistentes. Por ejemplo, cartón  | 1          | 1%            |
| <b>Total</b>   | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 47: Frecuencia de datos de pregunta No 33 (Fuente: pregunta N° 33 de encuesta a establecimientos)

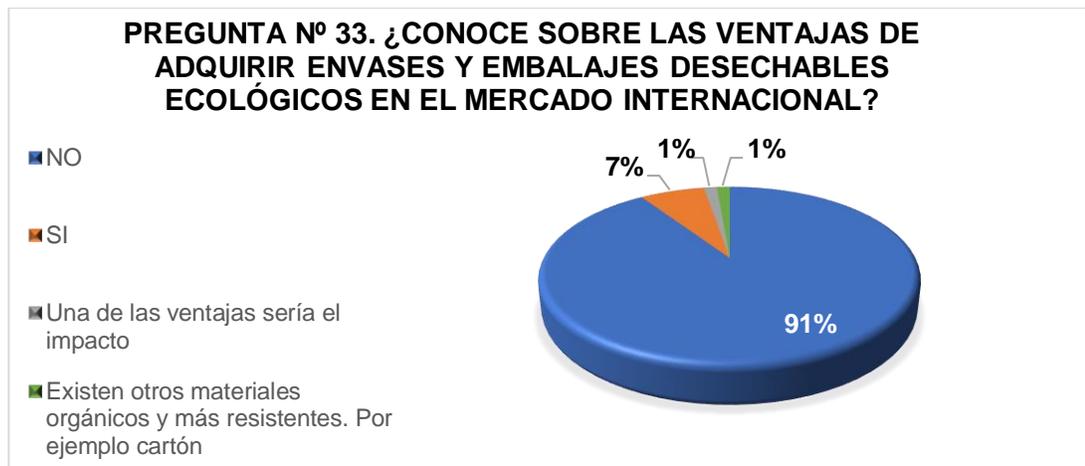


Gráfico 33: Representación de frecuencia pregunta 33 (Fuente: pregunta N° 33 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** En la gráfica se puede observar que el 91% de los encuestados no conoce las ventajas de adquirir envases y embalajes desechables ecológicos, mientras que un 7% afirma que las conoce y un 2% comparte las ventajas que conoce.

**Análisis:** Podríamos decir que las ventajas de adquirir estos productos no son de conocimiento de los empresarios y eso es un obstáculo en el camino del cambio, porque no permite que los propietarios se animen a implementar el uso de los materiales ecológicos en sus negocios. La falta de información nuevamente salta a la luz con las respuestas compartidas por los encuestados.

**PREGUNTA No 34. ¿Estaría interesado en adquirir envases y embalajes desechables ecológicos del mercado internacional?**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice, están interesados en adquirir envases y embalajes ecológicos en mercados internacionales.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| NO           | 30         | 40%           |
| SI           | 45         | 60%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 48: Frecuencia de datos de pregunta No 34 (Fuente: pregunta N° 34 de encuesta a establecimientos)



Gráfico 34: Representación de frecuencia pregunta 34 (Fuente: pregunta N° 34 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica revela que el 60% de los encuestados están interesados en adquirir envases y embalajes desechables ecológicos del mercado internacional, mientras que el 40% restante no se ve interesado en dicho cometido.

**Análisis:** Es muy bueno que la mayoría de los encuestados muestren interés en la adquisición de envases y embalajes desechables ecológicos del mercado

internacional, ya que, si buscan dar un paso hacia la renovación, por el momento es el mercado internacional el que ofrece una gama más extensa de productos, aunque los precios por volumen sean un pequeño problema que superar.

**PREGUNTA No 35. ¿Posee conocimiento sobre el proceso de importación de envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Conocer si poseen conocimientos previos sobre el proceso de importación de envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| NO           | 74         | 99%           |
| SI           | 1          | 1%            |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 49: Frecuencia de datos de pregunta No 35 (Fuente: pregunta N° 35 de encuesta a establecimientos)

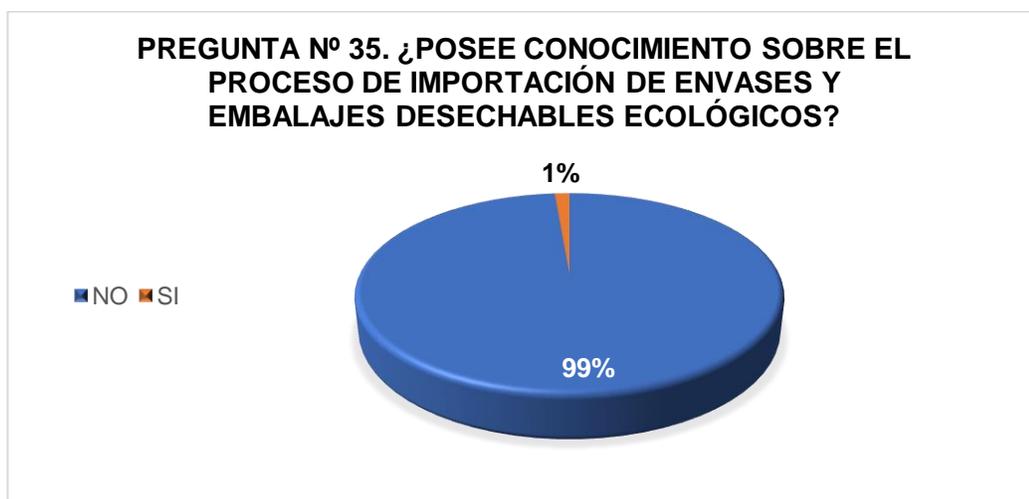


Gráfico 35: Representación de frecuencia pregunta 35 (Fuente: pregunta N° 35 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica demuestra que el 99% de los encuestados no poseen conocimiento sobre el proceso de importación de envases y embalajes desechables ecológicos, mientras que el 1% si posee conocimiento sobre el tema.

**Análisis:** Esto no significa precisamente algo malo, ya que se puede tomar como una oportunidad para aprender algo nuevo y productivo que a la larga puede servir de mucho. Es mínimo el porcentaje de encuestados que, si conocen del tema, pero siempre si el interés existe las formas para informarse son diversas.

**PREGUNTA No 36. ¿Estaría dispuesto a informarse sobre los requerimientos necesarios para hacer importaciones de envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Conocer si las micro y pequeñas empresas de foodservice están dispuestas a informarse sobre los requerimientos necesarios para hacer importación de envases y embalajes desechables.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| NO           | 1          | 1%            |
| SI           | 74         | 99%           |
| <b>Total</b> | <b>75</b>  | <b>100.0%</b> |

Tabla 50: Frecuencia de datos de pregunta No 36 (Fuente: pregunta N° 36 de encuesta a establecimientos)

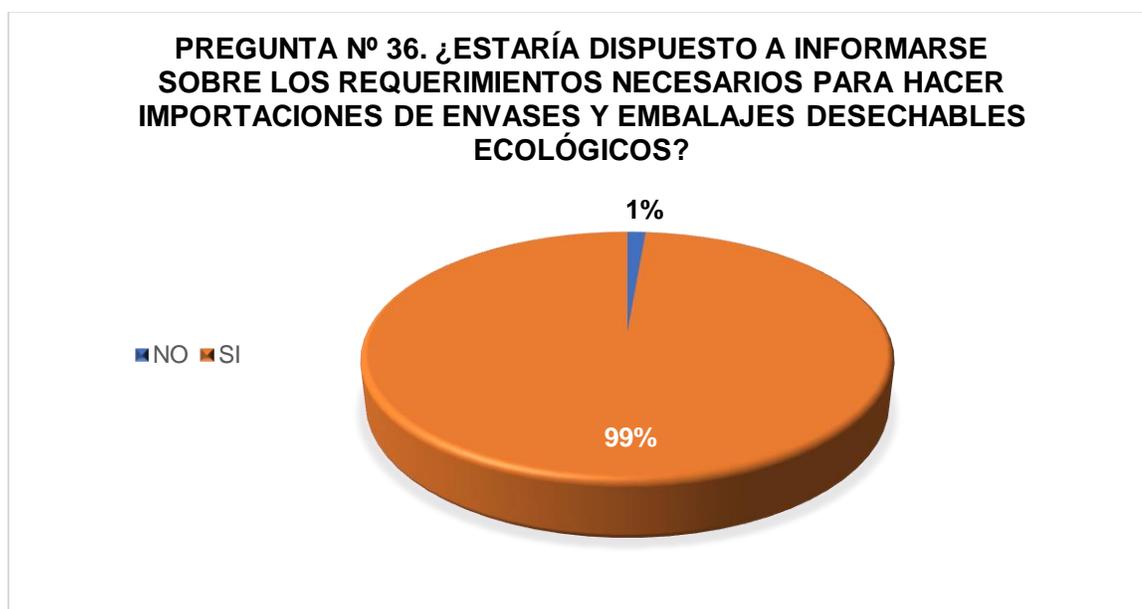


Gráfico 36: Representación de frecuencia pregunta 36 (Fuente: pregunta N° 36 de encuesta a establecimientos)

**Interpretación:** La gráfica muestra que del total de los encuestados el 99% estaría dispuesto a informarse sobre los requerimientos para llevar a cabo importaciones de envases y embalajes ecológicos, mientras que solo el 1% no se muestra interesado en informarse, ya que posee conocimientos previos.

**Análisis:** Los datos indican aceptación hacia la educación e información sobre los procesos de importación, puesto que nunca es malo aprender algo que en el futuro puede ser de beneficio para las micro y pequeñas empresas.

### 5.1.2 Resultados del estudio de mercado realizado a los clientes de las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután

#### PREGUNTA No 1. ¿A qué departamento pertenece?

**Objetivo:** Identificar el departamento de residencia de los encuestados.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| San Miguel   | 256        | 67%           |
| Usulután     | 128        | 33%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 51: Frecuencia de datos de pregunta No 1 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 1 de estudio de mercado)



Gráfico 37: Representación de frecuencia pregunta 1 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 1 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica se muestra que un 67% de los encuestados pertenecen a la ciudad de San Miguel, mientras que el 33% restante son residentes de la ciudad de Usulután.

**Análisis:** La mayor cantidad de encuestados residen en la cabecera departamental de San Miguel viéndose una menor cantidad de residentes encuestados para la cabecera departamental de Usulután. Debido a la diferencia en la demografía entre cabeceras departamentales.

## PREGUNTA No 2. Género

**Objetivo:** Identificar el género de las personas que se están encuestando.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Hombre       | 187        | 49%           |
| Mujer        | 197        | 51%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 52: Frecuencia de datos de pregunta No 2 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 2 de estudio de mercado)

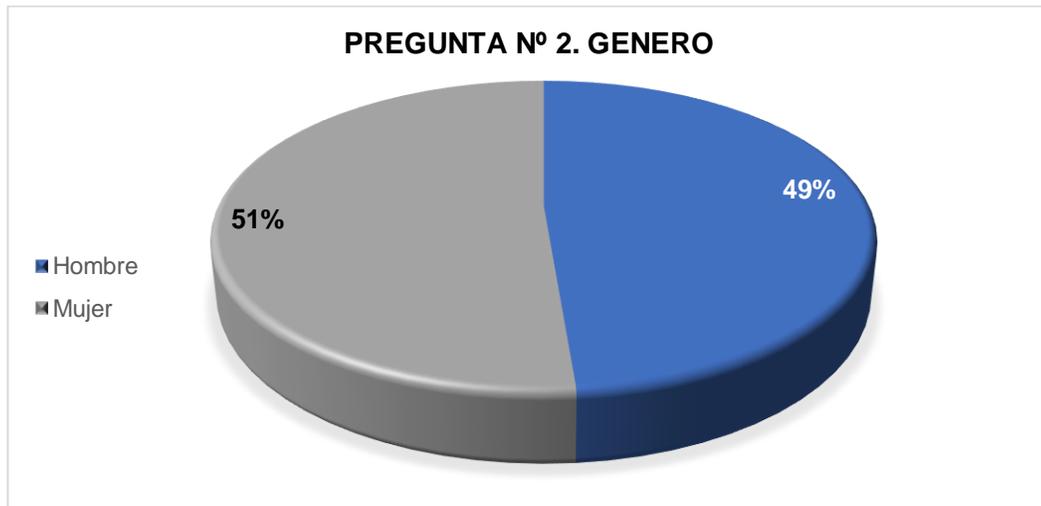


Gráfico 38: Representación de frecuencia pregunta 2 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 2 de estudio de mercado)

**Interpretación:** La gráfica muestra que el 51% de encuestados son mujeres, mientras el 49% restante son hombres.

**Análisis:** Aunque la diferencia es mínima, el porcentaje de personas del género femenino que llenaron la encuesta es mayor al porcentaje masculino. Podemos deducir que los clientes de estos establecimientos se encuentran muy equilibrados entre hombres y mujeres.

### PREGUNTA No 3. ¿Qué edad tiene?

**Objetivo:** Conocer las edades de las personas que forman parte de la muestra.

| Alternativa         | Frecuencia | Porcentaje    |
|---------------------|------------|---------------|
| Menos de 10 años    | 3          | 1%            |
| Entre 10 a 25 años  | 177        | 46%           |
| Entre 26 a 40 años  | 165        | 43%           |
| Entre 41 a 55 años  | 28         | 7%            |
| Entre 56 años a más | 11         | 3%            |
| <b>Total</b>        | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 53: Frecuencia de datos de pregunta No 3 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 3 de estudio de mercado)

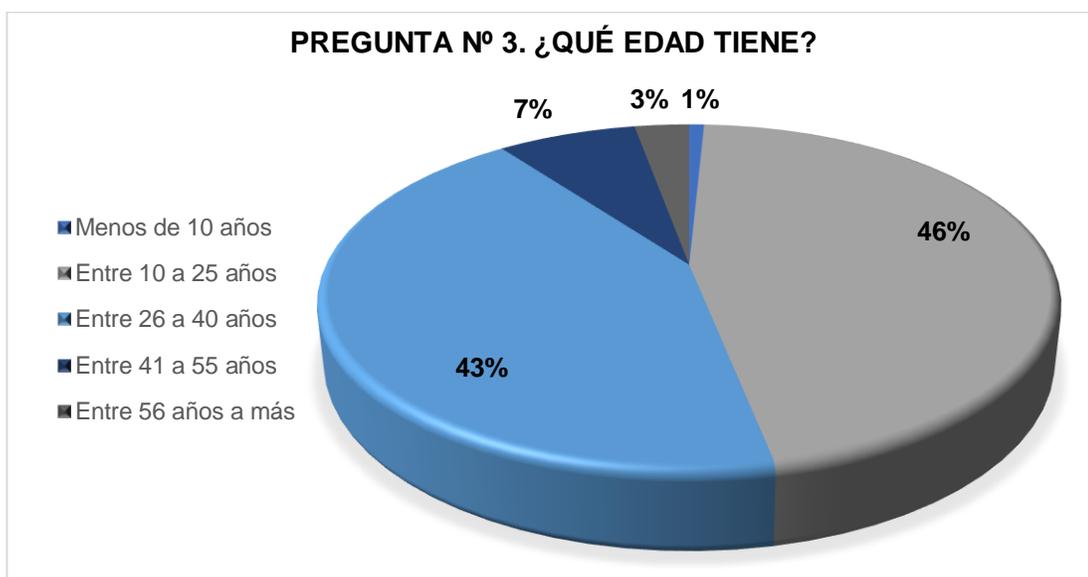


Gráfico 39: Representación de frecuencia pregunta 3 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 3 de estudio de mercado)

**Interpretación:** La gráfica anterior muestra las edades de las personas encuestadas, un 46% se encuentran entre 10 a 25 años, un 43% se encuentran entre 26 y 40 años, un 7% entre 41 a 55 años, un 3% entre 56 años a más y un 1% menores de 10 años.

**Análisis:** Los mayores porcentajes pertenecen a los rangos de entre 10 a 25 y entre 26 a 40 años, con un porcentaje de 46% y 43% respectivamente, que en total suman el 89% de la población encuestada, esto indica que los clientes de los establecimientos de foodservice en su mayoría oscilan entre los 10 a los 40 años, mientras que solo un 11% representa a los demás rangos de edades.

**PREGUNTA No 4. ¿En alguna ocasión o más de una a visitado Usted un restaurante o café local?**

**Objetivo:** Identificar si las personas encuestadas han visitado alguna vez los establecimientos de foodservice.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 384        | 100%          |
| NO           | 0          | 0%            |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 54: Frecuencia de datos de pregunta No 4 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 4 de estudio de mercado)



Gráfico 40: Representación de frecuencia pregunta 4 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 4 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica anterior se muestra que el 100% de los encuestados visitan los establecimientos de foodservice.

**Análisis:** Según los datos brindados por la gráfica, todas las personas que formaron parte de la población encuestada visitan los establecimientos de foodservice.

### PREGUNTA No 5. ¿Con qué frecuencia acude a este tipo de establecimientos?

**Objetivo:** Conocer la frecuencia en que los encuestados visitan los establecimientos de foodservice.

| Alternativa               | Frecuencia | Porcentaje    |
|---------------------------|------------|---------------|
| Todos los días            | 191        | 50%           |
| Una vez por semana        | 129        | 34%           |
| De 2 a 3 veces por semana | 52         | 13%           |
| De 4 a 6 veces por semana | 12         | 3%            |
| <b>Total</b>              | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 55: Frecuencia de datos de pregunta No 5 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 5 de estudio de mercado)

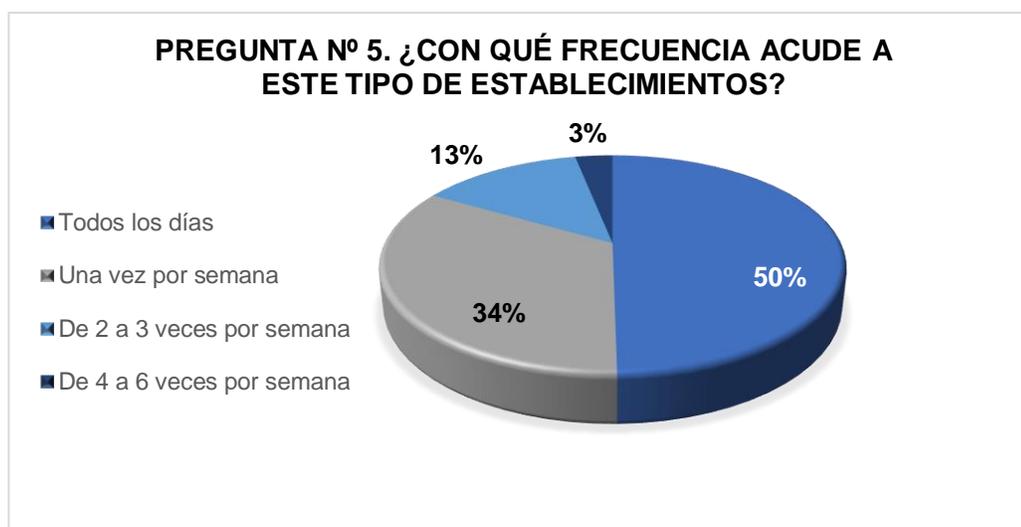


Gráfico 41: Representación de frecuencia pregunta 5 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 5 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica anterior se muestra la frecuencia con que los encuestados visitan los establecimientos de foodservice, un 50% los visita todos los días, 34% una vez por semana, el 13% de 2 a 3 veces por semana y un 3% 4 a 6 veces por semana.

**Análisis:** Los datos recopilados muestran que el 50% de los encuestados acuden a establecimientos de foodservice todos los días, mientras que un 34% lo hacen 1 vez por semana, aunque la mayor parte de los encuestados visitan frecuentemente estos establecimientos, el segundo porcentaje más alto lo hace con mucho menos frecuencia. Luego los demás porcentajes solo confirman que los establecimientos de foodservice poseen mucha afluencia de personas.

**PREGUNTA No 6. ¿Qué factor considera más importante al momento de decidir que establecimiento visitar?**

**Objetivo:** Conocer el factor que toman en cuenta los consumidores al momento de visitar estos establecimientos.

| Alternativa                                   | Frecuencia | Porcentaje    |
|---|------------|---------------|
| Buen ambiente                                 | 82         | 21%           |
| Calidad de Producto                           | 87         | 23%           |
| Precios accesibles                            | 141        | 37%           |
| Compromiso medioambiental del establecimiento | 74         | 19%           |
| <b>Total</b>                                  | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 56: Frecuencia de datos de pregunta No 6 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 6 de estudio de mercado)

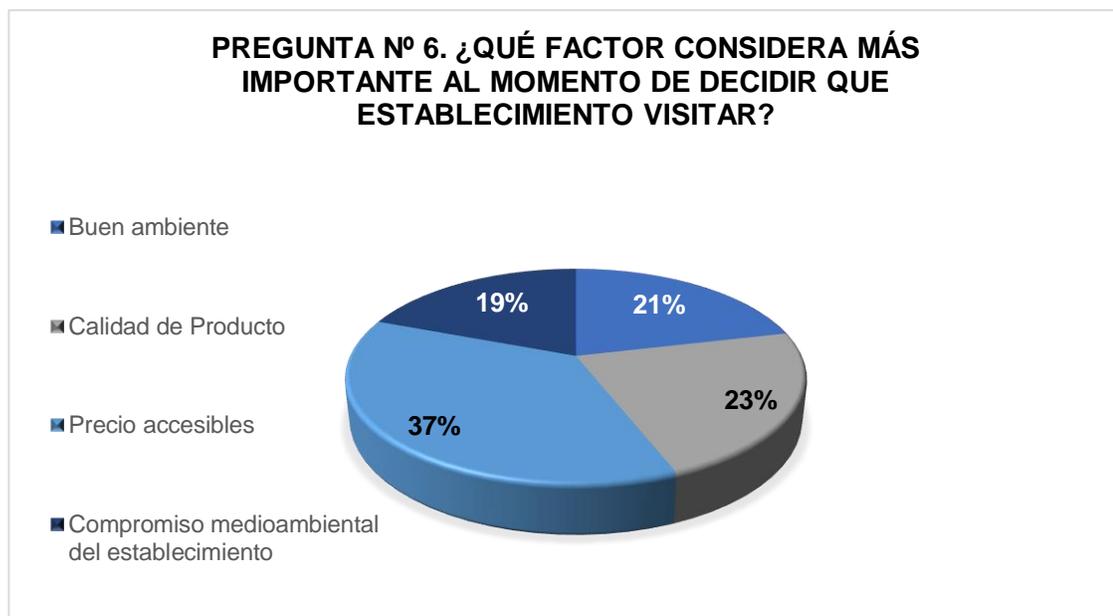


Gráfico 42: Representación de frecuencia pregunta 6 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 6 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica anterior se muestra que el 37% de los encuestados consideran los precios accesibles como el factor más importante al momento de decidir qué establecimiento visitar, mientras que el 23% considera la calidad del producto, el 21% es influenciado por el buen ambiente y solo el 19% piensa en el compromiso ambiental asumido por el establecimiento.

**Análisis:** El mayor porcentaje de los encuestados son influenciados por los precios del consumo de los locales que foodservice para decidir a cuál deben acudir, este

comportamiento es común en una sociedad de consumo, pero también podemos notar que tanto la calidad del producto, como el buen ambiente del local están por encima del compromiso ambiental que muchos establecimientos asumen al ser conscientes de la contaminación que generan sus operaciones. Al consumidor poco le interesa la responsabilidad social de las micro y pequeñas empresas que frecuentan, sin embargo, esto puede ser influenciado por otros factores.

**PREGUNTA No 7. ¿Sabía usted que los envases y embalajes desechables contaminan el medio ambiente?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados tienen conocimientos sobre la contaminación que generan los envases y embalajes desechables.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 230        | 60%           |
| NO           | 154        | 40%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 57: Frecuencia de datos de pregunta No 7 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 7 de estudio de mercado)

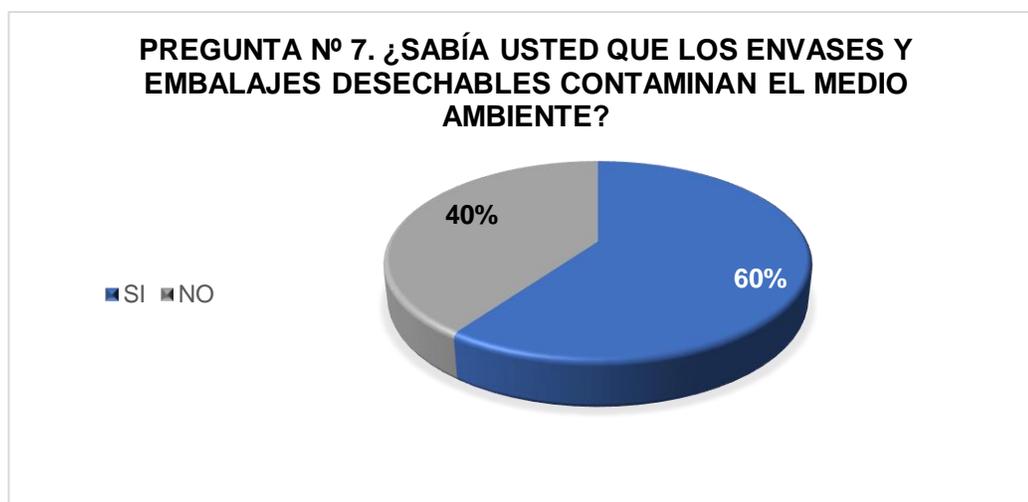


Gráfico 43: Representación de frecuencia pregunta 7 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 7 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica anterior se muestra que el 60% de los encuestados tienen conocimiento sobre la contaminación generada por envases y embalajes desechables, mientras un 40% lo desconoce.

**Análisis:** El mayor porcentaje de personas encuestadas son conscientes de la contaminación generada a partir de los envases y embalajes desechables, mientras que 40% dice desconocerlo. No podemos garantizar que las respuestas tengan un rango definido de lo que se puede llamar conocimiento así que asumiremos que los que dicen ignorar la contaminación generada por estos desechos, es porque no conocen sobre ello a profundidad.

**PREGUNTA No 8. ¿Conoce usted los envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados tiene conocimiento de la existencia de envases y embalajes desechables ecológicos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 228        | 59%           |
| NO           | 156        | 41%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 58: Frecuencia de datos de pregunta No 8 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 8 de estudio de mercado)

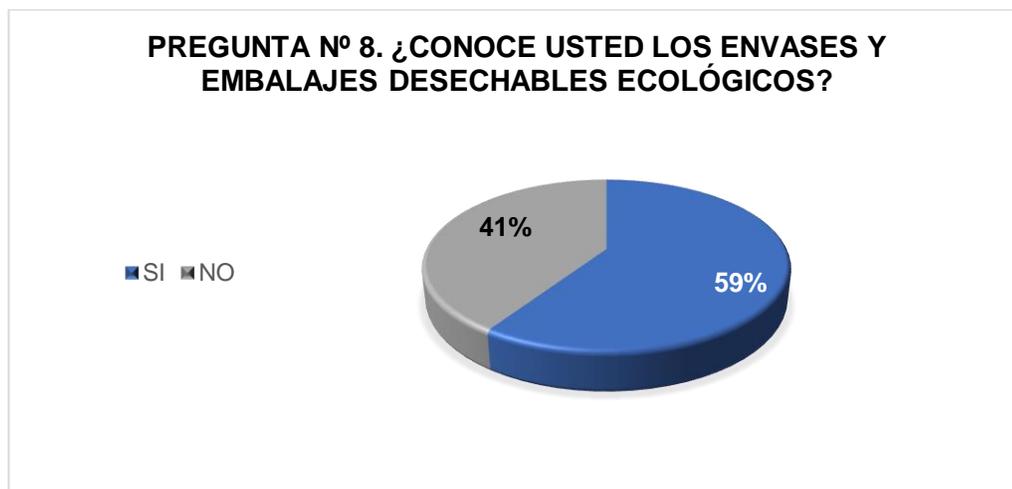


Gráfico 44: Representación de frecuencia pregunta 8 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 8 de estudio de mercado)

**Interpretación:** La gráfica anterior muestra que el 59% conoce la existencia de envases y embalajes desechables ecológicos, mientras 41% no conoce de la existencia de estos desechables.

**Análisis:** Aunque existe una ligera diferencia entre el porcentaje de personas que conocen los desechables y los que no los conocen, están muy equiparados el uno con

el otro. Esto es bueno tomando en cuenta que gran parte de las personas ya están informadas sobre la existencia de estos materiales.

**PREGUNTA No 9. ¿Sabe usted si el o los establecimientos que frecuenta utilizan envases y embalajes desechables ecológicos?**

**Objetivo:** Identificar si es del conocimiento de los encuestados, si las micro y pequeñas empresas de foodservice que frecuentan utilizan envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa            | Frecuencia | Porcentaje    |
|------------------------|------------|---------------|
| No utiliza             | 105        | 46%           |
| Sí utiliza             | 33         | 15%           |
| Algunas veces utilizan | 90         | 39%           |
| <b>Total</b>           | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 59: Frecuencia de datos de pregunta No 9 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 9 de estudio de mercado)

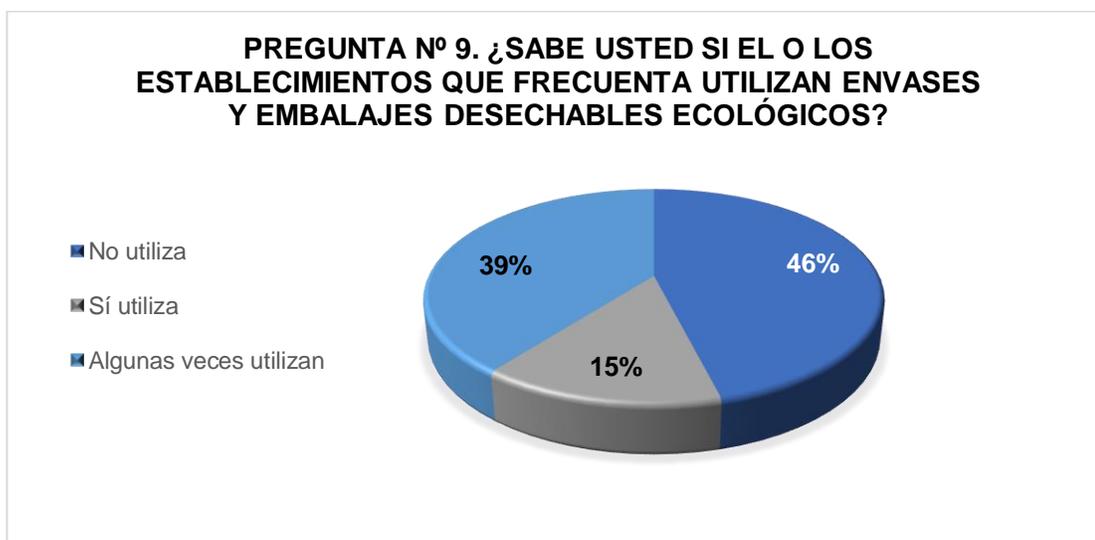


Gráfico 45: Representación de frecuencia pregunta 9 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 9 de estudio de mercado)

**Interpretación:** Podemos observar en la gráfica que un 46% de los encuestados afirma que los establecimientos que frecuenta no utilizan envases y embalajes ecológicos, el 39% afirma que algunas veces utilizan envases y embalajes desechables ecológicos, mientras que solo el 15% afirma que los establecimientos que frecuenta sí utilizan este tipo de envases y embalajes.

**Análisis:** Los datos brindados por esta gráfica permiten notar que, aunque el mayor porcentaje de los establecimientos no utilizan envases y embalajes desechables

ecológicos, un porcentaje bastante considerable los utiliza ocasionalmente, mientras que un pequeño 15% sí utiliza este tipo de materiales.

**PREGUNTA No 10. ¿Le gustaría que los establecimientos de foodservice utilizaran únicamente envases y embalajes ecológicos para reducir el impacto ambiental negativo causado?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados están de acuerdo con que los establecimientos de foodservice utilicen únicamente los envases y embalajes ecológicos, para reducir los desechables tradicionales en nuestro ecosistema.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| SI           | 190        | 83%           |
| NO           | 38         | 17%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 60: Frecuencia de datos de pregunta No 10 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 10 de estudio de mercado)

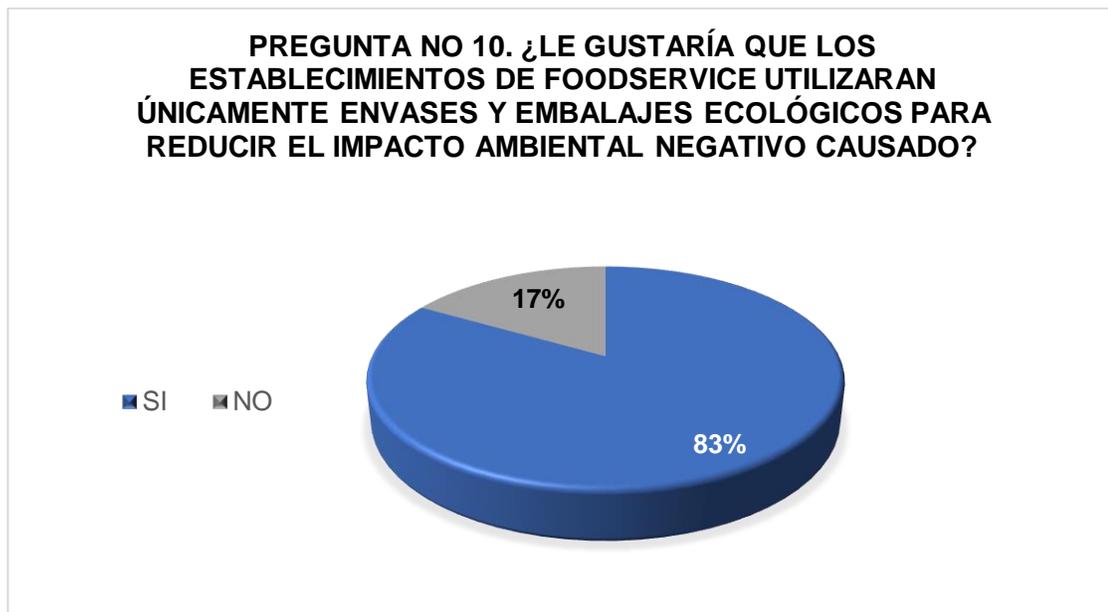


Gráfico 46: Representación de frecuencia pregunta 10 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 10 de estudio de mercado)

**Interpretación:** En la gráfica anterior al 83% del total de encuestados le gustaría que los establecimientos de foodservice utilizaran únicamente envases y embalajes ecológicos, mientras al 17% restante no le gustaría.

**Análisis:** Un porcentaje muy considerable de encuestados manifiestan estar de acuerdo con que los establecimientos de foodservice sustituyan los envases y embalajes tradicionales por unos ecológicos.

**PREGUNTA No 11. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más si las micro y pequeñas empresas de foodservice tomaran la decisión de implementar los envases y embalajes ecológicos para contribuir a la conservación del medio ambiente?**

**Objetivo:** Conocer si los encuestados están dispuestos a pagar un poco más, si las micro y pequeñas empresas de foodservice utilizan únicamente envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje    |
|--------------|------------|---------------|
| Sí           | 23         | 12%           |
| No           | 111        | 59%           |
| Tal vez      | 55         | 29%           |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 61: Frecuencia de datos de pregunta No 11 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 11 de estudio de mercado)

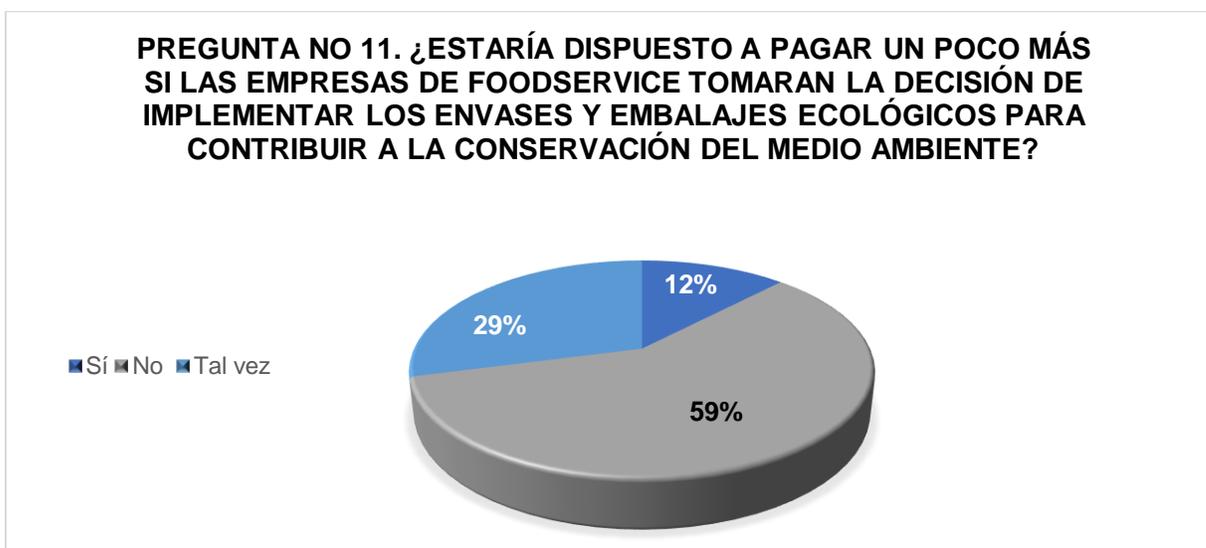


Gráfico 47: Representación de frecuencia pregunta 11 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 11 de estudio de mercado)

**Interpretación:** La gráfica anterior muestra que el 59% de los encuestados no estarían dispuestos a pagar un poco más si los establecimientos de foodservice únicamente implementaran los envases y embalajes ecológicos para contribuir a la

conservación del medio ambiente, un 29% tal vez estarían dispuestos y un 12% si estuviese dispuesto.

**Análisis:** El mayor porcentaje de los encuestados no están de acuerdo con pagar un poco más por los productos de los establecimientos de foodservice si estos implementan el uso de envases y embalajes desechables en su servicio.

**PREGUNTA No 12. Según su respuesta anterior ¿Qué tanto más estaría dispuesto a pagar?**

**Objetivo:** Identificar el precio de más que estarían dispuesto a pagar los encuestados si las micro y pequeñas empresas de foodservice implementaran envases y embalajes ecológicos.

| Alternativa         | Frecuencia | Porcentaje    |
|---------------------|------------|---------------|
| Hasta \$0.25        | 42         | 27%           |
| Hasta \$0.50        | 65         | 42%           |
| Hasta \$0.75        | 19         | 12%           |
| Hasta \$1.00        | 16         | 10%           |
| Hasta más de \$1.00 | 14         | 9%            |
| <b>Total</b>        | <b>384</b> | <b>100.0%</b> |

Tabla 62: Frecuencia de datos de pregunta No 12 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 12 de estudio de mercado)



Gráfico 48: Representación de frecuencia pregunta 12 de estudio de mercado (Fuente: pregunta N° 12 de estudio de mercado)

**Interpretación:** La gráfica anterior muestra que el 42% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$0.50 más si las micro y pequeñas empresas implementaran únicamente envases y embalajes ecológicos, seguido de un 27% que estaría dispuesta a

pagar \$0.25 más, un 12% que estaría dispuesto a pagar \$0.75, un 10% que estaría dispuesto a pagar \$1.00 y un 9% que estaría dispuesto a pagar más de \$1.00 dólar.

**Análisis:** La mayoría de las personas encuestadas estarían dispuesta a pagar cincuentas centavos más por el producto, seguido de una cantidad poco menor de encuestados que estaría dispuesta a pagar veinticinco centavos y los porcentajes restantes de encuestados que son menor al anterior estarías dispuesto a pagar entre setenta y cinco, un dólar y más de un dólar.

## **5.2 DIAGNÓSTICO**

### **5.2.1 Diagrama de Ishikawa**

El Diagrama de Ishikawa o Diagrama de Causa Efecto (conocido también como Diagrama de Espina de Pescado dada su estructura) consiste en una representación gráfica que permite visualizar las causas que explican un determinado problema, lo cual la convierte en una herramienta de la Gestión de la Calidad ampliamente utilizada dado que orienta la toma de decisiones al abordar las bases que determinan un desempeño deficiente.

Para esta investigación es conveniente este análisis si se consideran todos los aspectos que se contemplaron desde el principio del planteamiento del problema de investigación. Una vez que los datos son recopilados se procede a ubicar los aspectos más importantes que se identificaron dentro del diseño del diagrama espina de pescado.

A continuación, se muestra el Diagrama de Ishikawa y posteriormente se explica qué implica cada punto que se plantea dentro del diagrama.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Jeison. (2018). Diagrama de Ishikawa. Obtenido de Qualiex: <https://blogdelacalidad.com/diagrama-de-ishikawa/>

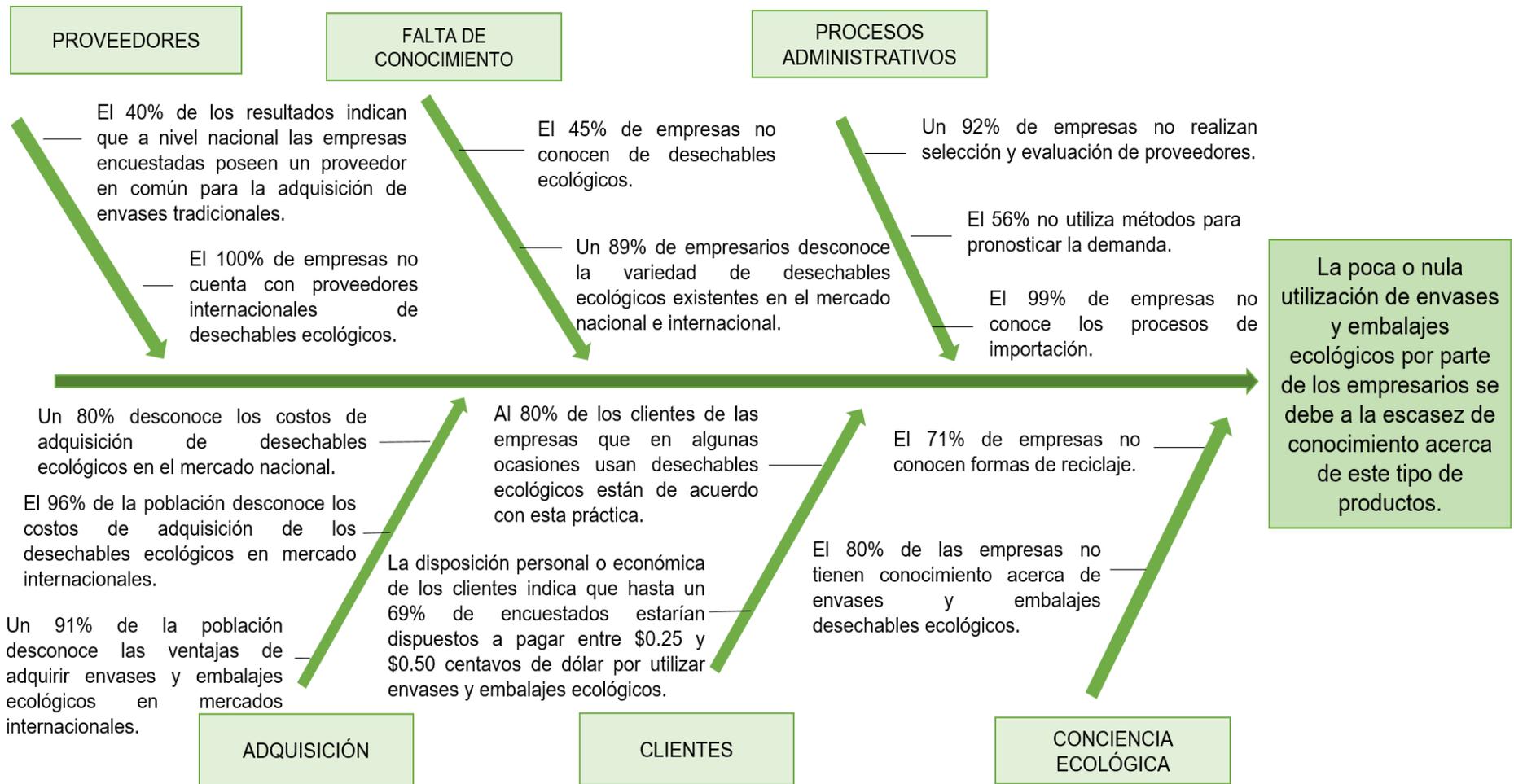


Ilustración 1 Diagrama de Ishikawa

## 5.2.2 Interpretación de diagrama de Ishikawa

### Proveedores

- 1) **El 40% de las empresas encuestadas poseen al menos un proveedor en común a nivel nacional**

Dentro de los procesos que cada una de las empresas encuestadas llevan a cabo para su abastecimiento se pudo determinar que al menos un 40% de la muestra tienen proveedores en común, y sea por los precios, accesibilidad u otros aspectos que los beneficien como empresas de este rubro.

- 2) **El 100% de empresas no cuentan con proveedores internacionales de desechables ecológicos:**

Debido a que ninguno de los encuestados realiza trámites de importación y se dedican a adquirir sus productos solamente en el mercado nacional, ninguno de estos adquiere los insumos ecológicos necesarios para brindar los alimentos a los clientes de parte de vendedores en otros países

### Falta de conocimiento

- 1) **No poseen conocimiento sobre desechables ecológicos:** los empresarios y encargados encuestados pertenecientes a un 45% no tienen un amplio conocimiento sobre envases y embalajes desechables ecológicos, algunos ni siquiera saben de su existencia ni lo relacionado con ello. Lo cual concuerda con la hipótesis de investigación planteada en la investigación.
- 2) **Ignoran en un 89% la variedad de desechables ecológicos que se encuentran en el mercado actualmente:**

Dentro de los avances en la tecnología y la responsabilidad social con el medio ambiente, cada vez se incrementan los procesos para fabricar diferentes envases y embalajes ecológicos a través de prácticas de laboratorio y de otra índole, sin embargo, hasta un 89% de los encuestados desconoce esto y de igual manera desconoce cada posible variante de estos envases, los que podrían satisfacer las necesidades que los mismos envases tradicionales.

## Procedimientos administrativos

- 1) **No realizan selección y evaluación de proveedores:** al ser empresas pequeñas muchas de ellas no cuentan con los conocimientos ni el recurso humano para realizar muchos de los procesos administrativos referentes a la logística de abastecimiento de las empresas de este tipo. Esto influye también al que no necesiten partir en base a una cartera de proveedores para seleccionar los idóneos, llegando al punto en que un 92% de las empresas encuestadas no realizan ningún tipo de selección y/o evaluación de proveedores.
- 2) **No utilizan ningún método de cálculo de demanda:** La falta de conocimiento no les permite a un 56% de las empresas manejar el pronóstico de la demanda de manera eficiente para controlar las cantidades de envases y embalajes que deben adquirir periódicamente y por ello tienden a realizarlo de forma empírica.
- 3) **No conoce los procesos de importación**  
Los procesos de importación son detalles que, si bien están abiertos al público hasta cierto punto, cada uno de los detalles que esto conlleva son de total ignorancia para el 99% de las empresas, esto debido a que no son temas que les generen beneficios a la actualidad, por lo que no se informan sobre ello, ni sobre los posibles beneficios que esto podría traer a cada establecimiento.

## Adquisición

- 1) **Desconocen los costos de adquisición de envases ecológicos en el mercado nacional**  
Debido a la demanda de estos productos en las diferentes áreas dentro del país se pueden encontrar en diversos establecimientos, y aun con este punto a favor el 80% de encuestados desconocen sus costos en el mercado nacional.
- 2) **Desconocen los costos de adquisición de envases ecológicos en el mercado internacional**  
El 96% de empresas encuestadas jamás ha indagado sobre los precios que pueden tener estos productos en el mercado internacional, por lo que tienen menos conocimientos sobre estos y disminuye la oportunidad de adquirirlos a empresas internacionales que podrían brindar precios más satisfactorios y variedad en los artículos.

### **3) Desconocen las ventajas de adquirir envases ecológicos en el mercado internacional.**

Como todo producto internacionalizado posee beneficios y riesgos para quienes lo adquieren, en los casos de envases y embalajes ecológicos tiene entre los principales beneficios una reducción en los costos de adquisición, entre otras posibles ventajas que deberán ser evaluadas a fondo, sin embargo, el 91% de las empresas lo desconocen totalmente.

## **Clientes**

### **1) Están de acuerdo en el uso de este tipo de envases en los establecimientos**

Los establecimientos de food service que brindan sus alimentos en envases y embalajes ecológicos tienen conocimiento que los clientes son conscientes del impacto negativo de los envases tradicionales, a través del estudio de mercado se pudo determinar que el 80% de los clientes están de acuerdo con el uso de envases ecológicos biodegradables amigables con el medio ambiente.

### **2) Esta dispuestos a pagar una cantidad de dinero extra por utilizar materiales menos contaminantes**

El uso de este tipo de envases si bien trae beneficios al medio ambiente al recibir una cantidad menor de contaminantes, puede ser perjudicial para las empresas debido a sus costos de adquisición, por lo que estos se deben ver reflejados en los precios que son dados al clientes para adquirir los alimentos dentro de los establecimientos, de acuerdo con el estudio de mercado un 69% de los clientes están dispuestos a pagar una cantidad de dinero extra por el uso de estos insumos, los restantes aportan a una minoría que si bien también quisieran pagar, serian valores más reducidos.

## **Conciencia ecológica**

### **1) No conocen formas de reciclaje**

Los resultados de las encuestas realizadas a las empresas muestran que dentro de la forma en que sus desechos son arrojados al depósito sanitario correspondiente, el 71% desconoce las formas de reciclaje y separación de residuos.

**2) Tienen poco o nulo conocimiento acerca de envases y embalajes ecológicos**

Las empresas tienen dentro de su principal objetivo el generar ganancias, por lo que muchos de sus procesos están estandarizados y la mayoría de los insumos que requieren son adquiridos de forma en que sean los más económicos, y según la investigación al menos un 80% de estas tienen total ignorancia de la importancia o de los beneficios que podría traer tanto al establecimiento como al medio ambiente el uso de envases y embalajes ecológicos.

### 5.3 Comprobación de la hipótesis

| Enunciado de la Hipótesis   | Variable Dependiente  | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas   | Respuestas  |
|---|---|------------------------|----------------------------|---|---|
| <p>La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos por parte de los empresarios del sector foodservice se debe a la escasez de conocimiento acerca de este tipo de producto.</p> | <p>La poca o nula utilización de envases y embalajes ecológicos</p> |                        | <p>Usos</p>                | <p>¿Cuáles son las modalidades de servicio con las que cuenta?</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1% Consumo local, entregas a domicilio</li> <li>- 67% Consumo local, Para llevar</li> <li>- 32% Consumo local, para llevar, Entregas a domicilio</li> </ul>  |
|   |   |                        |                            | <p>¿En qué modalidad de servicio utiliza envases y embalajes desechables?</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 19% Consumo local, entrega a domicilio</li> <li>- 9% Consumo local, para llevar</li> <li>- 32% Consumo local, para llevar, entregas a domicilio</li> <li>- 40% Para llevar</li> </ul>                |
|   |   |                        |                            | <p>Si utiliza envases y embalajes desechables para servir los alimentos en la modalidad de consumo local ¿qué tratamiento reciben estos residuos?</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 70% Son desechados como basura Común.</li> <li>- 22% Son reciclados.</li> <li>- 1% Se desecha en contenedores separados.</li> <li>- 2% No sirven en desechables.</li> <li>- 0% Otro _____</li> </ul> |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Dependiente | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas   | - Respuestas  |
|---------------------------|----------------------|------------------------|----------------------------|---|---|
|                           |                      |                        | Clases                     | ¿Qué clase de envases y embalajes desechables utiliza para servir los alimentos que ofrece? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 52% Platos, Bandejas, Vasos, Cubiertos.</li> <li>- 5,3% Tapaderas.</li> <li>- 6,7% Pajillas.</li> <li>- 36% Servilletas bolsas</li> </ul>  |
|                           |                      |                        | Proveedores                | ¿Quiénes son sus proveedores nacionales?  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2,7% comercial el rodeo</li> <li>- 16% Despensa familiar</li> <li>- 10.7% Termo encogibles</li> <li>- 14.7% Tienda Galo</li> <li>- 30.7% tienda mayorista</li> <li>- 5.3% Plásticos moreno</li> <li>- 2.7% Plástico limeño</li> <li>- 8% súper selectos</li> <li>- 1.3% Thermo Plast</li> <li>- 6.7% Maxidespensa</li> <li>- 1.3% Tienda Meléndez</li> </ul> |
|                           |                      |                        |                            | ¿Cuenta con proveedores internacionales? Mencione   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 97% No</li> <li>- 2% Sí</li> <li>- 1% Carne Nicaragua</li> </ul>   |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Dependiente | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas   | Respuestas  |
|---------------------------|----------------------|------------------------|----------------------------|---|---|
|                           |                      |                        | Frecuencia de consumo      | envases y embalajes que utiliza ¿con qué frecuencia se abastecen de cada clase?                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 77% Semanal (Bandejas, Vasos, Cubiertos, Tapaderas, Pajillas)</li> <li>- 20% Mensual (Platos, Vasos)</li> <li>- 3% Trimestral (Tapaderas, Pajillas) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 0% Quincenal</li> </ul> </li> </ul> |
|                           |                      |                        |                            | ¿Cuenta con área de compras y adquisición de insumos?   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60% Sí</li> <li>- 40% No</li> </ul>  |
|                           |                      |                        |                            | ¿Qué cantidad adquiere por pedido? Especifique unidad de medida   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 77% Más de 50</li> <li>- 14% de 11 a 50</li> <li>- 10% De 1 a 10</li> </ul>  |
|                           |                      |                        | Costos                     | ¿Cuál es el costo de los envases y embalajes desechables que utilizan?  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 76% Menos de \$1 (Platos, Bandejas, Vasos, Cubiertos)</li> <li>- 13% de \$1 a \$1.50 (Bandejas)</li> <li>- 11% de \$2.01 en adelante (pajillas)</li> </ul>   |
|                           |                      |                        |                            | Si estos productos sufren fluctuaciones en los precios con regularidad ¿le afectaría a su actividad comercial?      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 59% Sí</li> <li>- 33% No</li> <li>- 8% Los productos subirían de precio</li> </ul>   |
|                           |                      |                        |                            | ¿Está conforme con los costos que actualmente le genera la adquisición de envases y embalajes o desearía cambiarlo? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 79% Estoy conforme</li> <li>- 0% No estoy conforme,</li> <li>- 21% Deseo cambiarlo</li> </ul>  |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Dependiente | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis   | Preguntas  | Respuestas  |
|---------------------------|----------------------|------------------------|--|--|---|
|                           |                      |                        | Usos   | ¿Actualmente utiliza envases y embalajes desechables ecológicos para el despacho de alguno de sus productos? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 6.7 Sí</li> <li>- 93.3% No</li> </ul>  |
|                           |                      |                        |  | ¿En qué casos usan este tipo de envases y embalajes desechables?   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20% Cuando encontramos desechables ecológicos, los utilizamos para todos los pedidos a domicilio</li> <li>- 20% Para llevar</li> <li>- 20% Bebidas y bandejas de alimento</li> <li>- 20% Cuando se prepara un platillo para llevar</li> <li>- 20% En el despacho de alimentos para llevar</li> </ul> |
|                           |                      |                        | Aceptación de los envases y embalajes ecológicos por parte de los consumidores | ¿Ha identificado preferencias de parte de sus clientes hacia los envases y embalajes desechables ecológicos? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 20% No</li> <li>- 80% Sí</li> </ul>  |

| Enunciado de la Hipótesis | Variable Dependiente | Categorías de Análisis | Sub-Categorías de Análisis | Preguntas  | - Respuestas  |
|---------------------------|----------------------|------------------------|----------------------------|--|---|
|                           |                      |                        | Frecuencia de consumo      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 40% Semanal (platos, vasos)</li> <li>- 40% Quincenal (Bandejas, Tapaderas, Cubiertos)</li> <li>- 20% Mensual (Pajillas)</li> </ul> |
|                           |                      |                        | Proveedores                | Si utiliza envases y embalajes desechables ecológicos ¿quiénes son sus proveedores nacionales? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 40% Termo Encogibles</li> <li>- 20% Pasticos Moreno</li> <li>- 20% No hay un fijo</li> <li>20% super selectos</li> </ul>           |
|                           |                      |                        | Proveedores Costos         | ¿Cuenta con proveedores internacionales de envases y embalajes ecológicos? Mencione            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% No</li> <li>- 0% Sí</li> </ul> <p>¿Quiénes? _____</p>   |

Tabla 63: Tabla de comprobación de la hipótesis (Fuente: Elaboración de un plan estratégico para fomentar la implementación de envases y embalajes desechables ecológicos en las micro y pequeñas empresas de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután)

#### **5.4 Análisis FODA para planteamiento de estrategias<sup>25</sup>**

El Análisis FODA permite evaluar un ente, empresa o rubro, tanto en aspectos internos como externos para conocer la situación actual del objeto de análisis.

En este caso permite analizar la situación actual de la investigación en cuestión, luego de la recolección de los datos para obtener estrategias a partir de los cuatro aspectos analizados y de esta manera mantener lo que está bien y cambiar lo que está mal.

Para comprender el análisis presentado se deben tomar en consideración ciertos aspectos que se describen a continuación:

- Cada punto que no se encuentra descrito sobre quien se habla hace referencia a las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.
- Cuando se hace mención se “los clientes”, se hace referencia a los clientes de las micro y pequeñas empresas de foodservice ubicadas en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

A simple vista pueden observarse varias estrategias que se plantearon desde el principio de la investigación, pero esta vez se cuenta con datos que sustentan dichas estrategias que se han obtenido a través de la matriz FODA (**ver Anexo 7 para conocer sobre el Análisis FODA**).

---

<sup>25</sup> *Matrizfoda.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.matrizfoda.com/dafo/>

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>FACTOR INTERNO</b></p> <p><b>FACTOR EXTERNO</b></p> | <p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1: Les interesa adquirir envases y embalajes desechables ecológicos.</p> <p>F2: Cuentan con área de compras y adquisiciones de insumos.</p> <p>F3: Están dispuestas a informarse acerca del proceso de importación de insumos.</p>  | <p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1: No cuentan con proveedores internacionales de envases y embalajes tradicionales ni ecológicos.</p> <p>D2: No utilizan envases y embalajes desechables ecológicos para servir los alimentos</p> <p>D3: Sus proveedores no son especializados.</p> <p>D4: No conocen ni practican formas de reciclaje de desechos.</p> <p>D5: Desconocen algunos de los procesos administrativos básicos para llevar a cabo el abastecimiento de insumos.</p> <p>D6: Ignoran la variedad de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado internacional y sus costos de adquisición</p> <p>D7: Desconocen las ventajas de adquirir envases y embalajes ecológicos en el mercado internacional.</p> <p>D8: No poseen conocimiento sobre el proceso de importación de envases y embalajes desechables ecológicos.</p> |
|   | <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1: Los clientes muestran buena receptividad hacia los envases y embalajes ecológicos.</p> <p>O2: Los clientes están dispuestos a pagar de \$0.25 hasta \$0.50 por la implementación de envases y embalajes desechables ecológicos.</p> <p>O3: Los clientes son conscientes del daño que causan los envases y embalajes desechables tradicionales.</p> <p>O4: Los clientes conocen los envases y embalajes desechables ecológicos.</p> <p>O5: La variedad de clases de envases y embalajes desechables ecológicos en el mercado internacional</p> | <p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>FO1: Adquirir envases y embalajes ecológicos en pequeñas cantidades para acoplarse al cambio.</p> <p>FO2: Incentivar a los clientes a consumir los nuevos envases y embalajes a través de estrategias publicitarias y de concientización.</p> <p>FO3: Se debe dar a conocer que se ha renovado el material desechable para llamar la atención de los clientes.</p> <p>FO4: El personal encargado de hacer las compras debe buscar las mejores alternativas en relación a calidad-precio</p> <p>FO5: Elaborar un manual de importaciones de envases y embalajes desechables ecológicos.</p>  |

Tabla 64 Matriz FODA estrategias FO y DO

| AMENAZAS  | ESTRATEGIAS FA  | ESTRATEGIAS DA  |
|---|---|---|
| <p>A1: Las fluctuaciones en los precios afectan a las actividades económicas de las micro y pequeñas empresas de foodservice.</p> <p>A2: Los precios actuales de envases y embalajes desechables ecológicos disponibles en el mercado no son factibles para las micro y pequeñas empresas de foodservice.</p> <p>A3: Los clientes no se muestran de acuerdo con que se genere un incremento en el precio de los productos</p> <p>A4: Los proveedores nacionales no ofrecen una amplia gama de envases y embalajes desechables ecológicos.</p> | <p>FA1: Fortalecer los conocimientos actuales del área de compras para que pueda enfrentarse a situaciones adversas.</p> <p>FA2: Capacitar al personal encargado de las compras para que pueda formular estrategias de búsqueda de proveedores que le permita encontrar siempre las mejores opciones.</p> <p>FA3: Aprovechar el interés de los empresarios para que puedan transmitirlo a los clientes, promoviendo practicas ambientales renovables.</p> | <p>DA1: Capacitar al personal del área de compras para resolver percances causados por las fluctuaciones en los precios de los envases y embalajes.</p> <p>DA2: Informar a los empresarios sobre la variedad de envases y embalajes desechables al igual que la cantidad de precios en los que se encuentran disponibles.</p> <p>DA3: Cambiar los proveedores actuales por socios comerciales que ofrezcan mejores beneficios al momento de generar las adquisiciones.</p> <p>DA4: Incentivar a los clientes no solo a apoyar el consumo de envases y embalajes ecológicos, sino también, a reducir el consumo de productos contaminantes en todas las áreas.</p> |

Tabla 65 Matriz FODA estrategias FA y DA

# **CAPÍTULO VI: DISEÑO**

## 6 DISEÑO

### 6.1 PLAN ESTRATÉGICO PARA FOMENTAR LA IMPLEMENTACIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ECOLÓGICOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE FOODSERVICE UBICADAS EN LAS CABECERAS DEPARTAMENTALES DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN.

#### DESCRIPCIÓN DE LAS RESPECTIVAS FASES A DESARROLLAR

- 1) Informar a los empresarios sobre diversos temas de interés que les permitan realizar con éxito una transición de los envases y embalajes tradicionales hacia los ecológicos, a través de un **Plan de Capacitación**: dicho plan pretende informar a los empresarios sobre diversos temas de interés que es necesario que ellos conozcan antes de implementar cualquier cambio en el uso de sus envases y embalajes ecológicos si no tienen ningún conocimiento previo al respecto. Los temas que se impartirán a lo largo de la capacitación son:
  - a) Introducción a los tipos de envases y embalajes desechables ecológicos
  - b) Impacto ambiental de los envases y embalajes desechables tradicionales
  - c) Formas de reciclaje según el tipo de material
  - d) Forma de adquisición de envases y embalajes ecológicos
  - e) Importancia de la transición de envases y embalajes tradicionales a ecológicos y su contribución a la agenda 2030

Los cuáles serán impartidos por diversas instituciones que promueven la conservación del medio ambiente y velan por ella, tales como: el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, entre otras.

- 2) Elaboración un **Manual de Reciclaje** para que los empresarios tengan una guía al implementar diferentes métodos de reciclaje en sus empresas: el manual está estructurado de manera que el usuario pueda comprender de manera clara el proceso de reciclaje que se debe seguir con los materiales inorgánicos más comunes que se desechan en los establecimientos de foodservice. Con esto en mente se muestra el proceso para reciclar 4 tipos de materiales que son: papel, plástico, metales y vidrio. Además de mostrar cómo se reciclan estos materiales también contiene información sobre la legislación nacional que respalda el reciclaje e información sobre instituciones que se dedican a esta actividad.

3) Realizar la función de guiar a los empresarios en el proceso de selección de los nuevos productos para sustituir los actuales a través de un **Catálogo de Productos**, para que ellos puedan conocer los productos ecológicos y seleccionar los que necesitan: este catálogo ilustrado contiene información sobre los diversos tipos de productos desechables ecológicos que se pueden encontrar en el mercado, tanto nacional como internacional. Al ser el mercado internacional más amplio en cuanto a variedad de envases y embalajes ecológicos se refiere, el catálogo se encuentra separado en dos secciones, la sección internacional y la sección nacional. En ambas se pueden encontrar productos biodegradables, compostables o reciclables. Fue diseñado para que el usuario conozca los productos, pero no solo por sus características, sino, también incluye datos de costos y de origen.

Como un agregado complementario contiene una tabla comparativa de precios de los productos más cotizados entre las empresas del rubro, para facilitar al usuario la evaluación de sus opciones y por último una tabla de sugerencias sobre las mejores opciones de compra entre todos los elementos del catálogo.

4) Facilitar un **Manual de Selección y Evaluación de Proveedores** a los empresarios, para agilizar el proceso selección de los nuevos proveedores de envases y embalajes ecológicos: en medio de la ignorancia muchos empresarios pierden oportunidades de generar mejores ingresos y crear lazos comerciales con proveedores que realmente le beneficien. Es por eso por lo que este manual fue creado, para brindar un apoyo a los encargados de compras de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután y orientarlos en el proceso de seleccionar a los proveedores ideales que se adapten a sus necesidades.

5) Proveer a los empresarios un **Manual de Importaciones** claro y de fácil entendimiento para que el Área de Compras pueda llevar a cabo importaciones de productos desechables ecológicos: ya que a las micro y pequeñas empresas se les dificulta más realizar muchas actividades que empresas de mayor escala no tienen inconveniente al realizar, este manual se elaboró por dicho motivo. Siendo las micro y pequeñas empresas limitadas por sus recursos es muy difícil que

lleguen a realizar compras a nivel internacional para abastecerse, no obstante, esto significa que están perdiendo grandes oportunidades de ampliar sus ganancias y beneficios.

Dentro del presente se encontrará información desde el proceso de inscripción como importador hasta los trámites y documentos que se necesitan para realizar un despacho de mercancía en aduana.

- 6) Brindar a los empresarios apoyo en la persuasión a los clientes a través de una **Campaña Publicitaria de Concientización**, donde se brindarán diferentes herramientas y estrategias que pueden ser utilizadas para informar a los clientes sobre el cambio de envases y embalajes: todo cambio conlleva consigo grandes retos, puesto que no es fácil en muchas ocasiones asimilarlo. Con esto presente se elaboró una campaña publicitaria de concientización, puede parecer ambigua debido a su extraño nombre, pero es porque en realidad es una campaña de doble propósito. Por un lado, presenta una forma de introducir a los clientes los envases y embalajes ecológicos, haciéndolos lucir atractivos para los mismos y por otro lado también pretende crear conciencia entre los clientes sobre sus hábitos de consumo y malas costumbres con respecto a trato de los desechos inorgánicos o basura común como también se le llama.

### **6.1.1 Estrategia N° 1: Plan de capacitación “Mejorando el conocimiento”.**

#### **CONTENIDOS DE ESTRATEGIA NÚMERO 1**

- **Tiempo de capacitación**
- **Base de datos de entidades que brindaran las ponencias**
- **Gestión de plan de capacitación**
- **Carta correspondiente para consultar a las empresas participantes**
- **Formulario de participación**
- **Ficha de control de capacitación**
- **Planificación de programa de capacitación**
- **Caso práctico**
- **Cuadro aproximado de empleados por sucursal**
- **Cuadro para capacitar empresarios por sesión**
- **Cronograma de capacitaciones**
- **Calendarización de temas de por sesión.**
- **Introducción a los tipos de envases y embalajes desechables ecológicos**
- **Impacto ambiental de los envases y embalajes desechables tradicionales**
- **Formas de reciclaje según el tipo de material**
- **Forma de adquisición de envases y embalajes ecológicos**
- **Importancia de la transición de envases y embalajes tradicionales a ecológicos y su contribución a la agenda 2030**
- **Conclusión**

## INTRODUCCIÓN

La problemática ambiental se ha convertido en una de las principales preocupaciones, pues afecta a todos por igual. A pesar de esto, no todos reconocen qué hacer y cómo hacer para mejorar la calidad ambiental y muchos continúan manifestando una actitud hostil e irresponsable ante el manejo de los recursos naturales de toda índole, los establecimientos de food Service no son la excepción, siendo uno de los principales rubros que aportan a generar residuos.

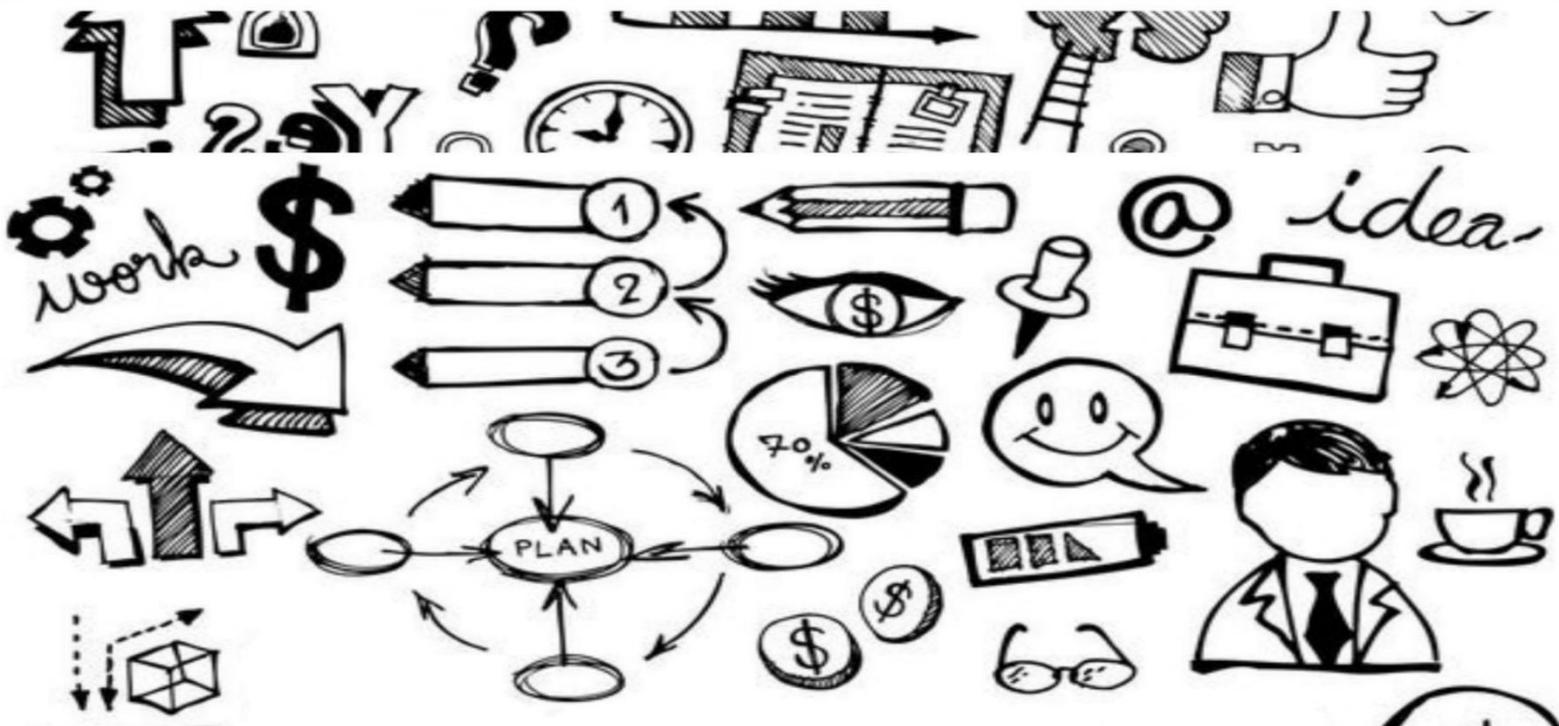
No solamente es un asunto de reciclar o de moderar el consumo de desechos, es un tema en el que debe haber una formación permanente para todas las personas independientemente de la edad. También es importante brindar soluciones a las empresas de foodservice ya que éstas son una de las fuentes de contaminación más influyentes a nivel mundial y de las cuales necesitan no solo ser capacitadas en el tema del cuidado del medio ambiente sino también brindar un aporte de solución eficiente para el cuidado del medio ambiente, respecto al tipo de materiales que estén utilizando para llevar a cabo sus diferentes actividades.

Al realizar un proceso de cambio en las empresas se vuelve necesario capacitarse sobre lo relacionado al tema, y en este caso sobre envases y embalajes ecológicos, con el objetivo de poder generar una eficaz concientización y a la vez una mejor utilización de los recursos en cuanto al embalaje que están utilizando, haciéndose necesario capacitar a todos los empleados en cuanto al cambio que se llevara a cabo, orientando la capacitación en áreas tales como: compras, servicio al cliente y empaquetado.



# PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

## “MEJORANDO EL CONOCIMIENTO”



## ÍNDICE DEL MANUAL DE CAPACITACIÓN

|    |   |    |
|----|---|----|
| 1  | BASE DE DATOS DE ENTIDADES QUE BRINDARAN LAS PONENCIAS  | 5  |
| 2  | GESTIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN   | 5  |
| 3  | CARTA CORRESPONDIENTE PARA CONSULTAR A LA EMPRESAS PARTICIPANTES  | 6  |
| 4  | FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN   | 7  |
| 5  | FICHA DE CONTROL DE CAPACITACIÓN  | 8  |
| 6  | PLANIFICACIÓN DE PROGRAMA DE CAPACITACIÓN   | 9  |
| 7  | CASO PRÁCTICO   | 11 |
| 8  | CUADRO APROXIMADO DE EMPLEADOS POR SUCURSAL   | 12 |
| 9  | CUADRO PARA CAPACITAR EMPRESARIOS POR SESIÓN  | 13 |
| 10 | CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES  | 14 |
| 11 | CALENDARIZACIÓN DE TEMAS DE POR SESIÓN.   | 15 |
|    | • INTRODUCCIÓN A LOS TIPOS DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ECOLÓGICOS  | 15 |
|    | • IMPACTO AMBIENTAL DE LOS ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES TRADICIONALES  | 16 |
|    | • FORMAS DE RECICLAJE SEGÚN EL TIPO DE MATERIAL   | 17 |
|    | • FORMA DE ADQUISICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS  | 18 |
|    | • IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES TRADICIONALES A ECOLÓGICOS Y SU CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030 | 19 |
|    | CONCLUSIÓN  | 20 |

## BASE DE DATOS DE ENTIDADES QUE BRINDARAN LAS PONENCIAS

| ENTIDAD   | PERSONA A CARGO                | CONTACTO  |
|---|--------------------------------|---|
| <b>Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales</b>                              | -                              | Colonia Ciudad Jardín, calle Los Naranjos, #22, San Miguel.<br><br>Tel: 2665-8383           |
| <b>Alcaldías municipales de San Miguel y Usulután<br/>Unidad Ambiental Municipal,</b> | Manuel Sánchez                 | <a href="mailto:uaip@usulutlan.gob.sv">uaip@usulutlan.gob.sv</a><br><br>PBX: 2684-6707      |
|   | Sixto Leodan Granados Martínez | <a href="mailto:oir@sanmiguel.gob.sv">oir@sanmiguel.gob.sv</a><br><br>2665-4541 y 2665-4500 |
| <b>Asociación de Scouts de El Salvador<br/>Comisión de mundo mejor.</b>               | Katherine Salas                | <a href="mailto:direccion.mundomejor@scouts.org.sv">direccion.mundomejor@scouts.org.sv</a>  |

### GESTIÓN DE PLAN DE CAPACITACIÓN

Como primer prospecto en conjunto, el programa de capacitación está orientado para que pueda ser retomado tanto como cualquier entidad jurídica dígase una empresa, como cualquier persona natural que tenga la iniciativa de organizar a los empresarios, consulta con las entidades por su respectiva colaboración al momento de brindar las ponencias, y todos los procesos de logística involucrados

Como segundo prospecto, se relaciona directamente con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), para que tome a cargo el desarrollo del plan de capacitación, pudiendo de esta manera abordar las temáticas propuestas, modificar los puntos a tratar e incluso abordar más temas de los propuestos según su criterio

**CARTA CORRESPONDIENTE PARA CONSULTAR A LA EMPRESAS PARTICIPANTES**

**Usulután, 10 de octubre de 2021**

Señores empresarios de las empresas de food Service de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután

**PRESENTE.**

Reciba un cordial saludo de parte de los jóvenes organizadores de este proyecto, deseando que Dios derrame bendiciones sobre usted y quienes le rodean.

El motivo de la presente es para solicitarle a usted o a quien crea conveniente para poder ser partícipe de un proyecto el cual consiste en una serie de capacitaciones relacionadas al rubro del food Service, los impactos de la generación de residuos por envases y embalajes desechables tradicionales y la manera de reducirlo, con el único fin de ayudar a tener un mejor ambiente en nuestra sociedad.

Esperando una pronta y positiva respuesta no queda más que desearles éxito en sus labores diarias y que Dios derrame muchas bendiciones sobre usted, sus empleados y sus familias.

**Responsable de capacitaciones**

## FORMULARIO DE PARTICIPACIÓN

# INSCRIPCIÓN A PROGRAMA DE CAPACITACIONES



NOMBRE DE EMPRESA

Tu respuesta

---

UBICACION

SAN MIGUEL

USULUTAN

NUMERO DE PARTICIPANTES

Tu respuesta

---

NUMERO DE PARTICIPANTES

Tu respuesta

---

MOTIVO DE PARTICIPACION

Tu respuesta

---

**Enviar**

Borrar formulario

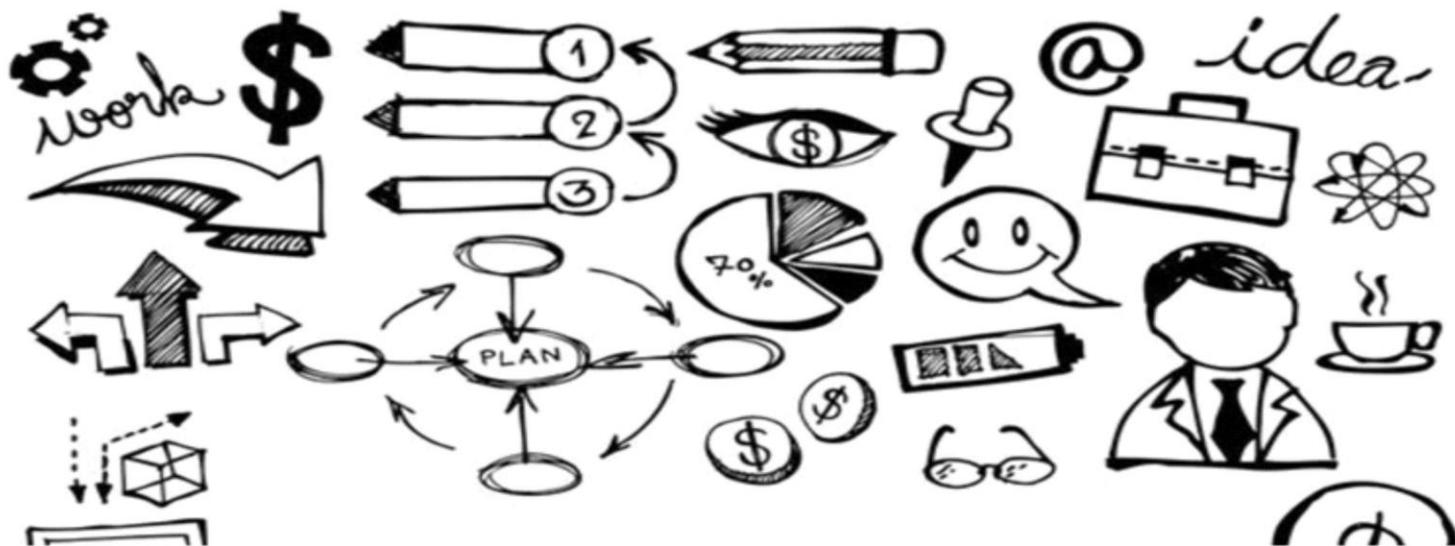
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

### FICHA DE CONTROL DE CAPACITACIÓN

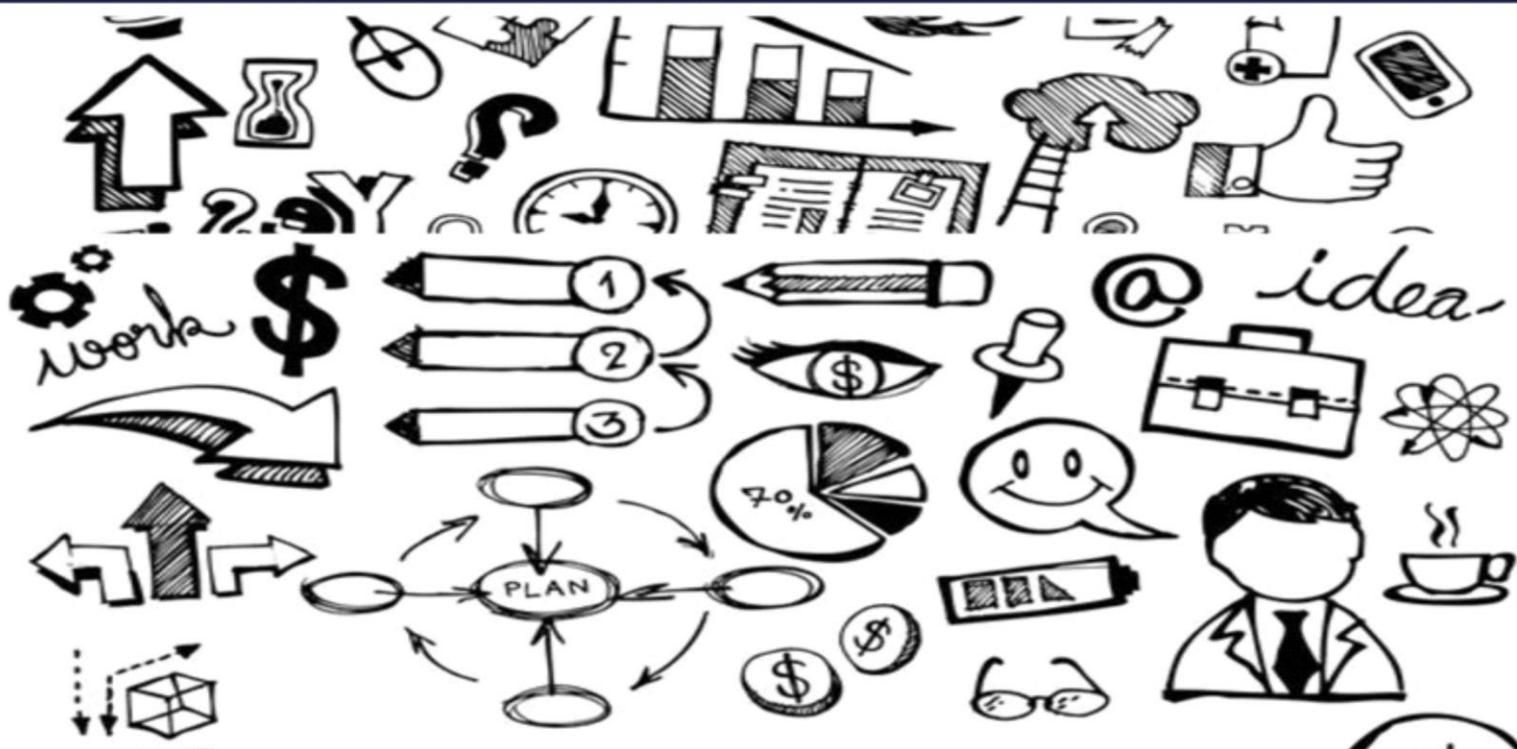
|  |                    |                             |  |
|--|--------------------|-----------------------------|--|
| <b>FECHA</b>                           |                    | <b>TEMA IMPARTIDO</b>       |  |
| <b>HORA DE INICIO</b>                  |                    | <b>HORA DE FINALIZACIÓN</b> |  |
| <b>RESPONSABLE DE IMPARTIR TEMA</b>    |                    |                             |  |
| <b>PUNTOS IMPARTIDOS</b>               | <b>DESCRIPCIÓN</b> |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
| <b>NOMBRES DE EMPRESAS CAPACITADAS</b> |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |
|  |                    |                             |  |

**PLANIFICACIÓN DE PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

| Actividad   | ENERO |    |    |    | Responsable                                     |
|---|-------|----|----|----|---|
|   | S1    | S2 | S3 | S4 |   |
| Inicio de gestiones para programa de capacitación, modalidad y lugar.               |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |
| Envío de carta y formulario para consultar por posibles empresas participantes.     |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |
| Establecimiento de temáticas a desarrollar.   |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |
| Gestionar con posibles entidades para brindar las temáticas                         |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |
| Delegación de temáticas a entidades respectivas y preparación de estas.             |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |
| Envío de documentación, temas a recibir lugar y modalidad a empresas participantes. |       |    |    |    | Equipo organizador de programa de capacitación. |



# CASO PRÁCTICO



## CASO PRÁCTICO

Como parte del proyecto de innovación denominado Diseño de un Plan Estratégico para Fomentar la Implementación de Envases y Embalajes Ecológicos en el Área de Ventas por las Micro y Pequeñas Empresas Dedicadas al Foodservice en las Cabeceras Departamentales de San Miguel y Usulután, realizado por estudiantes de la carrera de Ingeniería en Logística y Aduanas de ITCA-FEPADE MEGATEC, regional La Unión, se llevó a cabo un programa de capacitación sobre temas medioambientales y las formas de implementación de los envases y embalajes ecológicos en los establecimientos de foodservice ubicados en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután. Dicho programa de capacitación fue dirigido por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, las alcaldías de las municipalidades a través de la Unidad Ambiental Municipal, Asociación de Scouts de El Salvador a través de la comisión de mundo mejor. Este se llevó a cabo conforme a la disposición de las empresas participantes, que son todas aquellas empresas registradas como contribuyentes en las municipalidades que deseen formar parte en las capacitaciones; y las instituciones encargadas de impartir los temas del programa de capacitación.

A continuación, se muestra la estructura y desarrollo del programa de capacitación.

**CUADRO APROXIMADO DE EMPLEADOS POR SUCURSAL.**

| <b>N.º</b>   | <b>NOMBRE DEL DEPARTAMENTO</b> | <b>NOMBRE DE EMPRESAS</b>     | <b>NUMERO DE EMPRESARIOS PARTICIPANTES POR EMPRESA</b> |
|--------------|--------------------------------|-------------------------------|--|
| 1            | San Miguel                     | Restaurante El Costillo       | 1  |
| 2            | San Miguel                     | Restaurante El Asador         | 1  |
| 3            | San Miguel                     | Restaurante El Mondongo       | 1  |
| 4            | San Miguel                     | Restaurante La Cima           | 1  |
| 5            | San Miguel                     | Cafetería Las Delicias        | 2  |
|              |                                |                               |  |
| 1            | Usulután                       | Bumburys                      | 2  |
| 2            | Usulután                       | Pastelería Doña Sonia         | 1  |
| 3            | Usulután                       | Comedor y Cafetería La Merced | 1  |
| 4            | Usulután                       | Cafetería Rinconcito Guanaco  | 1  |
| 5            | Usulután                       | Cafetería la cueva            | 1  |
| <b>TOTAL</b> |                                |                               | <b>12</b>  |

**ANÁLISIS**

Dentro de la tabla se detalla un aproximado de los empresarios con los que se contara para el desarrollo de la capacitación, el cual se ha tomado en cuenta el nombre del departamento, nombre de la empresa, total de posibles empresarios a participar

## CUADRO PARA CAPACITAR EMPRESARIOS POR SESIÓN

| SESIÓN       | NUMERO DE EMPRESARIOS<br>POR DÍA. |
|--------------|-----------------------------------|
| 1            | 12                                |
| 2            | 12                                |
| 3            | 12                                |
| 4            | 12                                |
| 5            | 12                                |
| <b>TOTAL</b> | <b>60</b>                         |

### ANÁLISIS

Como se analiza en el cuadro anterior se ha hecho un cálculo de los empresarios que las posibles entidades estarán capacitando por día. Tomándose en cuenta el número de la sesión y el número de empleados por día que estarán durante cada una de ellas. Conformándose un total de 5 grupos integrados por 6 empresarios. Comprendiéndose los días hábiles de capacitación 1 por semana en un horario adecuado para los participantes, siendo uno tentativo de 7:00 pm a 9:00 pm por cada sesión.

## CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES

| Actividad  | FEBRERO |    |    |    | MARZO | Responsable  |
|--|---------|----|----|----|-------|--|
|  | S1      | S2 | S3 | S4 | S1    |  |
| <b>Desarrollo de tema:</b><br><b>Introducción a los tipos de envases y embalajes desechables ecológicos</b>  |         |    |    |    |       | Ministerio de medio ambiente y recursos naturales.                       |
| <b>Desarrollo de tema:</b><br><b>Impacto ambiental de los envases y embalajes desechables tradicionales</b>  |         |    |    |    |       | Ministerio de medio ambiente y recursos naturales.                       |
| <b>Desarrollo de tema:</b><br><b>Formas de reciclaje según el tipo de material</b>   |         |    |    |    |       | Alcaldías municipales a través de la Unidad Ambiental Municipal.         |
| <b>Desarrollo de tema:</b><br><b>Forma de adquisición de envases y embalajes ecológicos</b>  |         |    |    |    |       | Alcaldías municipales a través de la Unidad Ambiental Municipal.         |
| <b>Desarrollo de tema:</b><br><b>Importancia de la transición de envases y embalajes tradicionales a ecológicos y su contribución a la agenda 2030</b> |         |    |    |    |       | Asociación de Scouts de El Salvador a través de la comisión mundo mejor. |

## CALENDARIZACIÓN DE TEMAS DE POR SESIÓN.

| TEMA A CAPACITAR  | ENTIDAD A CARGO   | MES     | SEMANA | HORA                                   | RECURSOS   | NUMERO DE EMPLEADOS.                                 |
|---|---|---------|--------|--|--|--|
| <b>INTRODUCCIÓN A LOS TIPOS DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ECOLÓGICOS</b> | Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). | Febrero | 1      | 7:00<br>PM-9:00<br>PM<br><br>Dos horas | - Ficha de asistencia<br><br>- Computadora<br><br>- Presentación de diapositivas | 6, modalidad presencial<br><br>12, modalidad virtual |

### INTRODUCCIÓN A LOS TIPOS DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ECOLÓGICOS

Dentro de este tema se dará a conocer acerca de los diferentes tipos de envases y embalajes ecológicos que existen en la actualidad y su contribución para el medio ambiente, en el cual supone la utilización de elementos y objetos, en este caso, platos, vasos, cubiertos, pajillas, entre otros, cuyo tiempo de degradación al ser desechados es realmente bajo. Por lo tanto, dentro de esta temática se estará haciendo referencia los objetivos de lograr la concientización en el uso de estos, favoreciendo al medio ambiente con el consumo de este tipo de componentes eco-amigables.

Dentro de los puntos a abarcar se encuentran:

- ¿Qué es un envase ecológico?
- ¿Cuáles son las ventajas de los recipientes ecológicos?
- ¿Cuáles son los materiales utilizados para fabricar envases ecológicos?
- ¿Qué envases de plástico para alimentos son biodegradables?
- ¿Cuáles son las funciones de los envases de alimentos?
- ¿Cómo van a evolucionar los envases desechables para alimentos?

| TEMA A CAPACITAR  | ENTIDAD A CARGO   | MES     | SEMANA | HORA                         | RECURSOS   | NUMERO DE EMPLEADOS.                             |
|---|---|---------|--------|------------------------------|--|--|
| <b>IMPACTO AMBIENTAL DE LOS ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES TRADICIONALES</b> | Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). | Febrero | 2      | 7:00 PM-9:00 PM<br>Dos horas | - Ficha de asistencia<br>- Computadora<br>- Presentación de diapositivas | 6, modalidad presencial<br>12, modalidad virtual |

### **IMPACTO AMBIENTAL DE LOS ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES TRADICIONALES**

Esta temática se enfocará en por qué los envases y embalajes desechables tienen un impacto negativo que puede durar centenares de años, cuáles son las repercusiones que tienen con los ecosistemas terrestres y marinos, su impacto en la flora y fauna, así como la sobreexplotación de recursos para la elaboración de estos productos.

Dentro de los puntos a abarcar se encuentran:

- Impacto del plástico desde su fabricación y componentes.
- Usos desmedidos que se le dan a los plásticos.
- Cuáles son los productos desechables más contaminantes
- Contaminación en mantos acuíferos causada por plásticos.
- Aporte del rubro de food Service en la generación de residuos no reciclables.

| TEMA A CAPACITAR                                     | ENTIDAD A CARGO  | MES     | SEMANA | HORA                  | RECURSOS  | NUMERO DE EMPLEADOS.    |
|--|--|---------|--------|-----------------------|---|-------------------------|
| <b>FORMAS DE RECICLAJE SEGÚN EL TIPO DE MATERIAL</b> | Alcaldías municipales a través de la Unidad Ambiental Municipal. | Febrero | 3      | 7:00<br>PM-9:00<br>PM | - Ficha de asistencia                           | 6, modalidad presencial |
|  |  |         |        | Dos horas             | - Computadora<br>- Presentación de diapositivas | 12, modalidad virtual   |

### **FORMAS DE RECICLAJE SEGÚN EL TIPO DE MATERIAL**

Con el fin de que los materiales utilizados para el embalaje sean aprovechados en su máxima expresión, se hace necesario la concientización de las buenas prácticas de reciclaje de acuerdo con las características del producto a desechar, siendo los posibles dentro del rubro: papel, plástico, latas o metales y recipientes de cristal o vidrio, su adecuada limpieza, separación y preparación para su posterior reciclaje

Dentro de los puntos a abarcar se encuentran:

- Tipos de reciclaje en general
- Reciclaje mecánico
- Reciclaje energético
- Reciclaje por residuo
- Tipos de reciclaje según el material de residuo
- Reciclaje de papel y cartón
- Reciclaje de plástico
- Reciclaje de latas o metales
- Reciclaje de vidrio
- Reciclaje creativo y sus beneficios intrínsecos

| TEMA A CAPACITAR                                       | ENTIDAD A CARGO  | MES     | SEMANA | HORA                                   | RECURSOS   | NUMERO DE EMPLEADOS.                                 |
|--|--|---------|--------|--|--|--|
| FORMA DE ADQUISICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS | Alcaldías municipales a través de la Unidad Ambiental Municipal. | Febrero | 4      | 7:00<br>PM-9:00<br>PM<br><br>Dos horas | - Ficha de asistencia<br><br>- Computadora<br><br>- Presentación de diapositivas | 6, modalidad presencial<br><br>12, modalidad virtual |

### FORMA DE ADQUISICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS

Dentro de esta temática se mostrarán las formas de adquisición de los envases y embalaje ecológicos en las empresas nacionales debidamente registradas en la Republica de El Salvador, encontrando los posibles proveedores de cada uno de los productos necesarios para realizar un cambio dentro de las empresas, de manera que puedan adquirir la mayor variedad de envases y embalajes necesarios para las operaciones de la empresa.

Dentro de los puntos a abarcar se encuentran:

- Proveedores nacionales de envases y embalajes ecológicos
- Proveedores internacionales de envases y embalajes ecológicos
- Comparación de costos de adquisición de ambos tipos de envases y embalajes
- Variedad de productos a ofrecer por empresas.

| TEMA A CAPACITAR   | ENTIDAD A CARGO  | MES   | SEMANA | HORA            | RECURSOS   | NUMERO DE EMPLEADOS.                                 |
|--|--|-------|--------|-----------------|--|--|
| <b>IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES TRADICIONALES A ECOLÓGICOS Y SU CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030</b> | Asociación de Scouts de El Salvador a través de la comisión mundo mejor. | Marzo | 1      | 7:00 PM-9:00 PM | - Ficha de asistencia<br>- Computadora<br>- Presentación de diapositivas | 6, modalidad presencial<br><br>12, modalidad virtual |

### **IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES TRADICIONALES A ECOLÓGICOS Y SU CONTRIBUCIÓN A LA AGENDA 2030**

Dentro de esta temática se abordarán los temas referentes al desarrollo y cumplimiento de la agenda 2030 establecida por la organización de las naciones unidas (ONU), los objetivos de desarrollo sostenible y su relación con el uso desmedido de envases y embalajes contaminantes, también dentro de la sesión se plantearán los factores benéficos del uso de envases y embalajes ecológicos por encima de los desechables tradicionales.

Dentro de los puntos a abarcar se encuentran:

- ¿Qué es un envase ecológico?
- Ventajas de los envases ecológicos para alimentos
- Materiales que se utilizan para fabricar los envases ecológicos
- Cuando podemos decir que un envase es biodegradable
- Contribución de los envases y embalajes ecológicos con el medio ambiente
- Importancia de los objetivos de desarrollo sostenible con la implementación de envases y embalajes ecológicos en las empresas de food Service

## **CONCLUSIÓN**

El desarrollo de un programa de capacitación ya sea general o en este caso por temáticas específicas dirigidas a un rubro, facilitará la transmisión de las prácticas de los temas plasmados a lo largo de la capacitación, dentro de cada una de las empresas participantes, propiciando una mejor integración entre su personal y generando empleados competitivos e identificados con una visión ecológica para la empresa. Esto contribuye a que toda la organización vaya en una misma dirección para alcanzar los objetivos en común, disminuir la contaminación en flora y fauna causada por los usos desmedidos de envases y embalajes desechables.

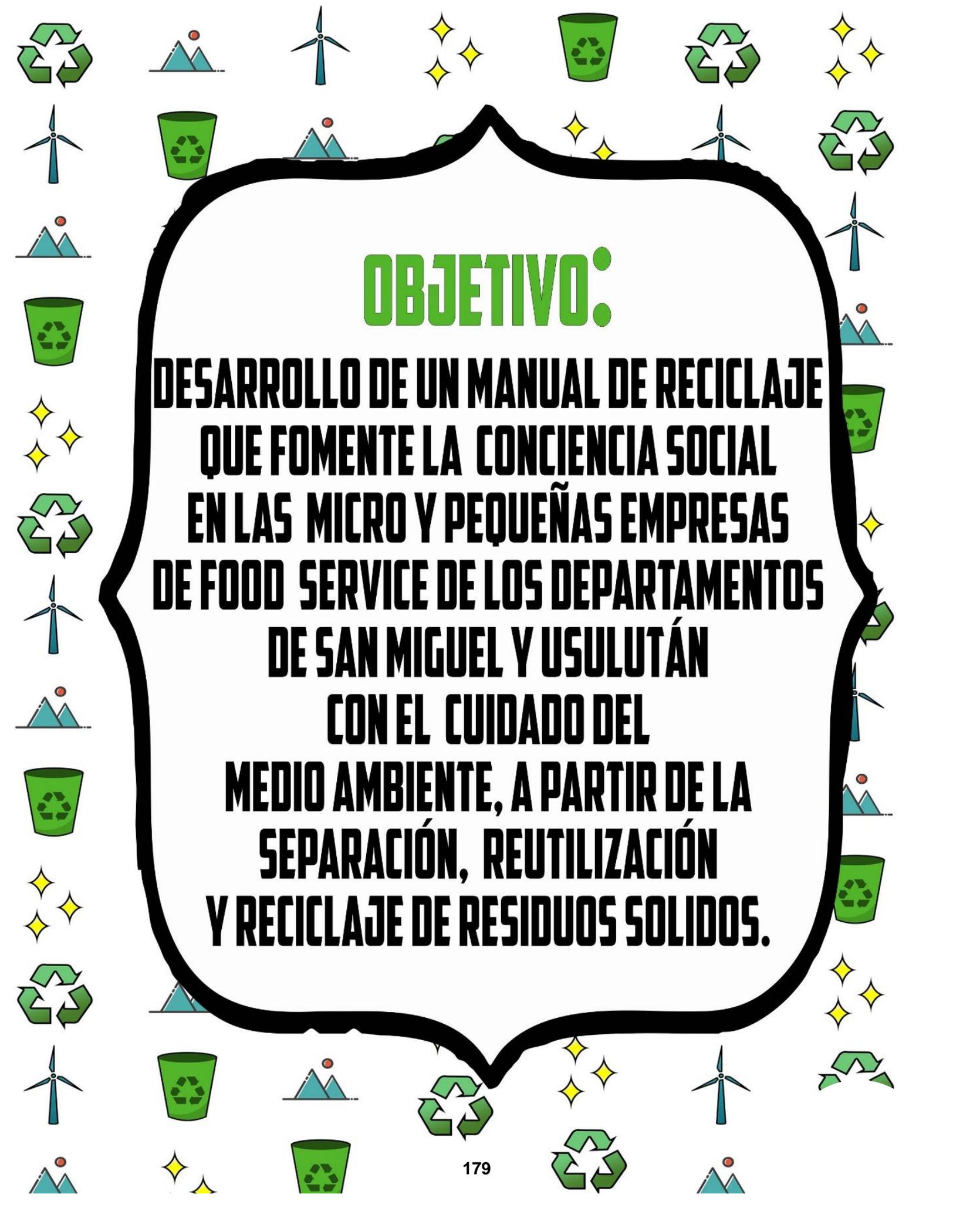
### **6.1.2 Estrategia N° 2: Manual de reciclaje de materiales inorgánicos para las micro y pequeñas empresas de food service en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután**

#### **CONTENIDOS DE ESTRATEGIA NÚMERO 2**

- **¿Qué es el reciclaje?**
- **Importancia del reciclaje**
- **Ventajas del reciclaje**
- **Empresas dedicadas al reciclaje en el país**
- **Marco legal del reciclaje**
- **Instructivo de reciclaje para materiales de distintos tipos**
- **Reciclaje de papel y cartón**
- **Reciclaje de plástico**
- **Reciclaje de latas y metales**
- **Reciclaje de vidrio**
- **Nota importante**



**MANUAL DE RECICLAJE  
DE MATERIALES INORGÁNICOS  
PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DE FOOD SERVICE EN LAS  
CABECERAS DEPARTAMENTALES  
DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN**



## OBJETIVO:

**DESARROLLO DE UN MANUAL DE RECICLAJE  
QUE FOMENTE LA CONCIENCIA SOCIAL  
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DE FOOD SERVICE DE LOS DEPARTAMENTOS  
DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN  
CON EL CUIDADO DEL  
MEDIO AMBIENTE, A PARTIR DE LA  
SEPARACIÓN, REUTILIZACIÓN  
Y RECICLAJE DE RESIDUOS SOLIDOS.**

# ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| - ¿QUÉ ES EL RECICLAJE?                                       | 4  |
| - IMPORTANCIA DEL RECICLAJE                                   | 4  |
| - VENTAJAS DEL RECICLAJE                                      | 5  |
| - EMPRESAS DEDICADAS AL RECICLAJE EN EL PAÍS                  | 6  |
| - COMO RECICLAR A TRAVÉS DE ESTAS INSTITUCIONES               | 7  |
| - MARCO LEGAL DEL RECICLAJE                                   | 8  |
| - INSTRUCTIVO DE RECICLAJE PARA MATERIALES DE DISTINTOS TIPOS | 9  |
| - RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN                                 | 10 |
| - RECICLAJE DE PLÁSTICO                                       | 15 |
| - RECICLAJE DE LATAS Y METALES                                | 22 |
| - RECICLAJE DE VIDRIO   | 26 |
| - NOTA IMPORTANTE   | 29 |



**¿QUÉ ES  
EL RECICLAJE?**



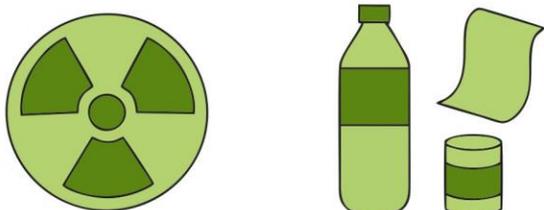
**EL RECICLAJE ES EL  
PROCESO MEDIANTE EL  
CUAL LOS DESECHOS SE  
CONVIERTEN EN NUEVOS  
PRODUCTOS O EN RECURSOS  
MATERIALES CON EL QUE  
SE FABRICARÁN OTROS  
NUEVOS.**



**IMPORTANCIA  
DEL  
RECICLAJE**

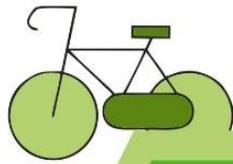


**LA IMPORTANCIA DE ESTA  
PRÁCTICA PUEDE  
RESUMIRSE EN LA CONSERVACIÓN  
DE LOS RECURSOS  
NATURALES Y  
REDUCE LA SOBREENPLOTAÇÃO  
DE MATERIAS PRIMAS**





# VENTAJAS DEL RECICLAJE



CO<sub>2</sub>



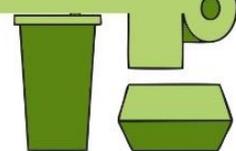
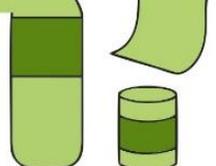
**AHORRO DE ENERGÍA.**

**AHORRO DE RECURSOS NATURALES.**

**DISMINUCIÓN DEL EFECTO POR EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES.**

**REDUCCIÓN DE LA CANTIDAD DE BASURA DESTINADA A LOS RELLENOS SANITARIOS.**

**REDUCCIÓN DE LA EMISIÓN DE GASES EFECTO INVERNADERO.**





**INSTITUCIONES DEDICADAS  
AL RECICLAJE EN EL PAIS**



**1. RECITODO SAN SALVADOR  
34 AVENIDA NTE. NO 211, SAN SALVADOR**

**WWW.RECITODO.COM**

**4. KALI, S.E.M. DE C.V. SAN SALVADOR**

**CALLE ARTURO AMBROGI BLOCK  
147 #467, COL ESCALON**

**2. IBERPLASTIC LA LIBERTAD  
KM 24 1/2 CARRETERA AL PUERTO DE  
LA LIBERTAD, ZARAGOZA**

**WWW.IBERPLASTIC.COM**

**5. RECTEX S.A. DE C.V. SOYAPANGO  
CL NONUALCO NO 3-20 Z  
FRANCA SAN BARTOLO ILOPANGO**

**3. MIDES SAN SALVADOR  
83 AV NTE Y 5 CL PTE NO 4248  
COL ESCALON**

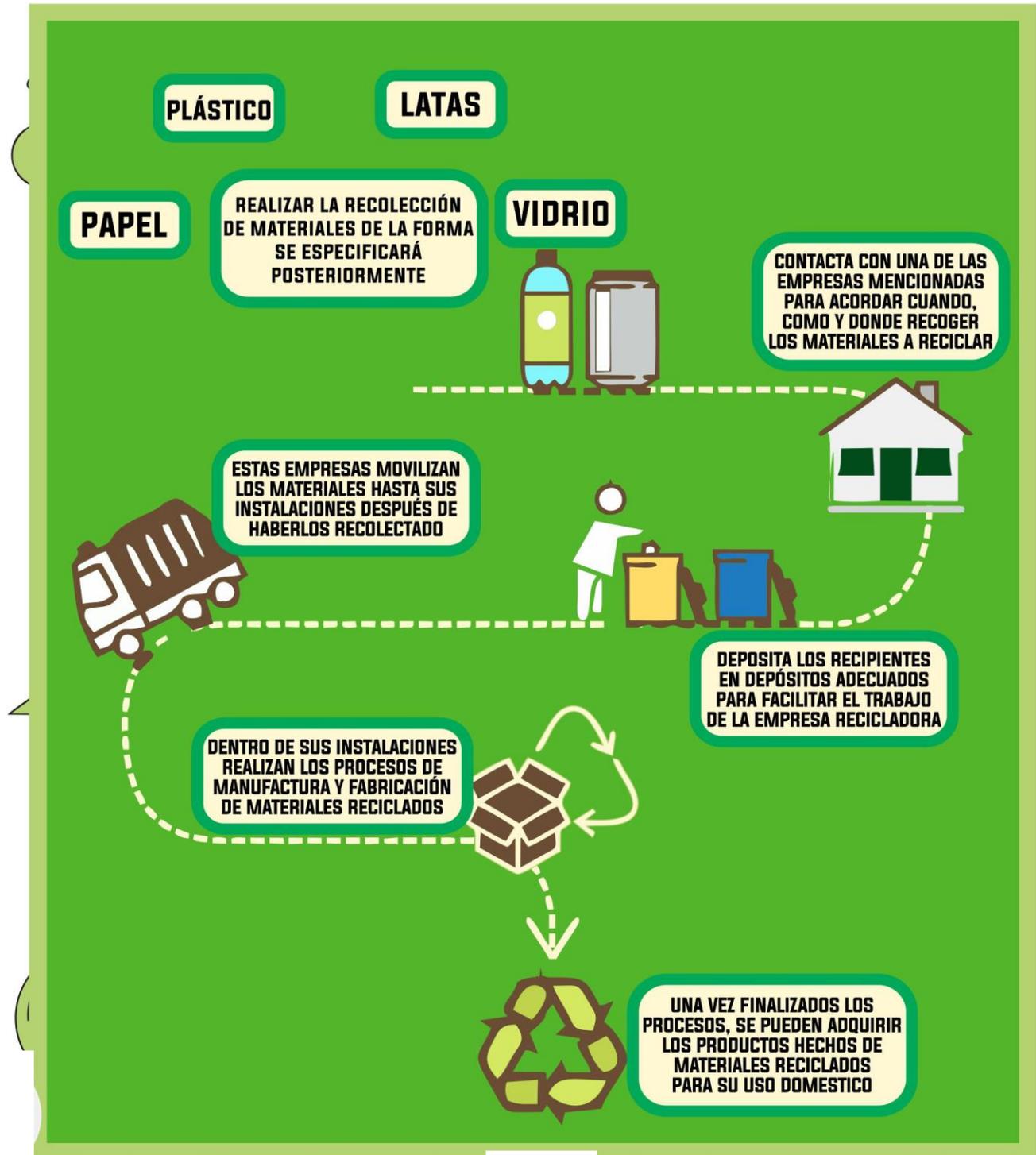
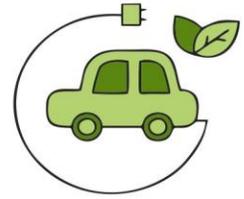
**WWW.MIDES.COM.SV**

**6. CORPORACION NAVIERA INTERNACIONAL  
S.A. DE C.V. SAN SALVADOR**

**PROL ALAM JUAN PABLO  
II BOD SAN JORGE NO 3**

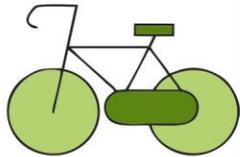
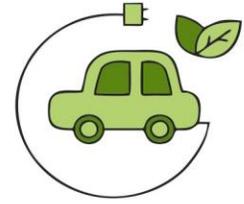


## COMO RECICLAR A TRAVÉS DE ESTAS INSTITUCIONES





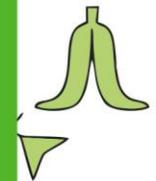
## MARCO LEGAL DEL RECICLAJE EN EL PAÍS



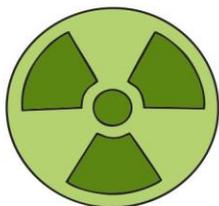
## CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA



## LEY DE MEDIO AMBIENTE



## LEY DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS Y FOMENTO AL RECICLAJE

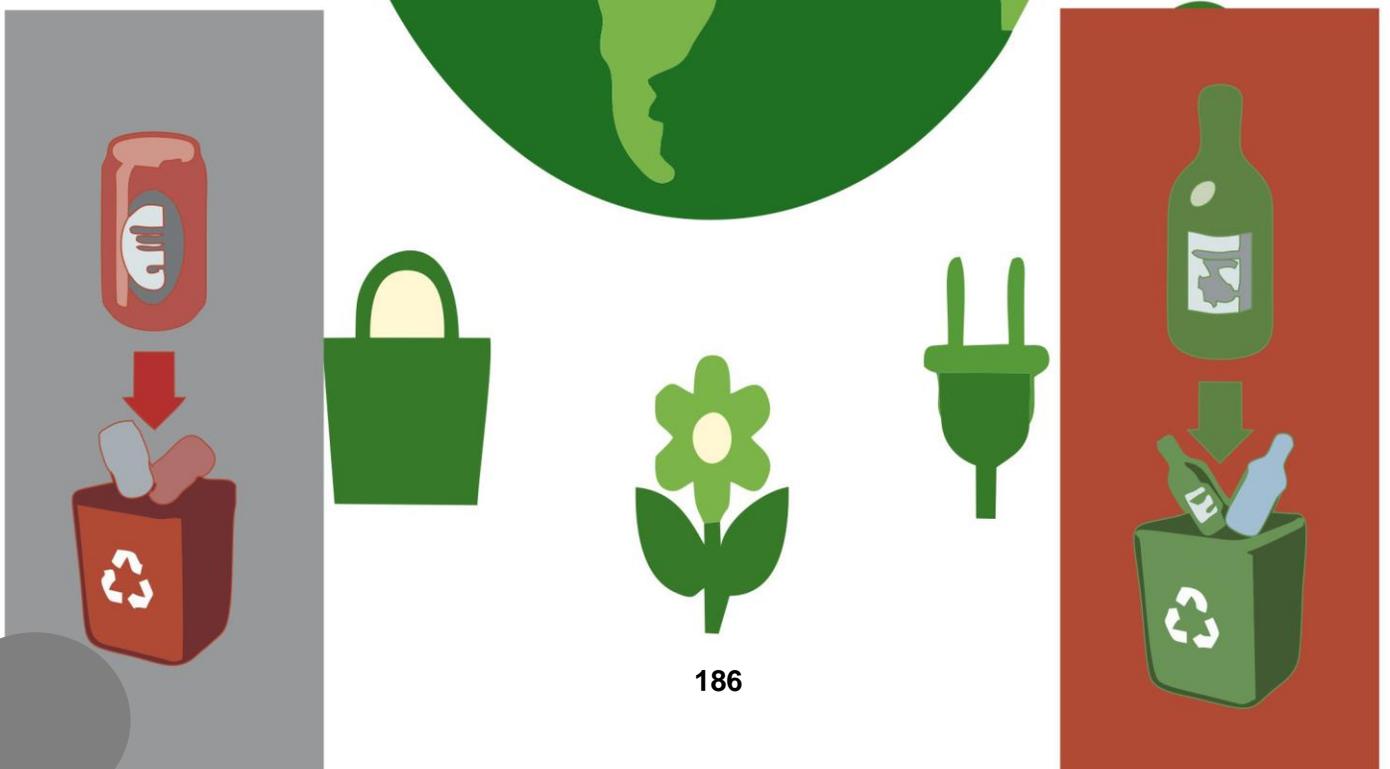


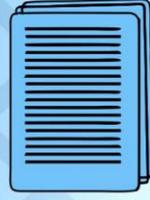
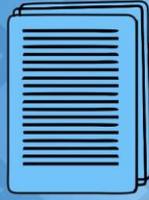
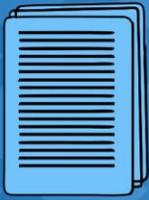
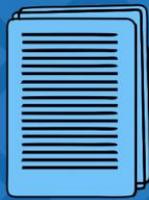
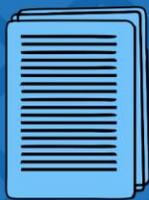
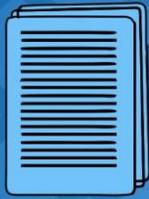
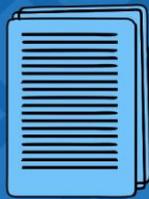
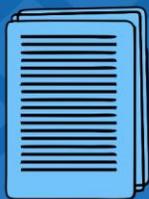
## TRATADOS Y CONVENIOS (CONVENIO DE BASILEA)



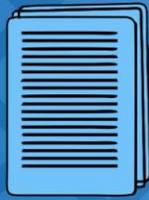
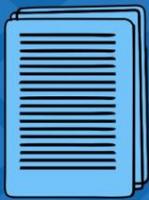


# INSTRUCTIVO DE RECICLAJE PARA MATERIALES DE DISTINTOS TIPOS





# PAPELES Y CARTONES



# PAPELERÍA

ENVOLTURAS, SERVILLETAS, PAPEL PARA EMBALAR ALIMENTOS, ETC.

1

**LIMPIA**

(SIN RESIDUOS DE ALIMENTOS, MADERA NI CUBIERTOS)



2

**APILA**



COMPOSICIÓN

**FIBRA DE MADERA**

SE DEGRADA EN

**1 AÑO**

**31 KG DE RECICLAJE SALVAN UN ÁRBOL ADULTO**

**1 TONELADA RECICLADA AHORRA 4.000 kWh DE ENERGÍA**

**CONSIDERACIONES**

**PAPELES CON OTROS MATERIALES, TALES COMO METALES O PEGAMENTOS NO SE RECICLAN**

# OTROS TIPOS DE PAPELERÍA

PERIÓDICOS, REVISTAS, FOLLETOS O IMPRESOS A COLOR

1

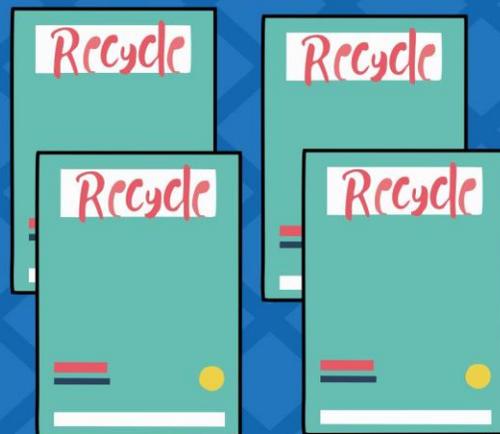
LIMPIA

(SIN RESIDUOS ORGÁNICOS)



2

APILA



COMPOSICIÓN

FIBRA DE  
MADERA

SE DEGRADA EN

1  
AÑO

31 KG  
DE RECICLAJE  
SALVAN UN  
ÁRBOL ADULTO

1 TONELADA  
RECICLADA  
AHORRA  
4.000 kWh  
DE ENERGÍA

CONSIDERACIONES

PAPELES CON OTROS MATERIALES,  
TALES COMO METALES O PEGAMENTOS NO SE RECICLAN

# CARTÓN

CAJAS DE EMBALAJE, CAJAS DE CEREALES,  
TUBOS DE PAPEL HIGIÉNICO.

1

**LIMPIA**

(SIN GRASA O  
RESIDUOS PLÁSTICOS)



2

**DESARMA**



3

**APLASTA**



COMPOSICIÓN

**FIBRA DE  
MADERA**

SE DEGRADA EN

**1  
AÑO**

**15 KG  
DE CARTÓN  
RECICLADO  
SALVAN UN  
ÁRBOL ADULTO**

## CONSIDERACIONES

CAJAS DE CARTÓN PLASTIFICADO (COMO EL DE PRODUCTOS CONGELADOS),  
DETERGENTE EN POLVO, CARTONES ENGERADOS, CAJAS DE PIZZA,  
NO SE RECICLAN.

# ¿CÓMO SE RECICLA EL PAPEL?

RECOLECTA EL PAPEL  
Y SIGUE LOS PASOS MENCIONADOS  
ANTERIORMENTE **1**



DEPOSITA EL PAPEL  
EN LOS RECIPIENTES DE  
RECOLECCION ADECUADOS **2**



**4** ESTAS EMPRESAS  
LO FABRICAN NUEVAMENTE  
Y ESTÁ LISTO PARA USARSE

ENTREGA TODO LO RECOLECTADO  
A UNA EMPRESA DEDICADA  
AL RECICLAJE **3**





# PLÁSTICOS



# ¿COMO SE DEBE RECICLAR EL PLÁSTICO?

1

## IDENTIFICA

QUE TIPO DE PLÁSTICO ES

### RECICLABLES



**PET**  
POLIETILENO  
TEREFTALATO



**HPDE**  
POLIETILENO  
DE ALTA DENSIDAD



**LPDE**  
POLIETILENO  
DE BAJA DENSIDAD



**PP**  
POLIPROPILENO

### NO RECICLABLES



**PVC**  
POLICLORURO  
DE VINILO



**PS**  
POLIESTIRENO



**OTROS**

**TAMPOCO SE RECICLAN  
LOS ENVASES QUE NO TENGAN SELLO**

2

## SIGUE LOS PASOS

**CADA TIPO DE PLÁSTICO TIENE CIERTAS  
RECOMENDACIONES PARA SU RECICLADO,  
DEFINIDAS A CONTINUACION**

# PLÁSTICO PET



**ENVASES DE ALIMENTOS,  
BOTELLAS Y VASOS PARA BEBIDAS**

1

**LIMPIA**  
VACIA Y ENJUAGA  
POR DENTRO Y POR FUERA



2

**SEPARA**  
LAS TAPAS Y ETIQUETAS



3

**APLASTA**  
OCUPA MENOS ESPACIO



COMPOSICIÓN  
TEREFTALATO DE  
POLIETILENO  
(PET O PETE)

SE DEGRADA EN  
ENTRE 100 Y  
1.000 AÑOS

1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
5.774 KW DE  
ENERGÍA

1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
2.604 LITROS  
DE PETRÓLEO

## CONSIDERACIONES

**LOS ENVASES PET QUE NO SON TRASLÚCIDOS, NO SE RECICLAN. EJEMPLO,  
PET NEGRO.**

**LOS ENVASES DE ACEITE Y MAYONESA TAMPOCO SE RECICLAN,  
DEBIDO A QUE EL ACEITE CONTAMINA LOS PROCESOS DE RECICLAJE.  
SI TIENES DIFICULTAD PARA REMOVER LA ETIQUETA, RECORTA EL  
PEDAZO DE PLÁSTICO QUE LA CONTIENE.**

# PLÁSTICO HDPE



**ENVASES DE PRODUCTOS LÁCTEOS  
Y DE LIMPIEZA**

1

**LIMPIA  
VACIA Y ENJUAGA  
POR DENTRO Y POR FUERA**



2

**SEPARA  
LAS TAPAS Y ETIQUETAS**



COMPOSICIÓN  
**POLIETILENO DE  
ALTA DENSIDAD**

SE DEGRADA EN  
**ENTRE 100 Y  
1.000 AÑOS**

**1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
5.774 kWh  
DE ENERGÍA**

**1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
2.604 LITROS  
DE PETRÓLEO**

## CONSIDERACIONES

**SI TIENES DIFICULTAD PARA REMOVER LA ETIQUETA, RECORTA EL  
PEDAZO DE PLÁSTICO QUE LA CONTIENE.**

**¡ES IMPORTANTE QUE LOS ENVASES ESTEN LIMPIOS Y SECOS!**

# PLÁSTICO LDPE

**BOLSAS DE TIPO GABACHA, BOLSAS DE BASURA  
Y ENVOLTURAS**



1

**ASEGURA**  
QUE LAS BOLSAS ESTEN  
SECAS Y LIMPIAS

2

**JUNTARLAS**  
SE PUEDEN JUNTAR EN  
UNA MISMA BOLSA



COMPOSICIÓN  
POLIETILENO DE  
BAJA DENSIDAD

SE DEGRADA EN  
ENTRE 100 Y  
1.000 AÑOS

1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
5.774 KWH  
DE ENERGÍA

1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
2.604 LITROS  
DE PETRÓLEO

## CONSIDERACIONES

**LAS BOLSAS QUE ESTÉN HÚMEDAS O SUCIAS NO SE DEBEN RECICLAR**

**ES FÁCIL EVITAR SU UTILIZACIÓN,  
SOLO LLEVA SIEMPRE CONTIGO UNA BOLSA REUTILIZABLE.**

# PLÁSTICO PP



**TAPAS O ENVOLTURAS PLÁSTICAS,  
ENVASES DE MARGARINA O CONDIMENTOS SIMILARES**

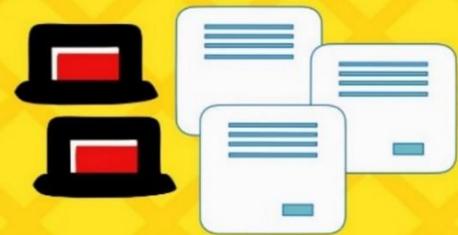
1

**LAVA  
VACIA Y LIMPIA  
POR DENTRO Y FUERA DEL ENVASE**



2

**SEPARA  
LAS TAPAS Y ETIQUETAS**



COMPOSICIÓN  
**POLIPROPILENO**

SE DEGRADA EN  
**ENTRE 100 Y  
1.000 AÑOS**

**1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
5.774 KWH  
DE ENERGÍA**

**1 TON  
DE PLÁSTICO  
RECICLADO  
AHORRA  
2.604 LITROS  
DE PETRÓLEO**

## CONSIDERACIONES

**SI TIENES DIFICULTAD PARA REMOVER LA ETIQUETA,  
RECORTA EL PEDAZO DE PLÁSTICO QUE LA CONTIENE**

**¡LOS ENVASES DEBEN ESTAR LIMPIOS Y SECOS!**

# ¿CÓMO SE RECICLA EL PLÁSTICO?

RECOLECTA EL PLÁSTICO  
Y SIGUE LOS PASOS MENCIONADOS  
ANTERIORMENTE **1**



DEPOSITA EL PLÁSTICO  
EN LOS RECIPIENTES DE  
RECOLECCIÓN ADECUADOS **2**



**4** ESTAS EMPRESAS  
LO FABRICAN NUEVAMENTE  
Y ESTÁ LISTO PARA USARSE

**3** ENTREGA TODO LO RECOLECTADO  
A UNA EMPRESA DEDICADA  
AL RECICLAJE



# LATAS Y METALES

# ALUMINIO

LATAS DE ALUMINIO, JUGOS O SODA

1

**LIMPIA**

VACÍA Y ENJUAGA  
POR DENTRO Y POR FUERA

2

**SECA**

DEJAR SIN RESTOS DE  
LIQUIDOS O ALIMENTOS

3

**APLASTA**

PISANDOLAS PARA REDUCIR  
EL ESPACIO UTILIZADO



COMPOSICIÓN  
**ALUMINIO**

SE DEGRADA EN

**10  
AÑOS**

AHORRO ENERGÉTICO  
CERCANO AL 95%  
EN COMPARACIÓN A  
PRODUCCIÓN CON  
ALUMINIO PRIMARIO

RECICLAR ALUMINIO  
REDUCE IMPACTO  
AMBIENTAL DE  
LA MINERÍA

**CONSIDERACIONES**

**DEBEN ESTAR LIMPIOS: SIN RESTOS DE COMIDA,  
LIQUIDOS O COLILLAS DE CIGARRO**

# METAL

## TAPAS DE GASEOSA, ANILLAS DE LATAS

1

**LIMPIA**  
VACÍA Y ENJUAGA  
POR DENTRO Y POR FUERA



2

**SECA**  
DEJAR SIN RESTOS DE  
LIQUIDOS O ALIMENTOS

COMPOSICIÓN  
**METAL**

SE DEGRADA  
EN MÁS DE  
**30**  
AÑOS

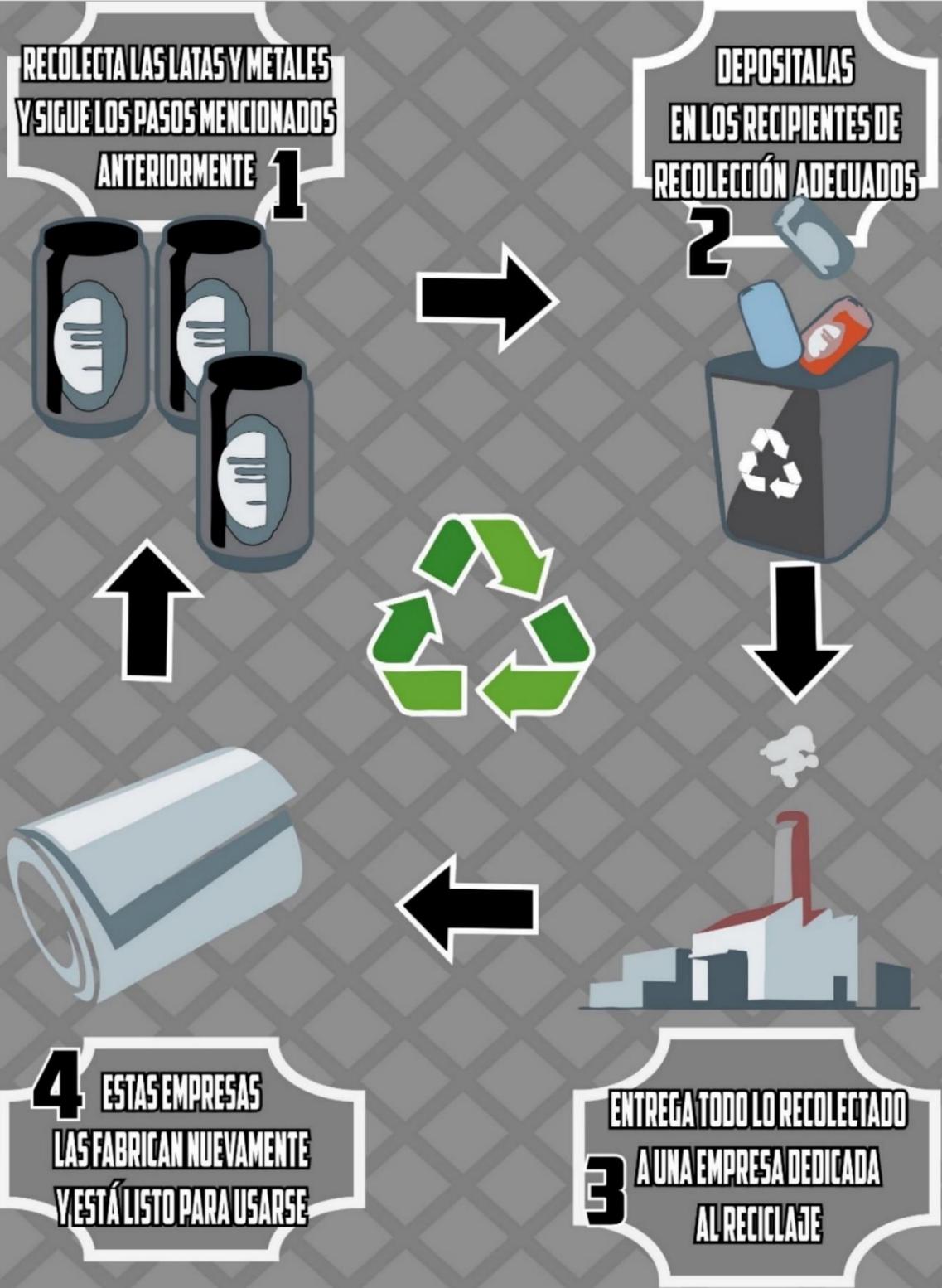
REDUCCIÓN DE  
CONTAMINACIÓN  
DE AGUA Y AIRE

RECICLAR METAL  
REDUCE IMPACTO  
AMBIENTAL DE  
LA MINERÍA

### CONSIDERACIONES

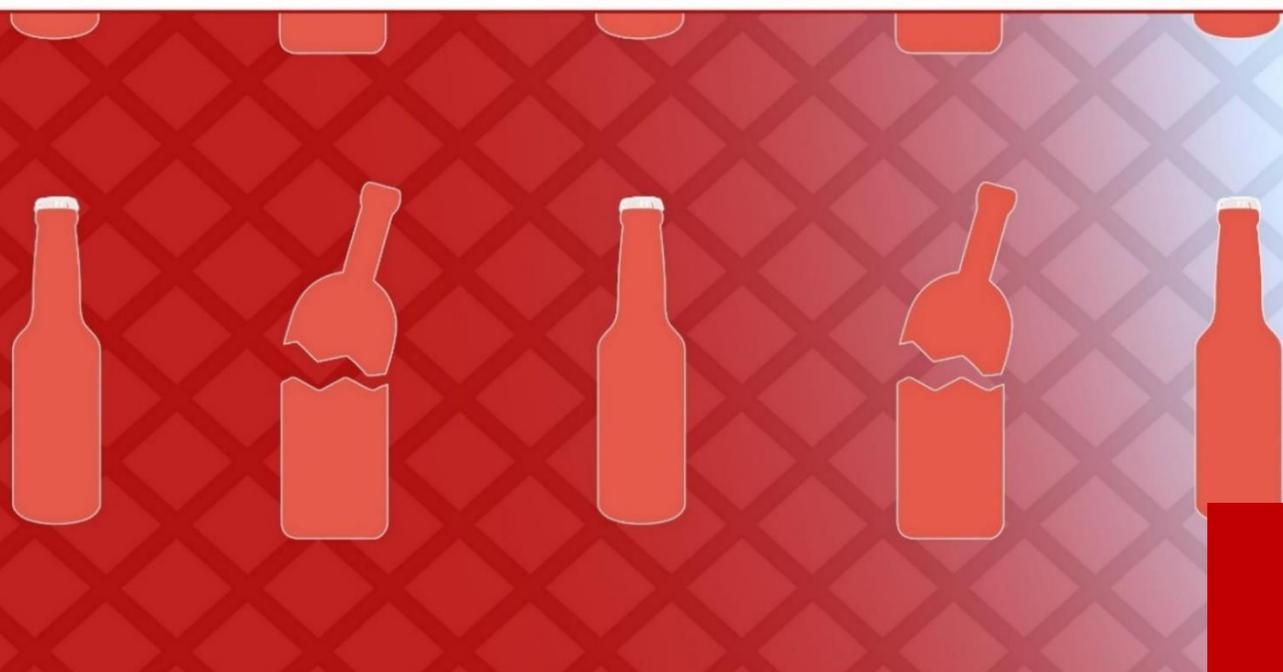
**DEBEN ESTAR LIMPIOS: SIN RESTOS DE COMIDA,  
LIQUIDOS O GRASA**

# ¿CÓMO SE RECICLAN LAS LATAS Y METALES?





# VIDRIO



# VIDRIOS

ENVASES DE GASEOSA, CERVEZA, VASOS, JARROS

1

**PRECAUCIÓN**

SI LOS ENVASES ESTAN ROTOS, TOMAR MEDIDAS DE SEGURIDAD



2

**ENJUAGA**

DEJA SIN RESTOS DE LIQUIDOS O ALIMENTOS



3

**SECA**

Y GUARDA DE FORMA ORDENADA Y SEGURA

COMPOSICIÓN

**VIDRIO**

TIEMPO DE DEGRADACIÓN HASTA EN **4.000** AÑOS

RECICLA 3 ENVASES DE VIDRIO Y AHORRA SUFICIENTE ENERGÍA PARA CARGAR UN SMARTPHONE POR **UN AÑO**

POR CADA 3.000 BOTELLAS RECICLADAS, SE EVITAN 1.000 KG DE RESIDUOS EN RELLENOS SANITARIOS

## CONSIDERACIONES

EL RECICLAJE DE VIDRIO RESCATA EL MATERIAL EN UN 100%

LOS VIDRIOS ROTOS PUEDEN CAUSAR HERIDAS A TU FAMILIA O A LOS RECICLADORES. ¡AGUA CON PRECAUCIÓN!

# ¿CÓMO SE RECICLA EL VIDRIO?

RECOLECTA LOS ENVASES DE VIDRIO  
Y SIGUE LOS PASOS MENCIONADOS  
ANTERIORMENTE **1**



DEPOSITALO  
EN LOS RECIPIENTES DE  
RECOLECCIÓN ADECUADOS **2**



**4** ESTAS EMPRESAS  
LO FABRICAN NUEVAMENTE  
Y ESTÁ LISTO PARA USARSE

ENTREGA TODO LO RECOLECTADO  
**3** A UNA EMPRESA DEDICADA  
AL RECICLAJE

# ¡IMPORTANTE!



**RECUERDA SEGUIR LAS INDICACIONES  
Y COLOCAR TODOS LOS MATERIALES  
EN RECIPIENTES ADECUADOS.**

### **CONTENIDOS DE ESTRATEGIA NÚMERO 3**

- **Objetivos**
- **Envases y embalajes ecológicos**
- **Proveedores nacionales**
- **Contenedores de bambú**
- **Platos de bambú**
- **Bandejas de bambú**
- **Vasos de muestra a base de almidón de maíz**
- **Bowls de almidón de maíz**
- **Vaso biodegradable**
- **Pajilla de fécula de maíz con forro**
- **Removedores de bambú**
- **Papel film**
- **Cubiertos de fécula de maíz**
- **Proveedores internacionales**
- **Cuchillo jumbo de fécula de maíz**
- **Tenedor jumbo de fécula de maíz**
- **Vasos transparentes biodegradables**
- **Tapa domo para vaso transparente**
- **Servilleta ecológica**
- **Tapa transparente plana**
- **Vaso fécula de maíz para bebidas frías**
- **Pajilla black**
- **Plato biodegradable**
- **Contenedor rectangular**
- **Vaso compostable para bebida caliente**
- **Bowl de bagazo de caña**
- **Contenedor hamburguesero de bagazo de caña**

---

**CATÁLOGO ILUSTRADO DE  
ENVASES Y EMBALAJES  
ECOLÓGICOS PARA LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DE  
FOODSERVICE DE LAS  
CABECERAS  
DEPARTAMENTALES DE SAN  
MIGUEL Y USULUTÁN**

---



# ÍNDICE

|  |   |
|--|---|
| Descripción _____                          | ● |
| Objetivos _____                            | ● |
| Envases y embalajes ecológicos _____       | ● |
| Proveedores nacionales _____               | ● |
| Contenedores de bambú _____                | ● |
| Platos de bambú _____                      | ● |
| Bandejas de bambú _____                    | ● |
| Vasos de muestra a base de almidón de maíz |   |
| Bowls de almidón de maíz _____             | ● |
| Vaso biodegradable _____                   | ● |
| Pajilla de fécula de maíz con forro _____  | ● |
| Removedores de bambú _____                 | ● |
| Papel film _____                           | ● |
| Cubiertos de fécula de maíz _____          | ● |
| Proveedores internacionales _____          | ● |
| Cuchillo jumbo de fécula de maíz _____     | ● |
| Tenedor jumbo de fécula de maíz _____      | ● |
| Vasos transparentes biodegradables _____   | ● |
| Tapa domo para vaso transparente _____     | ● |
| Servilleta ecológica _____                 | ● |
| Tapa transparente plana _____              | ● |

- 
- Vaso fécula de maíz para bebidas frías \_\_\_\_\_ ●
  - Pajilla black \_\_\_\_\_ ●
  - Plato biodegradable \_\_\_\_\_ ●
  - Contenedor rectangular \_\_\_\_\_ ●
  - Vaso compostable para bebida caliente \_\_\_\_\_ ●
  - Bowl de bagazo de caña \_\_\_\_\_ ●
  - Contenedor hamburguesero de bagazo de caña \_\_\_\_\_ ●
  - Pajillas de papel comprimido \_\_\_\_\_ ●
  - Servilleta craft \_\_\_\_\_ ●
  - Bandeja eco-amigable \_\_\_\_\_ ●
  - Removedor biodegradable \_\_\_\_\_ ●
  - Vaso ecológico \_\_\_\_\_ ●
  - Comparación de los productos que las empresas de foodservice usan con frecuencia \_\_\_\_\_ ●
  - Selección de las empresas que ofrecen los mejores precios de los productos comúnmente usados por las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután \_\_\_\_\_ ●



# DESCRIPCIÓN

El catálogo está dividido en dos secciones, la primera muestra la variedad de productos que existen en el mercado nacional y la segunda sección muestra los diferentes productos ecológicos que ofrecen las empresas internacionales.

Cada producto cuenta con una tabla de precios, pues los precios varían conforme al tamaño o medidas del producto, en la tabla se muestran estas características con sus especificaciones.



## **OBJETIVOS**

- Informar a las micro y pequeñas empresas de foodservice sobre la variedad de envases y embalajes ecológicos existentes en el mercado nacional e internacional.
- Mostrar al usuario los costos de los productos desechables, a través de una tabla comparativa.
- Proporcionar al usuario una base de datos con los productos más comunes .



## **ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS**

Una de las principales preocupaciones de la actualidad es el medio ambiente y la sostenibilidad. El interés por su conservación ha llegado a todos los rincones de la sociedad e invade todos los sectores. Hasta el packaging, que comienza a abandonar progresivamente los materiales no reciclables ni sostenibles para dar paso a otros sostenibles y que en muchos casos incluso pueden reutilizarse.

La sostenibilidad invade cada vez con más fuerza el mundo del packaging, pero por ahora la presencia de materiales y diseños reciclables en el packaging ecológico se limita sobre todo a envases y embalajes.

A photograph of eco-friendly tableware including a stack of brown paper cups, a large brown paper plate with two wooden forks, and two green and white striped paper straws, all set against a dark wood-grain background with a large green leaf in the upper left corner.

# **PROVEEDORES NACIONALES**

## Contenedores de bambú

**Descripción:** Recipientes ideales para resguardar los alimentos de forma compacta debido a su diseño completo. Es ideal para pequeños restaurantes y comercios con necesidad de empaques durables y biodegradables.

**Proveedor:** BEMISAL



| Medidas     | Cantidad             | Precio   |
|-------------|----------------------|----------|
| 6"x6"       | Paquete 125 unidades | \$26.51  |
|             | Fardo 250 unidades   | \$51.35  |
|             | Caja 500 unidades    | \$99.62  |
| 9"x6"       | Paquete 125 unidades | \$41.96  |
|             | Paquete 250 unidades | \$81.28  |
|             | Paquete 500 unidades | \$94.60  |
| 8"          | Paquete 125 unidades | \$48.03  |
|             | Fardo 250 unidades   | \$93.04  |
|             | Caja 500 unidades    | \$108.30 |
| 8"x3 compt. | Paquete 125 unidades | \$51.80  |
|             | Fardo 250 unidades   | \$100.36 |
|             | Caja 500 unidades    | \$116.32 |
| 9"          | Paquete 125 unidades | \$58.44  |
|             | Paquete 250 unidades | \$113.23 |
|             | Paquete 500 unidades | \$131.79 |
| 9"x3 compt. | Paquete 125 unidades | \$91.10  |
|             | Fardo 250 unidades   | \$136.96 |
|             | Caja 500 unidades    | \$176.48 |



## Platos de bambú



**Descripción:** Platos elaborados a base de materiales orgánicos como bambú y caña de azúcar, por lo cual es un producto compostable y reciclable. Ideales para servir alimentos fríos o calientes, pueden ser utilizados en microondas.

**Proveedor:** BEMISAL



| Medidas | Cantidad             | Precio   |
|---------|----------------------|----------|
| 6"      | Paquete 125 unidades | \$9.67   |
|         | Fardo 250 unidades   | \$18.72  |
|         | Caja 500 unidades    | \$36.32  |
| 9"      | Paquete 125 unidades | \$23.12  |
|         | Paquete 250 unidades | \$44.80  |
|         | Paquete 500 unidades | \$86.92  |
| 10"     | Paquete 125 unidades | \$49.05  |
|         | Fardo 250 unidades   | \$95.03  |
|         | Caja 500 unidades    | \$184.36 |



## Vasos de Muestras a base de almidón de maíz

**Descripción:** Por su diseño son versátiles con su uso. Ideales para salsas, aderezos, muestras de bebidas y helados. Elaborados a bases me materias orgánicas, son productos compostables y reciclables.

**Proveedor:** BEMISAL



| Medidas | Cantidad             | Precio  |
|---------|----------------------|---------|
| 2 oz    | Paquete 125 unidades | \$7.74  |
|         | Fardo 250 unidades   | \$15.01 |
|         | Caja 500 unidades    | \$29.70 |
| 4 oz    | Paquete 125 unidades | \$11.87 |
|         | Paquete 250 unidades | \$23.00 |
|         | Paquete 500 unidades | \$45.52 |



## Vaso biodegradable



**Descripción:** Vaso de foam biodegradable, color blanco y con grabado frontal. Ideal para servir bebidas frías y calientes, resistencia y aislamiento de temperatura al tacto. La presentación se muestra en dos medidas para conveniencia del cliente.

**Proveedor:** DIASA



| Medidas | Cantidad            | Precio |
|---------|---------------------|--------|
| 8 oz    | Paquete 25 unidades | \$3.31 |
| 10 oz   | Paquete 25 unidades | \$5.17 |

## Pajilla de fécula de maíz con forro



**Descripción:** Pajilla elaborada a base de fécula de maíz con forro para mayor inocuidad. Son ideales para restaurantes al ser usadas con bebidas frías, sodas, frappes, etc.

**Proveedor:** DIASA



| Medidas                   | Cantidad             | Precio |
|---------------------------|----------------------|--------|
| Alto 20 cm / diámetro 5mm | Paquete 50 unidades  | \$1.95 |
|                           | Paquete 500 unidades | \$8.95 |



## Cubiertos de fécula de maíz



**Descripción:** Set de Cubiertos  
Retail Biodegradable

- 8 cucharas, 8 tenedores y 8 cuchillos (por paquete)
- Soporta Temperaturas: 20°C a 120°C
- Hecho a base de plantas
  - Biodegradable

**Proveedor:** CO-INDUSTRIAS  
GIGANTE



| Medidas | Cantidad             | Precio  |
|---------|----------------------|---------|
| 13 cm   | Paquete 24 unidades  | \$4.12  |
|         | Paquete 600 unidades | \$44.12 |



The image features a collection of eco-friendly tableware. In the foreground, there are two light brown, textured paper plates. One plate has a paper cup and a paper fork resting on it. Another plate has a paper cup, a paper fork, and a paper knife. The background is a light blue surface with several vibrant green leaves in the upper left corner. The overall aesthetic is clean and sustainable.

# **Proveedores Internacionales**

## Cuchillo jumbo de fécula de maíz



**Descripción:** Cuchillo elaborado a base de fécula de maíz, resistente a la humedad y al microondas. Soporta temperaturas de 20°C a 120°C.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas | Cantidad              | Precio  |
|---------|-----------------------|---------|
| 13 cm   | Paquete 100 unidades  | \$12.51 |
|         | Paquete 1000 unidades | \$50.29 |

## Tenedor Jumbo de fécula de maíz



**Descripción:** Tenedor a base de fécula de maíz, resistente a la humedad y al microondas. Soporta temperaturas de 20°C a 120°C.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas | Cantidad              | Precio  |
|---------|-----------------------|---------|
| 13 cm   | Paquete 100 unidades  | \$12.44 |
|         | Paquete 1000 unidades | \$38.59 |

## Vasos transparentes biodegradables

**Descripción:** Vasos biodegradables transparentes ideal para bebidas frías. No apto para usar en microondas, soporta de los -20°C hasta los 45°C máximo.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas | Cantidad              | Precio   |
|---------|-----------------------|----------|
| 7 oz    | Paquete 50 unidades   | \$18.79  |
|         | Paquete 1000 unidades | \$229.73 |
| 16 oz   | Paquete 50 unidades   | \$20.17  |
|         | Paquete 1000 unidades | \$311.26 |

## Tapa domo para vaso transparente biodegradable

**Descripción:** Ideal para usar en vasos de 12 y 20 oz, tapa elaborada a base de plantas, es compostable. No apto para el uso en microondas, soporta temperaturas de -20°C hasta 45°C máximo.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas       | Cantidad              | Precio   |
|---------------|-----------------------|----------|
| 12 oz y 20 oz | Paquete 100 unidades  | \$16.85  |
|               | Paquete 1000 unidades | \$148.36 |

## Servilleta ecológica



**Descripción:** Servilleta biodegradable elaborada a base de papel reciclado no clorado.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas        | Cantidad   | Precio  |
|----------------|--|---------|
| 12.5 x 12.5 cm | Paquete 500 unidades                               | \$14.44 |
|                | Paquete 6000 unidades<br>(12 paquetes de 500 uni.) | \$80.12 |

## Tapa transparente plana

**Descripción:** Tapa compostable elaborada a base de plantas. No apto para microondas, soporta temperaturas de -20°C hasta 45°C máximo. Ideal para tapar los vasos de 16 oz y el de 24 oz.

**Proveedor:** MexCup



| Medidas       | Cantidad              | Precio   |
|---------------|-----------------------|----------|
| 16 oz y 24 oz | Paquete 100 unidades  | \$12.51  |
|               | Paquete 1000 unidades | \$132.67 |

## Vaso fécula de maíz para bebidas frías



**Descripción:** Vaso pequeño biodegradable elaborado a base de fécula de maíz, no se humedece. Ideal para servir bebidas frías, soporta temperaturas de 20°C hasta 120°C máximo.  
Proveedor: ecoshell



| Capacidad | Cantidad             | Precio  |
|-----------|----------------------|---------|
| 8 oz      | Paquete 400 unidades | \$37.62 |

## Pajilla black



**Descripción:** Soporta temperaturas de -20°C hasta 35°C, no deben ser utilizadas con bebidas calientes. Son compostables con un periodo de degradación de 45 días, elaboradas a base de plantas. Ideales para bebidas calientes como frappes, café helado, smoothies, etc

Proveedor: ecoshell



| Medidas | Cantidad               | Precio   |
|---------|------------------------|----------|
| 20.4 cm | Paquete 50 unidades    | \$19.27  |
|         | Paquete 10000 unidades | \$193.13 |

## Plato biodegradable



**Descripción:** El plato es resistente al calor y al frío, por su diámetro puede soportar bastante comida. Está elaborado a base de plantas.

**Proveedor:** Packgreen



packgreen

| Medidas          | Cantidad            | Precio |
|------------------|---------------------|--------|
| Diámetro 25.4 cm | Paquete 50 unidades | \$8.86 |

## Contenedor rectangular



**Descripción:** Contenedor clamshell (almeja) de bagazo de caña. El contenedor cuenta con 2 divisiones, son muy útiles para platillos que deben mantenerse separados. (Falta título descripción)

**Proveedor:** packgreen



packgreen

| Medidas                                   | Cantidad             | Precio  |
|---|----------------------|---------|
| Rectangular 9" x 6"<br>(22.86 x 15.24 cm) | Paquete 50 unidades  | \$16.30 |
|   | Paquete 250 unidades | \$66.27 |

## Vaso compostable para bebida caliente



**Descripción:** Ideal para bebidas calientes, no obstante, puede ser utilizado para bebidas frías y también frozen y helado.

**Proveedor:** packgreen



packgreen

| Capacidad   | Cantidad              | Precio  |
|-------------|-----------------------|---------|
| 8 oz/250 ml | Paquete 50 unidades   | \$4.93  |
|             | Paquete 1000 unidades | \$78.95 |

## Bowl de bagazo caña



**Descripción:** Este tazón es ideal para cocteles, papas fritas, sopas y otros alimentos. Cuenta con un borde pequeño alrededor para facilitar su agarre. Es adecuado tanto para contenidos fríos y calientes.

**Proveedor:** packgreen



packgreen

| Capacidad      | Cantidad              | Precio  |
|----------------|-----------------------|---------|
| 12 oz (355 ml) | Paquete 50 unidades   | \$4.26  |
|                | Paquete 1000 unidades | \$67.87 |

## Contenedor hamburguesero de bagazo de caña



**Descripción:** Estos recipientes están hechos de material resistente y pueden contener hamburguesas de gran tamaño, también es ideal para sándwiches y otros platillos pequeños.

**Proveedor:** packgreen



packgreen

| Medidas                     | Cantidad             | Precio  |
|-----------------------------|----------------------|---------|
| 6"x6" (15.24 cm x 15.24 cm) | Paquete 50 unidades  | \$9.87  |
|                             | Paquete 500 unidades | \$79.05 |

## Pajillas de papel comprimido



**Descripción:** pajillas biodegradables empacadas en estuches individuales, son ideales para bebidas frías. No liberan ningún sabor adicional a la bebida.

**Proveedor:** packgreen

packgreen



| Medidas | Cantidad                      | Precio |
|---------|-------------------------------|--------|
| 24 cm   | Paquete 200 unidades por caja | \$6.77 |

## Servilleta craft

**Descripción:** Servilleta biodegradable interdoblada, para dispensador, tipo craft. Resistente a la humedad.

**Proveedor:** packgreen



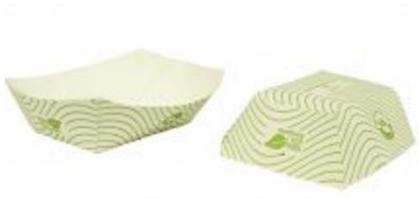
packgreen

| Medidas    | Cantidad              | Precio  |
|------------|-----------------------|---------|
| 33 x 33 cm | Paquete 500 unidades  | \$5.08  |
|            | Paquete 6000 unidades | \$48.96 |

## Bandeja eco-amigable

**Descripción:** Bandeja elaborada a base de cartón reciclado, especialmente tratado, es amigable con el medio ambiente e ideal para servir botanas o algunas especialidades de pan.

**Proveedor:** succasa



SUCASA



| Medidas | Cantidad                  | Precio |
|---------|---------------------------|--------|
| 4"x5"   | Paquete 20 de 50 unidades | \$3.10 |

## Removedor biodegradable



**Descripción:** Removedor sin forro. Útil para bebidas frías y calientes. No les proporciona ningún sabor a las bebidas y es amigable con el medio ambiente.

**Proveedor:** succasa



| Medida | Cantidad              | Precio |
|--------|-----------------------|--------|
| 12 cm  | Paquete 1000 unidades | \$7.12 |

## Vaso ecológico



**Descripción:** Vaso ecológico elaborado a base de cartón reciclado, previamente tratado, apto para servir bebidas frías.

**Proveedor:** succasa



| Capacidad | Cantidad            | Precio |
|-----------|---------------------|--------|
| 12 oz     | Paquete 25 unidades | \$1.30 |
| 16 oz     | Paquete 25 unidades | \$1.55 |



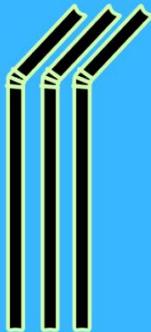
## COMPARACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE LAS EMPRESAS DE FOODSERVICE USAN CON FRECUENCIA

A continuación se muestra un cuadro comparativo que permitirá al usuario hacer una valoración de las opciones que tiene disponibles para hacer la selección del producto que más se adapta a su necesidad.

| N° | CONTAMINANTES |        |                 | ECOLÓGICOS NACIONALES |         |                       | ECOLÓGICOS INTERNACIONALES |         |           |
|----|---------------|--------|-----------------|-----------------------|---------|-----------------------|----------------------------|---------|-----------|
|    | Nombre        | Precio | Proveedor       | Nombre                | Precio  | Proveedor             | Nombre                     | Precio  | Proveedor |
| 1  | Pajillas      | \$0.75 | Termo encogiles | Pajillas              | \$1.95  | DIASA                 | Pajillas                   | \$6.77  | Packgreen |
| 2  | Bandejas      | \$1.00 | Foam            | Bandejas              | \$28.19 | BEMISAL               | Bandejas                   | \$3.08  | Succasa   |
| 3  | Servilletas   | \$0.90 | Foam            | Servilletas           | \$2.07  | BEMISAL               | Servilletas                | \$5.08  | Packgreen |
| 4  | Cubiertos     | \$0.60 | Foam            | Cubiertos             | \$4.12  | Co-Industrias Gigante | Cubiertos                  | \$12.44 | MexCup    |
| 5  | Platos        | \$1.00 | Foam            | Platos                | \$9.67  | BEMISAL               | Platos                     | \$8.86  | Packgreen |
| 6  | Vasos         | \$0.75 | Foam            | Vasos                 | \$3.31  | DIASA                 | Vasos                      | \$1.30  | Succasa   |

**SELECCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN LOS MEJORES  
PRECIOS DE LOS PRODUCTOS COMÚNMENTE USADOS POR  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE FOODSERVICE DE LAS  
CABECERAS DEPARTAMENTALES DE SAN MIGUEL Y  
USulután**

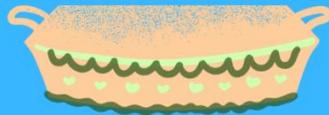
**PAJILLAS**



La empresa salvadoreña, DIASA, ofrece las pajillas a un menor precio que las demás empresas

| Cantidad             | Precio |
|----------------------|--------|
| Paquete 50 unidades  | \$1.95 |
| Paquete 500 unidades | \$8.95 |

**BANDEJAS**



La empresa guatemalteca, SUCCASA, ofrece las bandejas a un menor precio que las demás empresas.

| Cantidad                  | Precio |
|---------------------------|--------|
| Paquete 20 de 50 unidades | \$3.10 |

**SERVILLETAS**



La empresa mexicana, PACKGREEN, ofrece las servilletas a un menor precio que las demás empresas.

| Cantidad              | Precio  |
|-----------------------|---------|
| Paquete 500 unidades  | \$5.08  |
| Paquete 6000 unidades | \$48.96 |

## CUBIERTOS



La empresa mexicana, CO-INDUSTRIAS GIGANTE, ofrece los cubiertos a un menor precio que las demás empresas.

| Cantidad             | Precio  |
|----------------------|---------|
| Paquete 24 unidades  | \$4.12  |
| Paquete 600 unidades | \$44.12 |

## PLATOS



La empresa mexicana, PACKGREEN, ofrece las servilletas a un menor precio que las demás empresas.

| Cantidad             | Precio  |
|----------------------|---------|
| Paquete 125 unidades | \$9.67  |
| Fardo 250 unidades   | \$18.72 |
| Caja 500 unidades    | \$36.32 |

## VASOS



La empresa guatemalteca, Succasa, ofrece los vasos de 8 oz a un menor precio que las demás empresas.

| Cantidad            | Precio |
|---------------------|--------|
| Paquete 25 unidades | \$1.30 |
| Paquete 25 unidades | \$1.55 |

# CONCLUSIÓN

El catálogo muestra los diferentes productos ecológicos existentes en el mercado nacional e internacional y las diferentes empresas que fabrican y distribuyen dichos productos.

Se muestra una comparación entre los precios de los productos desechables ecológicos y los desechables tradicionales para saber la diferencia monetaria que tienen éstos productos entre sí.

Esperando que los usuarios puedan conocer los productos ecológicos y los precios de éstos productos. Siempre teniendo en mente la contaminación que los desechables tradicionales provocan día con día.

**6.1.4 Estrategia N° 4: Manual de Selección y evaluación de proveedores y catálogo de proveedores nacionales e internacionales de envases y embalajes ecológicos para la micro y pequeña empresa en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.**

#### **CONTENIDO DE ESTRATEGIA NÚMERO 4**

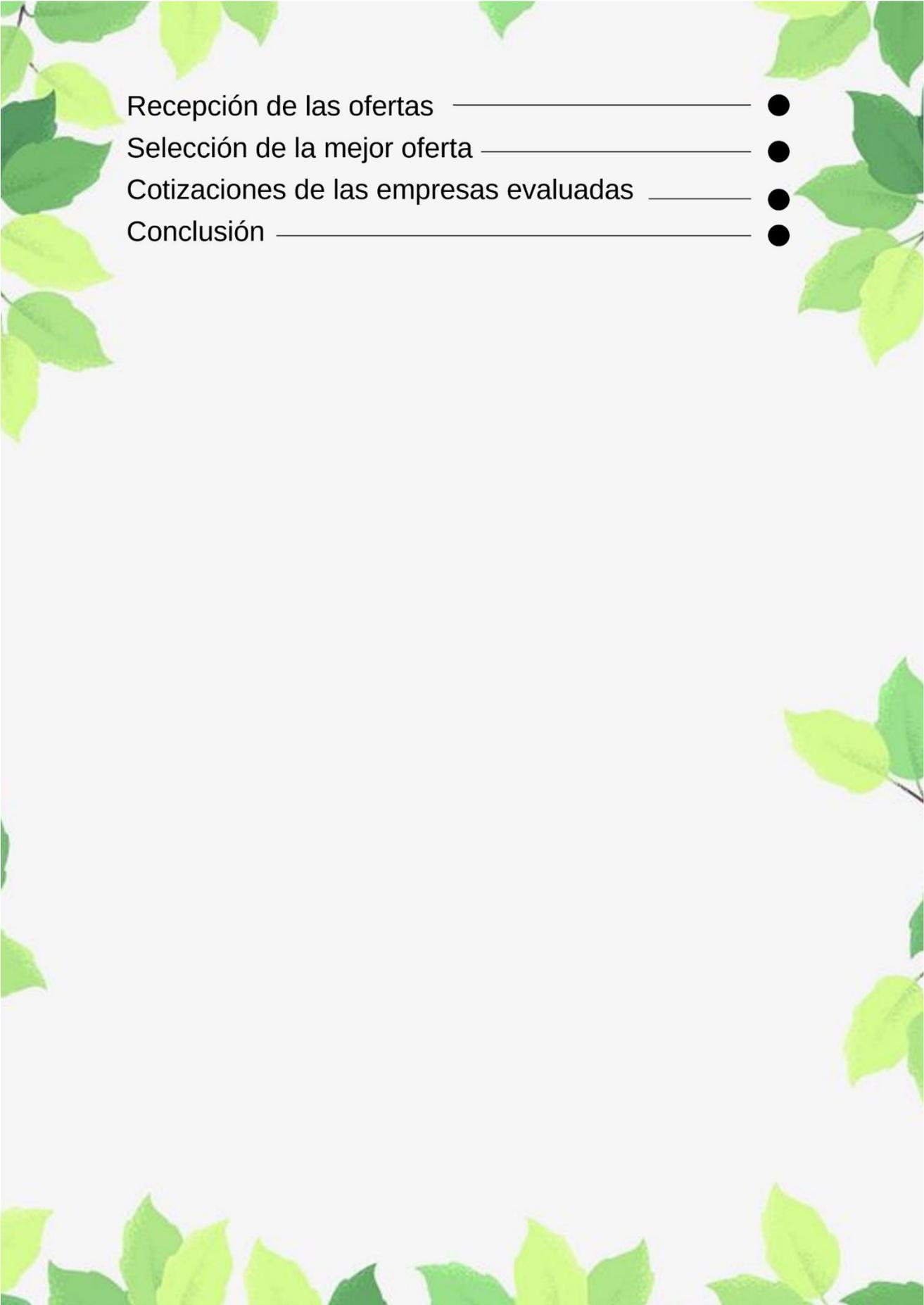
- Descripción
- Objetivos
- ¿Es importante la evaluación y selección de proveedores?
- ¿En qué consiste la evaluación y selección de proveedores?
- ¿Cómo se lleva a cabo la evaluación y selección de proveedores?
- Criterios para seleccionar a los proveedores
- ¿Existe algún método para realizar la selección y evaluación de proveedores?
- Simbología ANSI en un esquema de selección y evaluación de proveedores
- Pasos para realizar la selección de proveedores a través de Simbología ANSI
- Descripción de los pasos para realizar la selección y evaluación de proveedores a través de Simbología ANSI
- Descripción de los pasos para realizar la selección y evaluación de proveedores a través de Simbología ANSI
- Descripción
- Proveedores nacionales
- Proveedores internacionales
- Caso práctico de selección y evaluación de proveedores de envases y embalajes ecológicos
- Enunciado
- Búsqueda de proveedores nacionales e internacionales
- Recepción de las ofertas
- Selección de la mejor oferta
- Cotizaciones de las empresas evaluadas
- Conclusión



**MANUAL DE  
SELECCIÓN Y  
EVALUACIÓN DE  
PROVEEDORES DE  
ENVASES Y EMBALAJES  
ECOLÓGICOS PARA LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DE  
FOODSERVICE DE LAS  
CABECERAS  
DEPARTAMENTALES  
DE SAN MIGUEL Y  
USULUTÁN**

# ÍNDICE

|   |   |
|---|---|
| Descripción _____   | ● |
| Objetivos _____   | ● |
| ¿Es importante la selección y evaluación de<br>proveedores? _____                                 | ● |
| ¿En qué consiste la selección y evaluación de<br>proveedores? _____                               | ● |
| ¿Cómo se lleva a cabo? _____  | ● |
| Criterios para seleccionar a los proveedores _____  | ● |
| ¿Existe algún método para realizar la selección y<br>evaluación de proveedores? _____             | ● |
| Simbología ANSI en un esquema de selección y<br>evaluación de proveedores _____                   | ● |
| Pasos para realizar la selección de proveedores con<br>simbología ANSI _____                      | ● |
| Descripción de los pasos para realizar la selección y<br>evaluación de proveedores _____          | ● |
| Simbología ANSI _____   | ● |
| Caso práctico de selección y evaluación de<br>proveedores de envases y embalajes ecológicos _____ | ● |
| Enunciado _____   | ● |
| Búsqueda de proveedores nacionales e<br>internacionales _____                                     | ● |

- 
- Recepción de las ofertas \_\_\_\_\_ ●
  - Selección de la mejor oferta \_\_\_\_\_ ●
  - Cotizaciones de las empresas evaluadas \_\_\_\_\_ ●
  - Conclusión \_\_\_\_\_ ●

# DESCRIPCIÓN

La selección y evaluación de proveedores permite conocer la efectividad de las empresas que les proporcionan los productos que utilizan y la posibilidad de ampliarse a nuevos mercados.

El manual tiene la función de dar a conocer a las micro y pequeñas empresas de foodservice el proceso para realizar la selección y evaluación de proveedores de envases y embalajes ecológicos.



# OBJETIVOS

- **General:**

Brindar al usuario una herramienta que le permita realizar la selección y evaluación de proveedores de envases y embalajes ecológicos.

- **Específicos:**

1. Conocer los requisitos que se deben cumplir al momento de seleccionar y evaluar proveedores de envases y embalajes ecológicos.
2. Identificar los proveedores que cumplan con los requisitos establecidos y formar relación entre ellos.

# ¿Es importante la selección y evaluación de proveedores?

La evaluación a proveedores se debe realizar constantemente en una empresa para asegurar que estos no se desvíen del objetivo que tiene con su cliente, por ello existen herramientas que se pueden considerar, utilizando parámetros que se adecúan a las necesidades de las empresas, por ejemplo el tiempo de respuesta que solicitan, costes del servicio, calidad de productos, innovación entre otros.





## ¿En qué consiste la selección y evaluación de proveedores?



Es un proceso que las micro y pequeñas empresas de foodservice deben realizar para identificar los proveedores de envases y embalajes ecológicos con los que se adecúen.



## ¿Cómo se lleva a cabo?



Se realiza una búsqueda exhaustiva de los posibles proveedores de envases y embalajes ecológicos tomando en cuenta criterios importantes que los candidatos deben cumplir.



# Criterios para seleccionar a los proveedores

¿Porqué es necesario tener criterios para evaluar a los proveedores?

Para realizar el proceso de selección y evaluación de proveedores es necesario y conveniente establecer criterios que las empresas sometidas a evaluación deben cumplir en un 100% o acercarse a esa meta, para poder elegir al mejor proveedor.

- Calidad del producto (puntos: 20)
- Características (puntos: 10)
- Garantía (puntos: 15)



## CALIDAD

## CONDICIONES ECONÓMICAS

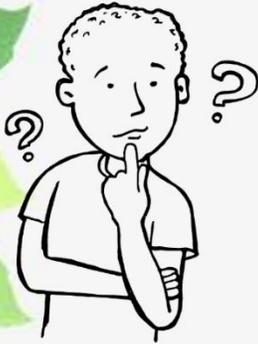


- Precios (puntos: 15)
- Forma de pago (puntos: 10)
- Descuentos (puntos: 10)

- Plazos de entrega (puntos: 10)
- Tiempo de garantía (puntos: 10)



## OTRAS CONDICIONES



## ¿Existe algún método para realizar la selección y evaluación de proveedores?

Existen muchos métodos para seleccionar y evaluar proveedores. los más utilizados son:

- Método de decisión final.
- Método de precalificación.

El más utilizado es el método de precalificación. Este consiste en reducir la base de proveedores hacia un conjunto más pequeño de proveedores posibles



## **Simbología ANSI en un esquema de selección y evaluación de proveedores**

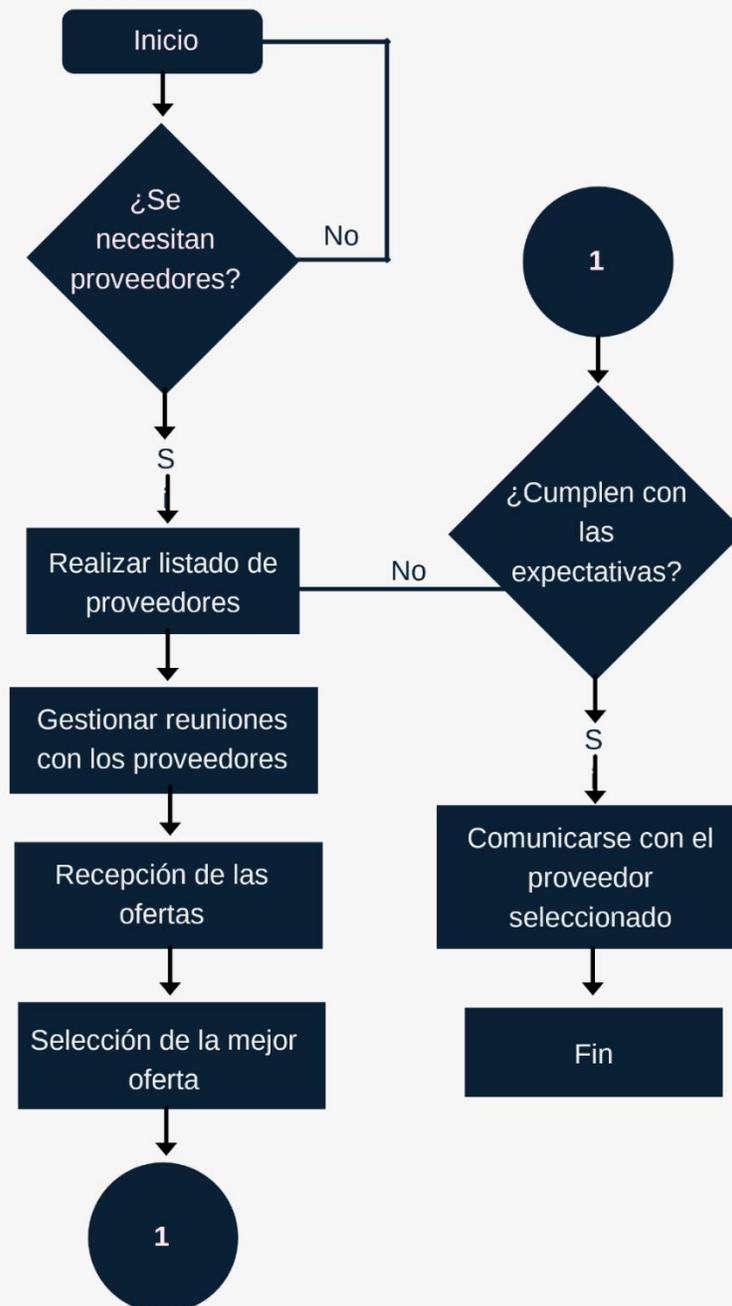


El Instituto Nacional de Normalización ha desarrollado una simbología para que sea empleada dentro de las empresas, con el propósito de representar los flujos de información o procesos que deben realizar.

Para poder comprender la estructura de un flujograma ANSI es necesario conocer la simbología y saber en qué momento utilizarla.

Al momento de realizar la selección y evaluación de proveedores las micro y pequeñas empresas de foodservice deben realizar un flujograma para que puedan tener bien establecidos los parámetro y el orden en que harán dicha selección.

# Pasos para realizar la selección de proveedores con simbología ANSI



## Descripción de los pasos para realizar la selección y evaluación de proveedores

| Figuras  | Descripción del proceso  |
|--|--|
|  <p>¿Se necesitan proveedores ?</p>       | <p>La empresa inicia con la necesidad de adquirir envases y embalajes ecológicos, para ello se somete al proceso de realizar la selección y evaluación de proveedores.</p> |
| <p>Realizar listado de proveedores</p>   | <p>Una vez vista la necesidad es necesario hacer un listado con las empresas participantes.</p>  |
| <p>Gestionar reuniones con los proveedores</p>   | <p>El encargado del área de compras realiza la gestión con los posibles proveedores y establece fechas para concertar las reuniones.</p>                                   |
| <p>Recepción de las ofertas</p>  | <p>Las ofertas son revisadas y analizadas de manera detallada para poder tomar una decisión.</p>   |
| <p>Selección de la mejor oferta</p>  | <p>El personal encargado de analizar las ofertas las comparará para poder tomar la mejor oferta realizada por las empresas.</p>  |
|  <p>¿Cumplen con las expectativas ?</p> | <p>Después de hacer la selección se realiza un análisis basado en los criterios establecidos para conocer si las empresas participantes cumplen con dichos requisitos.</p> |
| <p>Comunicarse con el proveedor seleccionado</p>   | <p>Una vez el proceso ha finalizado, el encargado de compra notificará a la empresa seleccionada para poder realizar la negociación.</p>                                   |

# Simbología ANSI

| Símbolos  | Descripción del proceso  |
|---|--|
|    | Indica el inicio o terminación de un flujo. Puede ser acción o lugar.  |
|    | Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas. |
|    | Actividad. Indica las funciones que desempeñan las personas involucradas en el proceso.                                    |
|   | Documento. Representa un documento en general que entre o salga del flujograma.  |
|  | Archivo. Indica que se guarda un documento de forma temporal o permanente.   |
|  | Conector de página. Representa una conexión o enlace dentro de otra página en la que continúa el diagrama.                 |
|  | Líneas de flujo. Conecta los símbolos señalando el orden en el que se deben realizar las distintas operaciones.            |
|  | Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.             |



**CATÁLOGO DE PROVEEDORES NACIONALES E INTERNACIONALES DE ENVASES Y EMBALAJES ECOLÓGICOS PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE FOODSERVICE DE LAS CABECERAS DEPARTAMENTALES DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN**



## DESCRIPCIÓN

El presente catálogo está diseñado para los propietarios o encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, con el fin que los empresarios tengan información sobre los proveedores de productos desechables ecológicos en mercados nacionales e internacionales.

En el catálogo primeramente encontraremos los proveedores nacionales de envases y embalajes ecológicos (platos, vasos, tenedores, pajillas, cucharas, contenedores, otros).

Y como segundo punto se encuentran todas las empresas internacionales que proveen productos desechables ecológicos.

Para ambas partes se describe la información de los proveedores, como también cuales son los productos desechables que las empresas proporcionan.



## PROVEEDORES NACIONALES



CARVAJAL EMPAQUES



2248 - 7800



El Salvador



Kilómetro 10.5 carretera al Puerto de La Libertad.

Santa Tecla, La Libertad, El Salvador.



<https://elsalvador.carvajalempaques.com/contacto.php>

Grupo Carvajal es una empresa multinacional, especializada en el diseño, producción y comercialización de envases sostenibles, innovando y personalizando cada uno de los productos según sean requeridos por sus clientes.

## Gama de productos que ofrece



Vasos bio 8 onz,  
10, onz, 16 onz.



Platos # 8, 9, 10.



Platos bio, # 8, 9,  
10.



Contenedor  
converpro bio,  
6x6, 7x7, 8x8.



Cuchara mediana  
50x40x25.



Tenedor  
5x40x25.



Cuchillo med  
5x40x25.

# PROVEEDORES NACIONALES



TOTO S.A. DE C.V



(503) 2325-868



info@toto.com.sv



El Salvador



Km 28 ½ Carretera a Santa Ana.  
Cantón Sitio del Niño, San Juan  
Opico, La Libertad, El Salvador,  
Centro América.



<https://toto.com.sv>

Es una empresa 100% salvadoreña, apasionada por brindar innovación en la industria del plástico a nivel nacional e internacional. Ya son cincuenta años de trayectoria los que nos preceden, y con orgullo podemos asegurar que brindamos calidad en cada etapa de nuestro ciclo de operación.

## Gama de productos que ofrece



Bolsas para recolectar  
basura,  
30 x 38, 18 x 19 y 24  
x 48.



Bolsas de  
gabacha  
# 1, 2, 3.



Bolsas  
transparentes, 8  
x 12, 5 x 8.

# PROVEEDORES NACIONALES



Es una empresa dedicada a la elaboración de productos desechables ecológicos.

Bemisal, está impulsada a crear alternativas de empaques sostenibles y menos contaminantes, como también crear conciencia entre sus clientes, empleados y consumidores sobre el impacto del empaque en el medio ambiente. Comprometida a contribuir a la reducción al uso de materias primas plásticas.



BEMISAL



2206-9292



info@bemisal.com



El Salvador



63 avenida Sur, Pasaje #1,  
Edificio Markay #20, Local #7,  
Colonia Escalón, San  
Salvador, El Salvador



<https://www.bemisal.com>

## Gama de productos que ofrece



Contenedor  
de 8.



Vaso 8  
onz.



Platos, 6, 9, 10  
pulgadas, 3  
compartimientos.



Recipientes de  
6x6, 9x6, 8x3  
compt, 9, 9x3.



Bandejas, 16  
onz, 24 onz, 36  
onz.



Vasos de  
muestra, 2 onz, 4  
onz.

# PROVEEDORES NACIONALES



DIASA



2523-4411, 7919-6265



info@diasaonline.com



El Salvador



<http://www.diasaonline.com/>

Diasa es una empresa sostenible con el medio ambiente, comprometida con la satisfacción y las necesidades de sus clientes. Brindando una amplia gama de productos desechables ecológicos de la más alta calidad y amigables con nuestros ecosistemas.

## Gama de productos que ofrece



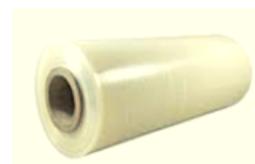
Vasos, 8 onz,  
10 onz.



Pajillas fécula de  
maíz, alto 20 cm /  
5mm diámetro.



Removedor de  
bebidas  
calientes, 10cm.



Papel film, 12 x  
2000cm.



Comiderabio # 8,  
9.



Platos bio # 6, 9.



Bandeja # 6.

# PROVEEDORES NACIONALES



CO- INDUSTRIA es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de productos desechables, ofreciendo a sus clientes los insumos necesarios para cumplir sus actividades comerciales, CO-INDUSTRIA cuenta con una amplia experiencia en la elaboración de desechables y responsabilidad medio ambiental.



CO- INDRUSTIAS  
GIGANTE S.A DE C.V.



2228-1314



ventas@gigante.com.sv



El Salvador



9 calle Poniente 1-8 Santa  
Tecla, El Salvador



<https://www.gigante.com.sv/>

## Gama de productos que ofrece



Removedor de  
fécula de maíz,  
alto 12 cm / 4 mm  
diámetro.



Bolsas de papel.



Tenedores,  
cucharas,  
cuchillos.

# PROVEEDORES NACIONALES



DESECHABLES DIVERSOS



2271-2878



El Salvador



<https://desechablesdiversos.com/online/contacto/>

Es una empresa 100% salvadoreña, apasionada por brindar innovación en la industria del plástico a nivel nacional e internacional. La empresa cuenta con 50 años de trayectoria en la elaboración de productos amigables con el medio ambiente, brindando calidad y buen servicio para sus clientes.

## Gama de productos que ofrece



Envase térmico,  
16 onz, 32 onz.



Vaso coffee time,  
10 onz, 4 onz, 12  
onz y 16 onz.



Vaso tropical  
polipapel, 16 onz.



Vaso doble papel  
Kraft, 8 onz, 16  
onz.



Vaso  
transparente, 12  
onz, 14 onz, 16  
onz.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



Es una empresa con alta gama de productos y servicios de impresión. Los productos van desde vasos impresos y productos de línea hechos a la medida. La empresa cuenta con la maquinaria especializada para la impresión de sus productos desechables exclusivamente para alimentos



MEXCUP



(55) 5514 7395



ventas@mexcup.com.mx



México



Río Lerma # 94, Piso 3 Col.  
Cuauhtémoc, Dlg. Cuauhtémoc, CP  
06500 Ciudad de México, México



<http://mexcup.com.mx/servicios/>

## Gama de productos que ofrece



Servilleta  
ecológica,  
12.5 x 12.5  
cm.



Vasos  
transparente  
biodegradables,  
8 Onz.



Vasos cristalinos  
transparente  
biodegradables, 6  
onz, 8 Onz.



Vasos de cartón, 6  
onz, 8 onz, 10 onz.



Cucharas, Pajillas,  
Tenedores y Cuchillos  
biodegradables.



Contenedores  
biodegradables, 8,  
9.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



ECOSHEL  
BIODEGRADABLES



(+52) 55 5261 8863



ayudaonline@ecosshell.com.  
mx



México



<https://www.ecosshell.com.mx>

Ecoshell es la empresa líder en México gracias a la más amplia gama de empaques, bolsas y desechables hechos a base de plantas que logran biodegradarse de 90 a 240 días sin dejar residuos tóxicos en el medio ambiente gracias que los microorganismos se alimentan de los productos logrando reintegrarlos a la naturaleza.

## Gama de productos que ofrece



Vasos de fécula de  
maíz, 4 onz, 6 onz  
y 8 onz.



Tenedores, Cucharas  
y Cuchillos  
biodegradables.

Contenedores de  
fibra, # 9.

Popotes,  
biodegradables.



Platos  
biodegradables #  
6, 8, 10.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



Packgreen es una empresa comercializadora de productos desechables biodegradables, cuenta con una amplia gama de insumos para las empresas que se dedican a la venta de alimentos preparados.



PACKGREEN



33 12 02 29 55



ventas@packgreen.com.mx



México



Av. de los Pinos 352, CP.  
45120 Zapopan Jalisco  
México.



<https://packgreen.com.mx>

## Gama de productos que ofrece



Bandejas, 9" x 6"  
(22.86 x 15.24 cm).



Vasos, 8 oz/250 ml.



Recipientes, 6" x 6"  
(15.24 cm x 15.24  
cm).



Tazón, 12 oz (355  
ml).



Pajillas  
biodegradables, 24  
cm.



Servilleta  
biodegradable, 33  
x 33.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



**BIOECO**

**DESECHABLES BIODEGRADABLES**



BIOECO



33 2886 3031



ventas@grupobioeco.com.mx



México



<https://www.grupobioeco.com.mx>

Es una empresa mexicana consciente de la situación ambiental actual del mundo. Por lo cual, ofrece una amplia gama de productos ecológicos y soluciones de calidad que cambian los hábitos de sus clientes para un planeta más limpio.

## Gama de productos que ofrece



Vasos biodegradables de 4 onz, 6 onz, 10 onz.



Cubiertos y Cuchillos biodegradables.



Contenedor biodegradable con división # 8, 9.



Charola biodegradable.



Platos biodegradables, 6, 8, 9.



Vaso transparente con tapa.



Popotes biodegradables, 20 cm.



Contenedor para ensalada, biodegradable.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



Es una empresa dedicada a la comercialización de artículos desechables e insumos varios, a los sectores del ramo alimenticio, industrial y comercial; brindando a sus clientes productos innovadores, complementados con un servicio de calidad y atención personalizado.



SUCCASA



4205 - 5555



servicioalcliente@succasa.com



Guatemala



10 calle 26-20 zona 4 de Mixco, finca El Naranja



<https://succasa.com.gt/>

## Gama de productos que ofrece



Servilleta, 33 x 33.



Porta comida, 8 x 8, 7 x 7.



Removedor biodegradable, 12 cm.



Vaso ecológico, 12 onz, 16 onz.



Cubiertos ecológicos.



Bandeja, # 6, 8 y 9.



Plato #6, 8, 9.

# PROVEEDORES INTERNACIONALES



WECARE



800 333 5555



México



<https://wecareproducts.com.mx>

Es una empresa pionera en las categorías de productos amigables con el medio ambiente, brindando a sus clientes una amplia gama de desechables ecológica, cumpliendo con la responsabilidad del cuidado de los ecosistemas naturales.

## Gama de productos que ofrece



Platos lisos, de 15 cm, a 25 cm.



Charola botanera, 8 x 6 x 1.5.



Contenedor liso, 8x8x3 a 9x9x3.



Contener 3 compartimientos, 8x8x3 a 9x9x3.



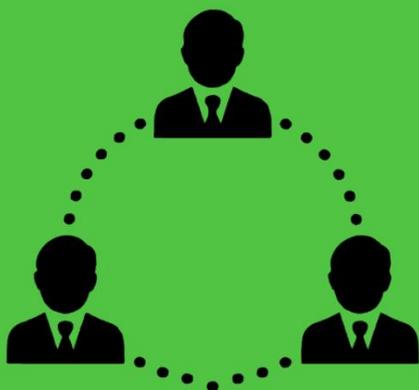
Vasos térmicos de 8 onz a 20 onz.



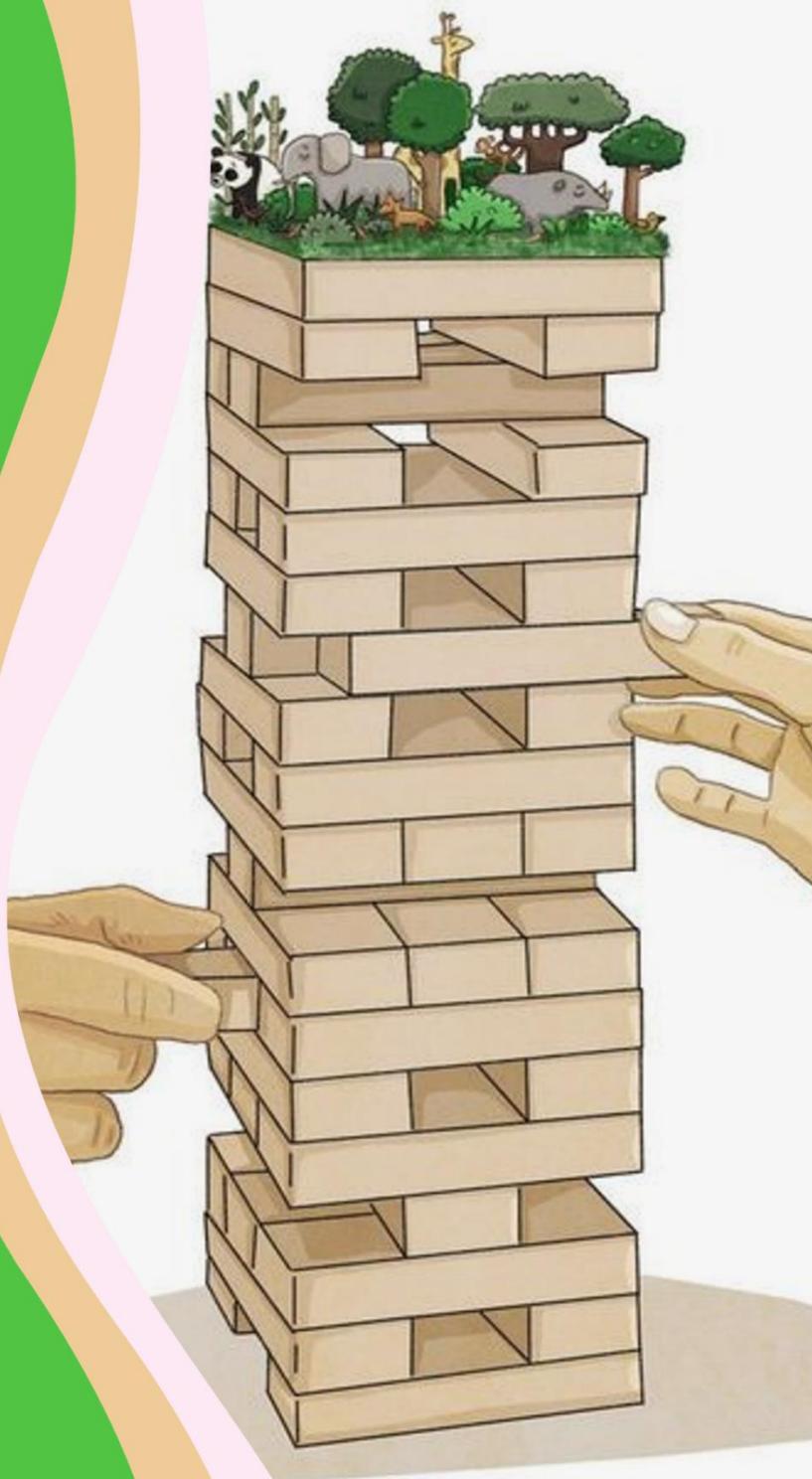
Pajillas ecológicas.



Cucharas ecológicas, 2.8 g / 130 mm a 25 g / 160 mm.



**Caso práctico de  
selección y  
evaluación de  
proveedor de  
envases y  
embalajes  
ecológicos**



## Enunciado



La empresa Nova, Café & Bistro necesita realizar el proceso de selección y evaluación de proveedores de envases y embalajes ecológicos, ya que el proveedor con el que cuenta actualmente no está cumpliendo con los requisitos que la empresa Nova, Café & Bistro solicita, entre ellos costos de adquisición, tiempo de entrega, modalidad y tiempo de pago, calidad y variedad de los productos.





← ..... →

## Búsqueda de proveedores nacionales e internacionales

← ..... →

### Proveedor Nacional

BEMISAL en el afán de fabricar productos amigables con el medioambiente creó BEMISAL, empresa dedicada exclusivamente a la fabricación de envases y embalajes desechables ecológicos.



**BEMISAL**®

BEMISAL posee una amplia gama de productos ecológicos aptos para ser usados por empresas del rubro de foodservice.

### Proveedor Internacional

Packgreen es una empresa dedicada a la importación y comercialización de envases y embalajes ecológicos. La empresa cuenta con una prestigiosa reputación y es pionera en la comercialización exclusiva de productos responsables con el ambiente.



packgreen

## Recepción de las ofertas

### Ficha Técnica

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>Nombre</b>    | Bemisal  |
| <b>Teléfono</b>  | 503 6062-5609  |
| <b>País</b>      | El Salvador  |
| <b>Dirección</b> | 63 Avenida Sur, Pasaje #1, Edificio Markay #20, Local #7, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador |
| <b>Sitio web</b> | <a href="https://empakalo.com/">https://empakalo.com/</a>  |

### Producto

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Artículo</b>        | Contenedor desechable   |
| <b>Precio</b>          | \$81.28   |
| <b>Cantidad</b>        | 250 unidades  |
| <b>Características</b> | Contenedor de bambú, ideal para guardar todo tipo de alimentos. |

### Condiciones comerciales

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| <b>Forma de pago</b>    | Contado |
| <b>Plazo de pago</b>    | 1 días  |
| <b>Descuento</b>        | 6%      |
| <b>Plazo de entrega</b> | 2 días  |

## Ficha Técnica

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>Nombre</b>    | Packgreen   |
| <b>Teléfono</b>  | 33 12 02 29 55  |
| <b>País</b>      | México  |
| <b>Dirección</b> | Av. de los Pinos 352, CP. 45120 Zapopan Jalisco México.           |
| <b>Sitio web</b> | <a href="https://packgreen.com.mx/">https://packgreen.com.mx/</a> |

## Producto

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Artículo</b>        | Contenedor desechable   |
| <b>Precio</b>          | \$66.27   |
| <b>Cantidad</b>        | 250 unidades  |
| <b>Características</b> | Contenedor de bagazo de caña, cuenta con 2 divisiones, es muy útil para platillos que deben mantenerse separados. |

## Condiciones comerciales

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| <b>Forma de pago</b>    | Contado |
| <b>Plazo de pago</b>    | 2 días  |
| <b>Descuento</b>        | 7%      |
| <b>Plazo de entrega</b> | 8 días  |

## Selección de la mejor oferta

Los requisitos que la empresa Nova, Café & Bistro ha decidido tomar en cuenta y que son de suma importancia son:

1. Calidad del producto
2. Condiciones económicas
3. Otras condiciones (plazo de entrega, tiempo de garantía).

### Proveedor Nacional

#### CRITERIOS CUMPLIDOS POR LA EMPRESA BEMISAL

| Criterios              | Puntos establecidos | Puntos cumplidos |
|------------------------|---------------------|------------------|
| Calidad del producto   | 45                  | 35               |
| Condiciones económicas | 35                  | 15               |
| Plazo de entrega       | 10                  | 10               |
| Tiempo de garantía     | 10                  | 10               |
| <b>Total</b>           | <b>100</b>          | <b>70</b>        |

## Proveedor Internacional

| CRITERIOS CUMPLIDOS POR LA EMPRESA PACKGREEN |                     |                  |
|--|---------------------|------------------|
| Criterios                                    | Puntos establecidos | Puntos cumplidos |
| Calidad del producto                         | 45                  | 45               |
| Condiciones económicas                       | 35                  | 25               |
| Plazo de entrega                             | 10                  | 10               |
| Tiempo de garantía                           | 10                  | 10               |
| <b>Total</b>                                 | <b>100</b>          | <b>90</b>        |

Ambos proveedores ofrecen buenas ofertas, pero sin lugar a dudas el proveedor que ofrece una mejor oferta es el internacional Packgreen.

Packgreen ofrece mejores condiciones y cumple con los requisitos establecidos, obteniendo mayor cantidad de puntos cumplidos, acercándose más al total de puntos establecidos como requisito. El precio del contenedor es sin duda alguna, mejor que el de la contraparte, al igual que la calidad del producto y las demás condiciones que se les pidieron como requisito.

## Cotizaciones de las empresas evaluadas



BEMISAL en el afán de fabricar productos amigables con el medioambiente creó Empakalo, empresa dedicada exclusivamente a la fabricación de envases y embalajes desechables ecológicos.  
Dirección: Edif Markay Pie 1 Ent 63 y 65 Av Sur 24 Col Escalón, San Salvador - San Salvador.  
Teléfono: (+503) 2206 9292) - (+503) 2279 2651)  
Página Web: [www.bemisal.com](http://www.bemisal.com)

### COTIZACIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ESOLÓGICOS

FECHA: Lunes 04 de octubre de 2021

| CÓDIGO | DESCRIPCIÓN         | PRESENTACIÓN | PRECIO UNITARIO |
|--------|---------------------|--------------|-----------------|
| 182532 | Contenedor de bambú | 9x6"         | \$0.38          |

## Cotizaciones de las empresas evaluadas

packgreen

Empresa dedicada a la importación y comercialización de productos desechables biodegradables para servicios de hostelería, comida rápida, restaurante y comedores industriales, establecida en 2011.

Dirección: Av de los Pinos 352, CP. 45120 Zapopan, Jalisco, México.

Teléfono: 331-202-2955, 331-202-2970 y 800-467-2442

Página Web: [www.packgreen.com](http://www.packgreen.com)

### COTIZACIÓN DE ENVASES Y EMBALAJES DESECHABLES ESOLÓGICOS

FECHA: Lunes 04 de octubre de 2021

| CÓDIGO | DESCRIPCIÓN         | PRESENTACIÓN | PRECIO UNITARIO |
|--------|---------------------|--------------|-----------------|
| 385274 | Contenedor de bambú | 9x6"         | \$0.29          |

# CONCLUSIÓN

La finalidad del manual es mostrar a las micro y pequeñas empresas de foodservice como se realiza la selección y evaluación de proveedores, los puntos importantes que se deben tomar en cuenta y conocer la existencia de la simbología ANSI y la importancia que esta simbología tiene al momento de realizar el proceso.

También se muestra un caso práctico de la micro y pequeña empresa, Nova Café & Bistro, que realiza el proceso de selección y evaluación de proveedores para que el usuario tenga un ejemplo de cómo realizar dicha evaluación.

El catálogo detalla la información de los proveedores nacionales e internacionales de envases y embalajes ecológicos, cómo también la descripción de los productos biodegradables disponible para sus clientes.

Durante la investigación, se identificó la variedad de insumos desechables ecológicos proporcionados en mercados nacionales e internacionales, para las empresas dedicadas a la comercialización de alimentos preparados.

Con el catálogo, los propietarios o encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, tendrán conocimiento de los proveedores y la amplia gama de producto desechables ecológicos para poder sustituir los



**MANUAL DE IMPORTACIÓN DE  
ENVASES Y EMBALAJES  
ECOLÓGICOS PARA LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DE  
FOODSERVICE DE LAS  
CABECERAS DEPARTAMENTALES  
DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN**

## Contenido

|  |   |
|--|---|
| Introducción   | • |
| Objetivos  | • |
| Objetivo general   | • |
| Objetivos específicos  | • |
| Base legal   | • |
| Glosario   | • |
| Procesos para realizar una importación                                   | • |
| Paso número 1: registrarse como importador en el ministerio de hacienda. | • |
| Procesos para el registro de importadores                                | • |
| Paso número 2: elegir el exportador o proveedor.                         | • |
| Mercancía para importar.   | • |
| Definir el incoterm.   | • |
| Paso número 3: elegir el puerto de origen.                               | • |
| Paso número 4: puerto destino de las mercancías.                         | • |
| Maniobras de desembarque del contenedor.                                 | • |
| Revisión física de la carga.   | • |
| Entrega de la tarifa de seguridad por contener lleno.                    | • |
| Paso número 5: obligaciones del agente aduanal                           | • |
| Recepción de documentos.   | • |
| Clasificación de las mercancías.   | • |
| Elabora declaración de mercancías.                                       | • |
| Calcular los aranceles de la importación.                                | • |
| Cancelación de la declaración de mercancías.                             | • |
| Selectividad de las mercancías.  | • |
| Caso práctico para el cálculo de impuestos.                              | • |
| Conclusión   | • |

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años las micro y pequeñas empresas en El Salvador se han familiarizado con más intensidad con el comercio exterior independientemente de su rubro. Sin embargo, no existe una institución dedicada a orientar a las micro y pequeñas empresas sobre los procesos de necesarios para realizar importaciones de insumos.

En el caso de las micro y pequeñas empresas de foodservice que utilizan diferentes insumos para elaborar sus productos, es una ventaja competitiva cotizar los precios que el mercado internacional ofrece ya que muchos de estos insumos en el país son más caros que en el mercado internacional.

Para orientar a las micro y pequeñas empresas sobre el proceso de importación de insumos se ha elaborado un manual de importación de envases y embalajes ecológicos para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

Este manual contiene todos los pasos y la información necesaria para que el usuario pueda realizar una importación de insumos ecológicos. La información abarca desde el proceso de registro como importador en el Ministerio de Hacienda, hasta el despacho aduanero explicando en cada paso los requisitos que se debe cumplir para llevarse a cabo, así como la documentación requerida para dicho proceso.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Elaborar un manual de importación de envases y embalajes ecológicos para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

### **Objetivos Específicos**

- Brindar a las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, un manual de importación para que los encargados de estos establecimientos tengan el conocimiento del proceso al momento de realizar una compra internacional.
- Describir cada uno de los pasos a considerar al momento de realizar una importación para que los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice tengan claro el proceso.
- Desarrollar un caso práctico del cálculo de impuestos de importación para que los propietarios puedan sacar estimaciones de los derechos que deberán pagar al importar insumos desechables.

## **BASE LEGAL**

*Como fundamento del presente manual de importación se han utilizado las siguientes leyes.*

- *Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA).*
- *Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA).*
- *Ley de Registro de Importadores.*
- *Ley de Simplificación Aduanera.*
- *Recopilación de Leyes Aduaneras.*

## GLOSARIO

**IMPORTACIÓN:** Introducción definitiva de mercancías provenientes del exterior para su consumo local.

**IMPORTADOR:** Persona quien compra las mercancías objeto de importación.

**EXPORTADOR:** Persona quien se encarga de fabricar las mercancías para su posterior venta.

**TRANSPORTE:** Medios que se utilizan para movilizar las mercancías de un lugar a otro.

**ADUANA:** Realiza los servicios administrativos responsables de la aplicación de la legislación aduanera y la percepción de los tributos a la importación y exportación como aplicar otras leyes.

**DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS:** El acto efectuado de forma prescripta por el servicio aduanero, mediante el cual los interesados expresan libre y voluntariamente al régimen el cual se someten las mercancías y aceptan las obligaciones que este impone.

**FACTURA COMERCIAL:** Documento emitido por el vendedor, con el fin de amparar la compra de los productos adquiridos por el comprador, detallando el producto, cantidad, precios y el total de la compra.

**FAUCA:** Formulario aduanero único centroamericano, este documento ampara las mercancías de origen de los estados parte en la región centroamericana.

**DECLARANTE:** Es la persona que efectúa o el nombre de la cual se efectúa una declaración de mercancías con conformidad en el código aduanero y su reglamento.

**ARANCEL:** Es el impuesto que se paga a los derechos de importación y exportación de mercancías.

**AGENTE DE ADUANAS:** El agente de aduanas es un auxiliar autorizado para actuar habitualmente, en nombre de terceros en los trámites, regímenes y operaciones aduaneras, con las condiciones y requerimientos establecidos en el código aduanero y su reglamento.

**MERCANCÍAS:** Consiste en todos los insumos que pueden ser comercializados para los fines que el consumidor desee emplear.

**INCOTERM:** Los incoterms son términos utilizados en el comercio internacional, los cuales se utilizan para establecer las obligaciones del comprador y las del vendedor.

**CANAL SELECTIVIDAD VERDE:** La selectividad verde consiste en que cuando los sistemas de riesgo utilizados por la administración aduanera arrojen este color, las mercancías no pasan a revisión, también se le denomina levantamiento automático

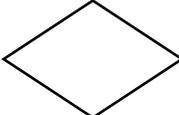
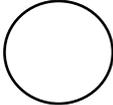
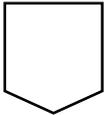
**CANAL SELECTIVIDAD ROJA:** Todas las mercancías que el sistema de aduanas selecciona con este color, deberán ser revisadas de manera física por el personal de aduana.

**MANIOBRA:** Consiste en las manipulaciones de las mercancías para ser cargadas o descargadas del medio de transporte.

## PROCESOS PARA REALIZAR UNA IMPORTACIÓN

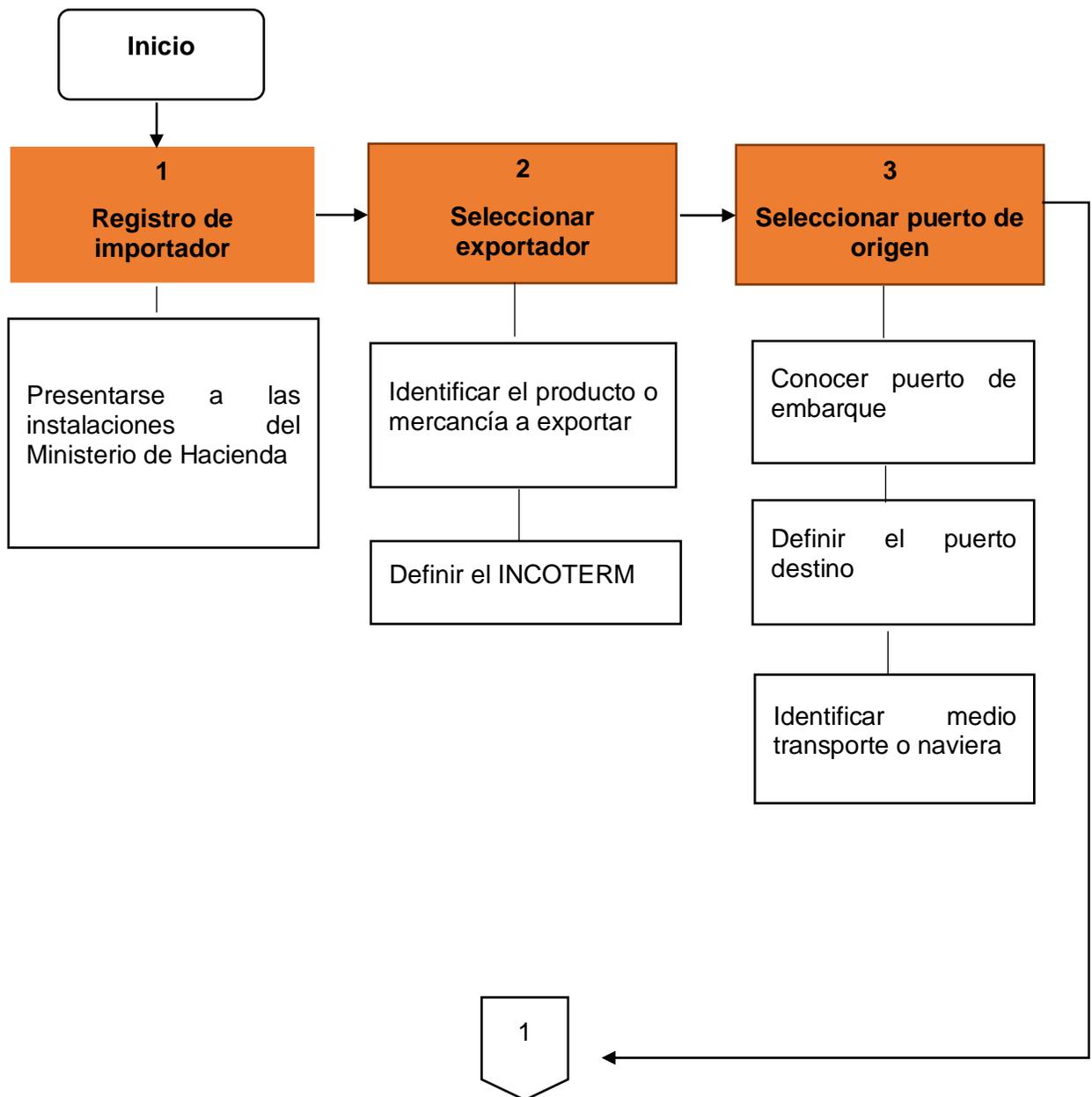
Para los flujogramas creados en este documento, se desarrollarán haciendo uso de la simbología ANSI.

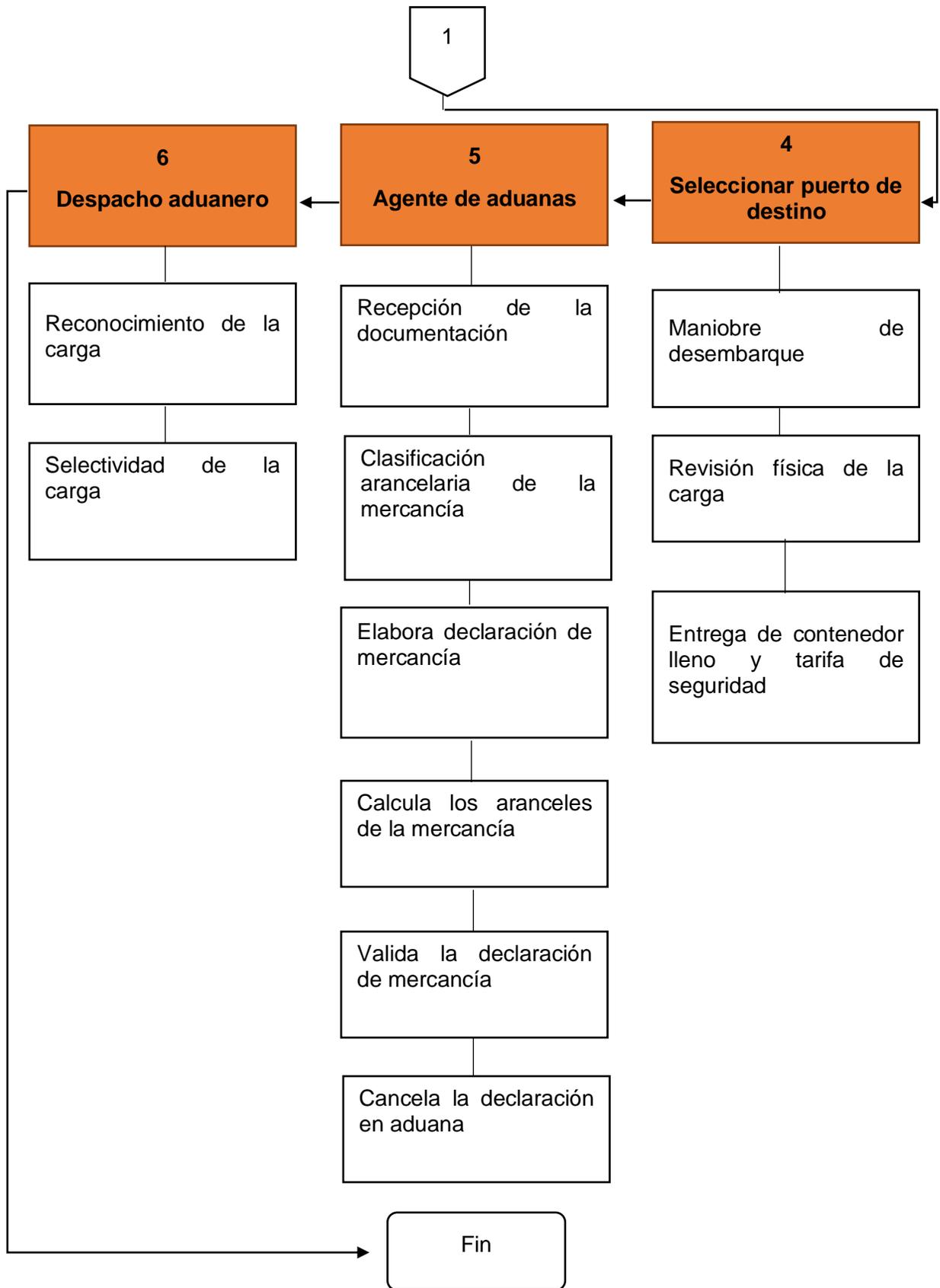
American National Standard Institute (ANSI), desarrolló una simbología para ser empleada en los procedimientos electrónicos de datos, con el propósito de presentar los flujogramas de información, de la cual se adoptó algunos símbolos para la elaboración de los diagramas de flujo dentro del trabajo, así dar el seguimiento a cada uno de los procesos que se deben de realizar para cumplir las actividades.

| SÍMBOLO   | NOMBRE             | DESCRIPCIÓN   |
|---|--------------------|---|
|    | Inicio o Fin       | Señala donde inicia o termina un procedimiento.   |
|    | Actividad          | Representa la ejecución de una o más tareas de un procedimiento.  |
|   | Decisión           | Indica las opciones que se pueden seguir en caso de que sea necesario tomar caminos alternativos.   |
|  | Conector           | Mediante el símbolo se pueden unir, dentro de la misma hoja, dos o más tareas separadas, el diagrama de flujo, utiliza números arábigo que indican la tarea a seguir. |
|  | Conector de página | Mediante el símbolo se pueden unir; cuando las tareas son separadas en diferentes páginas, usa número arábigo para indicar la tarea a seguir.                         |
|  | Documento          | Representa un documento o cualquier escrito.  |

Para el proceso de importación de mercancías provenientes del exterior, se deberán de realizar una serie de pasos para el cumplimiento a las actividades legalmente establecidas por las diferentes normas del comercio exterior.

Para que los encargados de compra o propietarios de las micro y pequeñas empresas de foodservice conozcan sobre el proceso que se debe realizar para una importación, se muestra la siguiente estructura.





## **PASO NÚMERO 1: REGISTRARSE COMO IMPORTADOR EN EL MINISTERIO DE HACIENDA.**

Según lo establecido en el artículo 1 de la ley de registro de importadores, todas las personas naturales o jurídicas que se quieran dedicar a la importación de mercancías para fines comerciales o sus actividades, se deberán registrar ante el Ministerio de Hacienda para poder dedicarse a la importación de productos.

Para efecto del párrafo anterior, las personas naturales o jurídicas que no estén inscritas en la dirección general de aduanas no podrán realizar las operaciones de importación cuando excedan el monto establecido en la ley de equipaje de viajero. El cual el artículo cuatro de la ley establece, que se podrá introducir mercancías con excepción de los pagos de impuesto si el valor de la mercancía no es inferior a los \$1,000.00, dorales de los Estados Unidos de norte América.

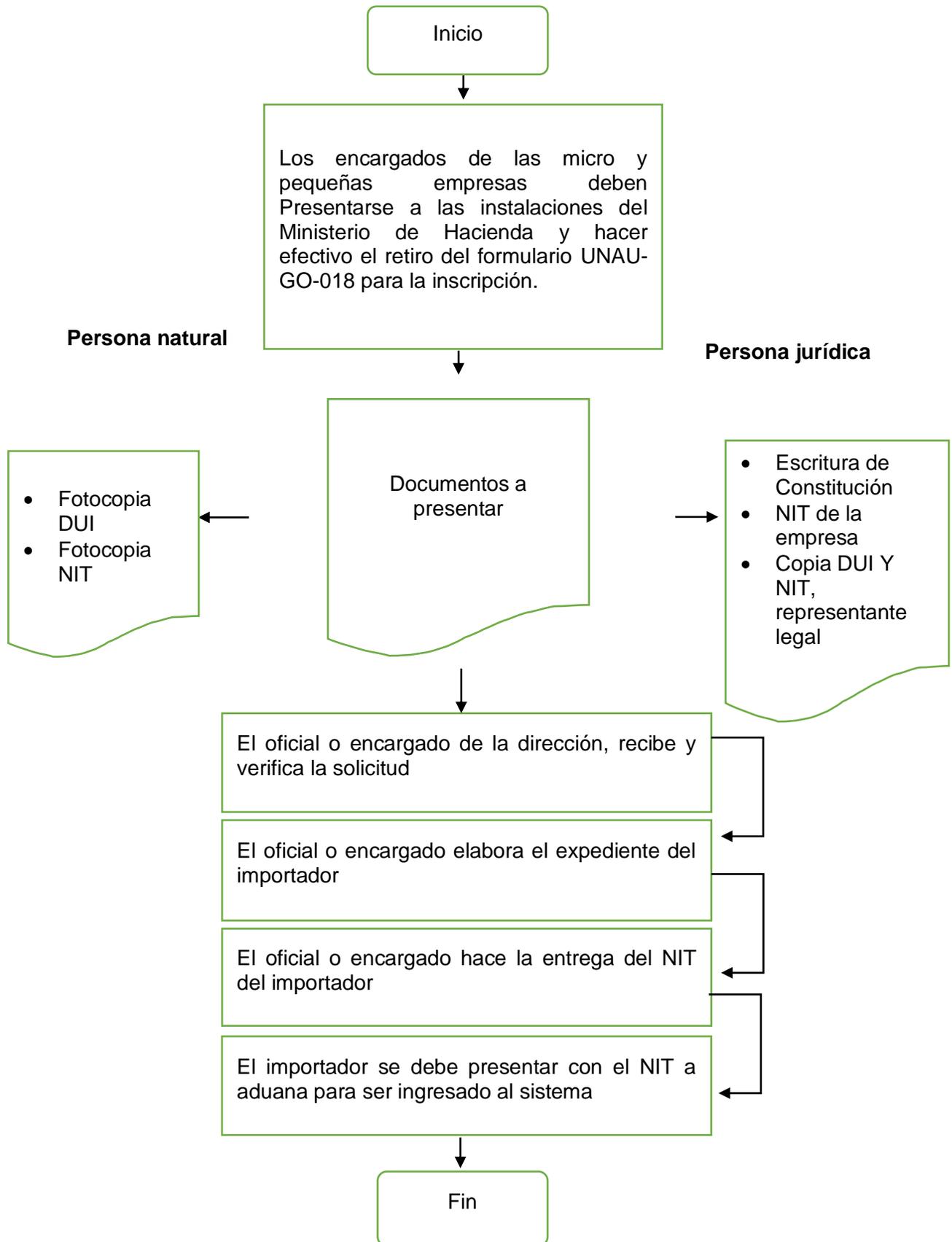
Procesos para el registro de importadores

Para el registro como importador, las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután que quieran registrarse ante el Ministerio de Hacienda y poder importar sus productos desechables biodegradables, para el cumplimiento de sus actividades comerciales, deberán presentar la siguiente información.

- a. Nombre, denominación o razón social del importador.
- b. Dirección exacta de las oficinas del importador.
- c. Dirección para recibir las notificaciones.
- d. Número de teléfono, fax o correo electrónico.
- e. Dirección exacta y ubicación de las bodegas, patios o establecimientos de cualquier tipo, incluyendo casas de habitación u otro lugar destinado para recibir, almacenar, procesar o transbordar la mercancía que se importa, sea en forma temporal o definitiva.

A continuación, se detalla mediante un flujograma, como deben de realizar el proceso de registro de importadores las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután.

Revisar la utilización de símbolos en los flujogramas, hacen uso del símbolo de decisión, pero no es toma de decisión



## **PASO NÚMERO 2: ELEGIR EL EXPORTADOR O PROVEEDOR.**

En este paso los encargados de compras o los propietarios de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, deberán de seleccionar los proveedores con los cuales realizarán la importación de los productos desechables ecológicos.

### **Mercancía para importar.**



Una vez seleccionados los proveedores que cumplan las características, que los propietarios o encargado de compras de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután requieren, estos deberán de acordar con el exportador sobre el producto a importar.

Entre los cuales se debe de detallar los siguientes puntos.

Producto para importar.

Cantidad de los productos a importar.

Precio de los productos a importar.

Formas de pago.

Plazo de importación.

Descuentos.

Otros.

## Definir el INCOTERM.

Los incoterms son términos de comercio internacional, fueron creados por la Cámara de comercio Internacional (ICC). Con el fin de establecer las responsabilidades que competen a cada una de las partes involucradas en el proceso de importación de mercancías. Así lográndose evitar conflictos entre importador y exportador por falta de una normativa que defina las obligaciones de cada una de las partes.

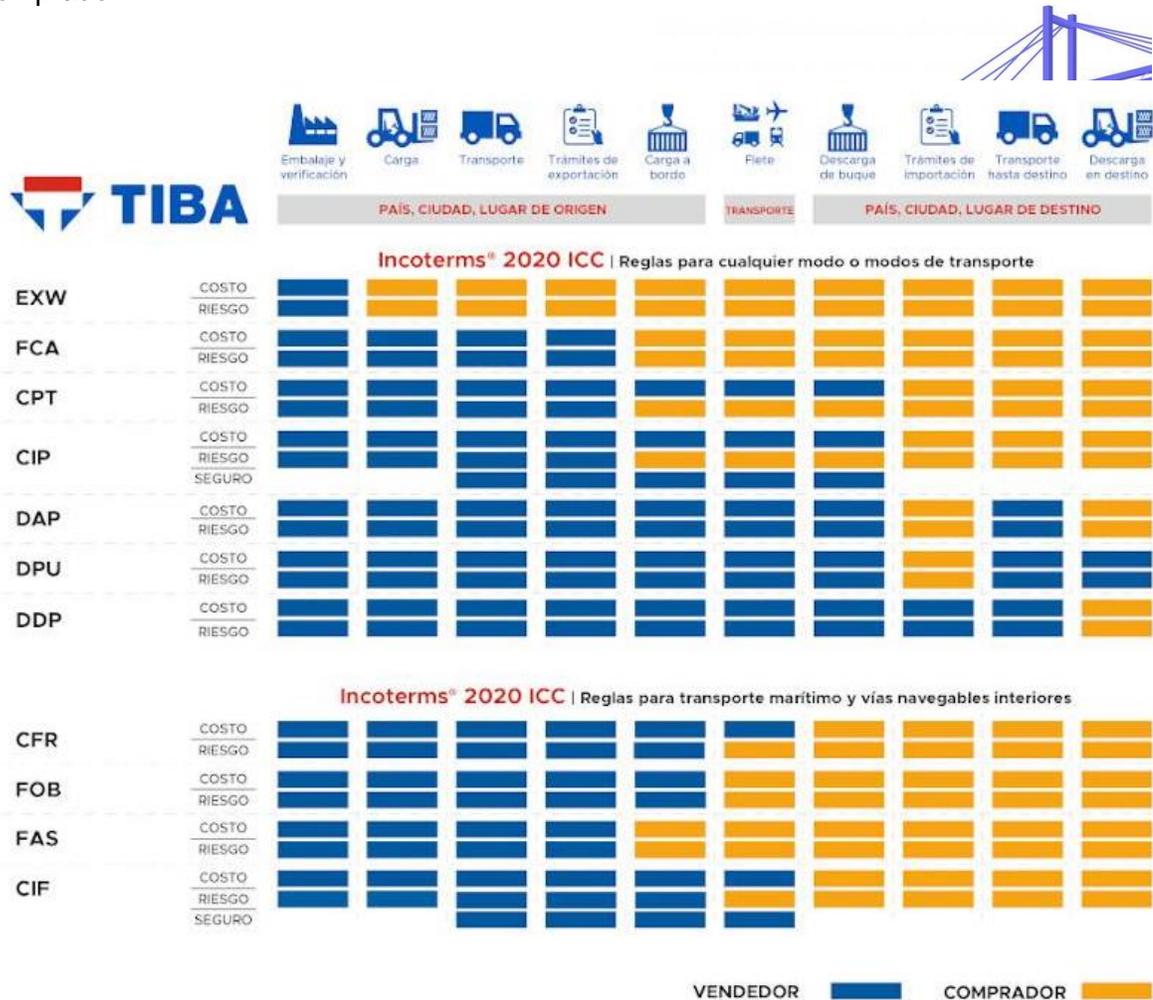
Para el conocimiento de los INCOTERMS, se desarrolla la descripción de cada uno de ellos. Así los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, tengan conocimiento de las responsabilidades que compete a cada una de las partes participantes.

| <b>DESCRIPCIÓN DE LOS INCOTERMS 2020</b>       |   |
|--|---|
| <b>INCOTERM</b>                                | <b>RESPONSABILIDAD</b>  |
| <b>En fabrica (EXW)</b>                        | Vendedor: El exportador o vendedor hace entrega de las mercancías en su propia fábrica, es el comprador quien se encarga de recoger el producto en las instalaciones del vendedor. Las obligaciones que competen al exportador únicamente es poner el embalaje de las mercancías.   |
|  | Comprador: Para el caso del comprador o importador, se debe hacer cargo de todos los gastos y el corre con todos los riesgos desde el momento que el exportador le hace efectiva la entrega de las mercancías.  |
| <b>Franco en el medio del transporte (FCA)</b> | Vendedor: El exportador hace efectiva la entrega de las mercancías en un punto pactado, este asume los costos y los riesgos hasta que se hace la entrega de las mercancías, incluyendo los costes del despacho aduanero para la exportación y otros gastos generados internamente para su entrega en el punto acordado.             |
|  | Comprador: En el caso del comprador una vez se le entrega la carga en el punto acordado con el vendedor, le corresponde asumir los gastos desde la carga a bordo hasta la descarga de las mercancías, como también del seguro en caso se haya contratado uno debido a que este corre el riesgo de la carga desde el primer medio de |

|  | transporte.   |
|--|---|
| <b>INCOTERM</b>                          | <b>RESPONSABILIDAD</b>  |
| <b>Franco al costado del buque (FAS)</b> | Vendedor: Para este incoterm el exportador, entrega las mercancías en el muelle de carga del puerto de origen al costado del buque donde se transportarán las mercancías. el exportador le corresponde hacer todos los gastos hasta la entrega esto también incluye los trámites aduanales para la exportación.                             |
|  | Comprador: El importador se encarga de las mercancías durante estén a bordo del buque, además de su flete, estiba y todos los gastos hasta que las mercancías son entregadas en su destino, también se incluyen el despacho de importación, los seguros en caso de que se haya contratado.  |
| <b>Franco a bordo (FOB)</b>              | Vendedor: El exportador o vendedor le corresponden todos los gastos y riesgos hasta que las mercancías se suban a bordo del medio de transporte, así como el despacho de importación y los gastos de origen.  |
|  | Comprador: En el caso del importador le corresponde los costes del flete, descarga, trámites de importación, es responsabilidad del importador del seguro de las mercancías debido a que este es responsable desde el momento que la carga está al borde del buque.   |
| <b>Costo y flete (CFR)</b>               | Vendedor: El exportador se encarga de todos los costes hasta que las mercancías llegan al puerto destino, se incluye el despacho de exportación los gastos en el país de origen, el flete y los gastos de descarga de los productos.  |
|  | Comprador: El importador le corresponde realizar los trámites de importación y el transporte interior hasta el destino de las mercancías. Es responsable de los riesgos de la carga desde que está a bordo. Para este caso con frecuencias se suele contratar seguros, aunque no es obligatorio.  |
| <b>Costo, seguro y flete (CIF)</b>       | Vendedor: El exportador corre con todos los gastos hasta que la mercancía llega al puerto de destino, al igual que el CFR despacho de importación, gastos en origen, flete y normalmente los gastos de descarga. Además, el incoterm CIF requiere de un seguro desde el origen, aunque el riesgo sea transferido al comprador en el momento |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>en que la mercancía está a bordo del buque.</p> <p>Comprador: El importador le corresponde asumir los gastos de importación el transporte interior hasta el destino.</p> <p>Cabe mencionar, que es uno de los más utilizados debido a que determina el valor en aduana.</p>   |
| <b>Transporte pagado hasta (CPT)</b>          | <p>Vendedor: El exportador es responsable de todos los gastos hasta que la mercancía se pone a disposición del vendedor en el lugar acordado por ambas partes, lo que supone gastos de origen, despacho de exportación, pago del transporte principal y generalmente, los gastos de destino.</p> <p>Comprador: El importador se debe de encarga de los trámites de importación en el país destino, este también es responsable del seguro de las mercancías. El riesgo lo asume cuando las mercancías se cargan En el primer medio de transporte contratado por el exportador.</p> |
| <b>Trasporte seguro pagado hasta (CIP)</b>    | <p>Vendedor: El exportador es responsable de todos los gastos hasta entregar la carga en el destino convenido, los gastos de origen, despacho de las mercancías, flete y seguro.</p> <p>Comprador: El importador solo es responsable del despacho de importación y los gastos de descarga.</p>   |
| <b>Entregado en el lugar descargado (DPU)</b> | <p>Vendedor: El exportador asume los costes y todos los trámites de origen, embalaje, carga, descarga, despacho de exportación, flete, descarga en destino y la entrega en el punto pactado.</p> <p>Comprador: El importador es responsable de todos los trámites para el despacho de la importación.</p>  |
| <b>Entrega con derechos pagados (DDP)</b>     | <p>Vendedor: El exportador pagará todos los gastos y riesgos que tengan lugar desde el embalaje de la mercancía y su correspondiente verificación en el almacén hasta que los productos lleguen a su país destino, incluyendo los despachos de importación y exportación, flete y seguro.</p> <p>Comprador: El importador se encarga de recibir la mercancía y de su descarga. Aunque también de la descarga de las mercancías se puede ocupar el exportador o según lo que se haya acordado por ambas partes participantes.</p>   |

En la siguiente imagen que se presenta, se visualiza las obligaciones y riesgos que corresponden tanto al vendedor como al comprador.



### PASO NÚMERO 3: ELEGIR EL PUERTO DE ORIGEN.

#### Conocer el puerto de embarque de la mercancía.

Los propietarios o encargos del área de compra de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, deben identificar los puertos de embarque en el país origen de las mercancías, para tener el conocimiento de cuál es el que les conviene al momento de realizar la importación.

Este punto es muy importante al momento de realizar una importación, ya que permite tener el conocimiento desde donde está partiendo los productos que se están importando, así tener un mejor control de la ubicación de estos.

#### **Definir el puerto destino de la mercancía.**

Por otra parte, los importadores deben tener conocimiento sobre el puerto destino de las mercancías, el lugar donde llegaran sus productos importados.



Antes de iniciar el proceso de importación es importante conocer sobre los puertos de origen y los puertos de destino, para evitar problemas al momento de ingresar las mercancías.

#### **Identificar medio de transporte o naviera.**

En este punto, los encargados de compra o los propietarios de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, deberán elegir el medio de transporte que más se ajuste a su conveniencia. Transporte terrestre, transporte aéreo o transporte marítimo.



### **PASO NÚMERO 4: PUERTO DESTINO DE LAS MERCANCÍAS.**

#### **Maniobras de desembarque del contenedor.**

En este punto se realizan las maniobras de descarga del contener del medio de transporte que se haya utilizado para su traslado.

#### **Revisión física de la carga.**

Una vez descargadas las mercancías, la persona responsable de la importación le corresponde hacer la revisión física de los productos que se han importado, esto es porque el producto debe estar en buenas condiciones y no haber sufridos ningún daño durante el traslado del país de origen hasta el país destino.

#### **Entrega de la tarifa de seguridad por contener lleno.**

Para los importadores esta tarifa es obligatoria corresponde a los servicios básicos de la descarga del contenedor, la tarifa se efectúa en la descarga, al momento de la verificación previo al retiro de la carga de la terminal.

## **PASO NÚMERO 5: OBLIGACIONES DEL AGENTE ADUANAL**

En este paso, los encargados de realizar el proceso de importación de las micro y pequeñas empresas de foodservice, deberán acudir al agente aduanero para que pueda realizar el proceso de despacho de las mercancías ante la aduana.



El agente aduanero es el Auxiliar autorizado para actuar habitualmente, en nombre de terceros en los trámites, regímenes y operaciones aduaneras, en su carácter de persona natural, con las condiciones y requisitos establecidos en este Código y su Reglamento.

El agente aduanero es el representante legal de su mandante para efectos de las actuaciones y notificaciones del despacho aduanero y los actos que de éste se deriven.

La declaración de mercancías presentada o transmitida en forma electrónica por un agente aduanero se presumirá efectuada con consentimiento del titular o de quien tiene la libre disposición de las mercancías (art, 90. RECAUCA).

por otro lado, las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, que importen productos con un valor que no exceda lo establecido en el artículo 4 de la ley de equipaje de viajero. No están en la obligación de contratar los servicios de un agente ya que un oficial de aduanas se encarga de su elaboración.

### **Recepción de documentos.**

Si los encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice, que requieran los servicios de un agente de aduanas para el despacho de las mercancías deberán presentar ante este la siguiente documentación.



**Factura comercial:** Es el documento emitido por el exportador, este respalda la compra de los productos.

**Lista de empaque:** Este documento detalla las características de la carga importada cantidad, número de bultos, contenido y peso de las mercancías.

**Carta de porte:** Este documento justifica el desplazamiento de las mercancías por la vía terrestre de un territorio a otro.

**Póliza de seguro:** Este documento se utiliza cuando se haya contratado una póliza de seguro, para asegurar la cobertura de los riesgos derivados del transporte.

**Certificado de origen:** Documento que respalda el origen de las mercancías y el lugar donde fue elaborado el producto.

Y otros documentos que el agente de aduanas solicite para el despacho de las mercancías.

#### **Clasificación de las mercancías.**

El agente de aduanas, como persona autorizada por la Dirección General de Aduanas para que realice sus actividades de auxiliar de los trámites de ingreso de mercancías al país.

Es el responsable de la clasificación de las mercancías objeto de importación, siempre y cuando sean requeridos sus servicios por el dueño de la mercancía.

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| 4823.6        | <b>- Bandejas, fuentes, platos, tazas, vasos y artículos similares, de papel o cartón:</b> |    |
| 4823.61.00.00 | - - De bambú   | 15 |
| 4823.69.00.00 | - - Los demás  | 15 |

#### **Elabora declaración de mercancías.**

Cuando el usuario requiera de los servicios de un agente de aduanas para la liberación de su mercancía.

El auxiliar es responsable de elaborar la declaración de mercancías para el respectivo pago de tributos y presentarla de forma electrónica ante la dirección general de aduana.

Para la presentación de la declaración de mercancía deberá cumplir las siguientes características.

Estar referida a un sólo régimen aduanero;

Efectuarse en nombre de las personas que tengan derecho de disposición sobre las mercancías, salvo las excepciones legales;

Que las mercancías se encuentren almacenadas en un mismo depósito o en un mismo lugar de ubicación;

Que las mercancías arribadas estén consignadas en el respectivo manifiesto de carga, aún y cuando se amparen en uno o más documentos de transporte, salvo las excepciones legales; y

Otras que legalmente se establezcan.

La declaración de mercancías deberá tener la siguiente información (art, 230, RECAUCA).

Identificación y registro tributario del declarante;

Identificación del agente aduanero o del apoderado especial aduanero, cuando corresponda;

Código de identificación del transportista y del medio de transporte;

Régimen aduanero que se solicita;

País de origen y procedencia; y en su caso, país de destino de las mercancías;

Número de manifiesto de carga, cuando corresponda;

Características de los bultos, tales como cantidad y clase;

Peso bruto en kilogramos de las mercancías;

Código arancelario y descripción comercial de las mercancías;

Valor en aduana de las mercancías; y

Monto de la obligación tributaria aduanera, cuando corresponda.

La declaración de mercancías se deberá sustentar con los siguientes documentos.

Factura comercial cuando se trate de una compraventa internacional, o documento equivalente en los demás casos;

Documentos de transporte, tales como: conocimiento de embarque, carta de porte, guía aérea u otro documento equivalente;

Declaración del valor en aduana de las mercancías, en su caso;

Certificado o certificación de origen de las mercancías, cuando proceda;

Licencias, permisos, certificados u otros documentos referidos al cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias a que estén sujetas las mercancías, y demás autorizaciones;

Garantías exigibles debido a la naturaleza de las mercancías y del régimen aduanero a que se destinen; y

Documento que ampare la exención o franquicia en su caso.

Calcular los aranceles de la importación.

El agente de aduanas tiene la responsabilidad de calcular los impuestos y aranceles que se deben de cancelar por la importación.

Una vez se identifique el arancel que corresponde al producto importado y todos los gastos de importación además del valor de la factura comercial, el agente deberá calcular los respectivos impuestos para su pago ante el fisco.

Valida la declaración de mercancías.

Entre otra responsabilidad del agente, es validar la declaración de mercancías, para el despacho de la carga.

Una vez aceptada la declaración de mercancías, el poderdante no podrá sustituir el mandato conferido al agente aduanero, salvo por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados y aceptados por la autoridad superior del Servicio Aduanero (art. 92, RECAUCA).

Cancelación de la declaración de mercancías.



Realizado el cálculo de impuestos y elaborada la declaración de mercancías, el agente de aduana realiza la cancelación de esta ante las instituciones autorizadas por el ministerio de hacienda.

El Agente aduanero será solidariamente responsable con el declarante ante el Fisco, por el pago de las obligaciones tributarias aduaneras derivadas de los trámites, regímenes u operaciones en que intervenga y por el pago de las diferencias, intereses, multas, recargos y ajustes correspondientes (art. 23, CAUCA).

### **PASO NÚMERO 6: DESPACHO DE LA MERCANCÍA.**

En este paso, corresponde a la aduana realizar el proceso de liberación de las mercancías que han ingresado bajo un control aduanero.

A continuación, se describen cada uno de los pasos para la liberación de la carga.

Llegada del medio de transporte al recinto aduanero: Este punto consiste en la llegada del medio de transporte al recinto aduanero y es recibido por las autoridades donde arribe el medio. según el artículo 61 del CAUCA, establece que todo medio de transporte que cruce la frontera será recibido por la Autoridad Aduanera competente conforme a los procedimientos legales establecidos.

el propietario o responsable de realizar el proceso de liberación deberá informar a la autoridad competente cuando el medio de transporte haya ingresado a la aduana.

Resección del medio de transporte en la aduana: Las autoridades aduaneras reciben el medio de transporte, indicando en los sistemas de control aduanero que el medio o la carga se encuentra en el recinto.



La administración o delegación de aduana, recibe físicamente el medio de transporte para efectuar la descarga y recepción de los bultos que han sido manifestados, según sea el caso y procede de acuerdo con la Aduana correspondiente.

Resección de los documentos: Es el acto mediante el cual el Servicio Aduanero recibe la Declaración de Mercancías o Formulario Aduanero Único Centro Americano (FAUCA) y

los documentos adjuntos sobre los cuales se ha sustentado la Declaración realizada (Factura comercial, documentos de transporte, visas, permisos, etc.), con el propósito de autorizar la operación de importación y que sea liberada por la Aduana.

La presentación de los documentos puede ser de forma personal, en el caso que se opte a realizar la importación bajo la modalidad de declaración de oficio, o si lo hace por medio de un tercero mediante la declaración transmitida, será el Agente de Aduanas o el Apoderado Especial Aduanero, quien efectuará todos los trámites ante el Servicio de Aduanas.

Si los documentos adjuntos no están completos, el funcionario aduanero autorizado, emitirá Hoja de Devolución (HD), señalando con su base legal, las irregularidades encontradas, a efectos de que sean solventadas.

Todas las Declaraciones de Mercancías son sometidas al análisis de Gestión de Riesgos o al proceso de selectividad como se conoce comúnmente.

Almacenamiento de las mercancías: En caso de que las mercancías no estén amparadas a una Declaración de Mercancías, a petición del usuario podrán ser remitidas a una Aduana Interna o Delegación de un Almacén General de Depósito por medio de un Tránsito Aduanero, para su recepción y posterior sometimiento a un proceso de gestión de riesgos.

En las Bodegas de la aduana interna o Almacén General de depósito, se cuenta con un plazo de 5 días hábiles posteriores a la descarga, para almacenamiento libre, de forma gratuita, para que pueda destinar las mercancías a un régimen aduanero.

#### **Selectividad de las mercancías.**

##### **Selectividad verde (levante automático).**



Si del análisis de gestión de riesgos, se determina que no serán sometidas a revisión, estas quedarán listas para ser retiradas por el usuario o consignatario de las mercancías, permitiendo el retiro de las mercancías hacia las bodegas del importador.

##### **Selectividad Amarilla (Análisis o Revisión Documental).**



Permite al Servicio Aduanero realizar una revisión detallada de la Declaración de Mercancías y toda la documentación de soporte. Si todo está correcto se autoriza el levante de las mercancías; caso contrario, las mercancías serán destinadas a una verificación inmediata (Selectividad Roja).

**Selectividad Roja (Verificación Inmediata o Revisión Física).**



Faculta al servicio aduanero para la realización de la revisión física de las mercancías a fin de comprobar el correcto cumplimiento de la legislación aduanera. De estar todo correcto, se procede al levante de las Mercancías; caso contrario, se inicia el Proceso Administrativo para Casos de Liquidación Oficiosa de Tributos y Aplicación de Sanciones conforme lo dispuesto en la Ley Especial para Sancionar Infracciones Aduaneras y la Ley de Simplificación Aduanera.

En caso de que se determine que procede la revisión física de las mercancías, las mismas deben de prepararse por parte del declarante para que sean verificadas.

Levante de las mercancías: Cumpliendo todos los requerimientos y procedimientos establecidos por la legislación aduanera, el propietario de la mercancía la puede retirar de las instalaciones de aduana.

## CASO PRÁCTICO PARA EL CÁLCULO DE IMPUESTOS.

La empresa Nova Café & Bistró ubicada en la ciudad de Usulután, desea importar de la empresa Packgreen ubicada en México, la cantidad de dos cajas con 500 unidades de productos desechables ecológicos para el cumplimiento de sus actividades comerciales.

El encargado de compra quiere saber, cuánto será el monto de impuestos que deberá cancelar por la importación.

En la siguiente tabla se realiza el cálculo de impuestos que el propietario deberá cancelar por los derechos.

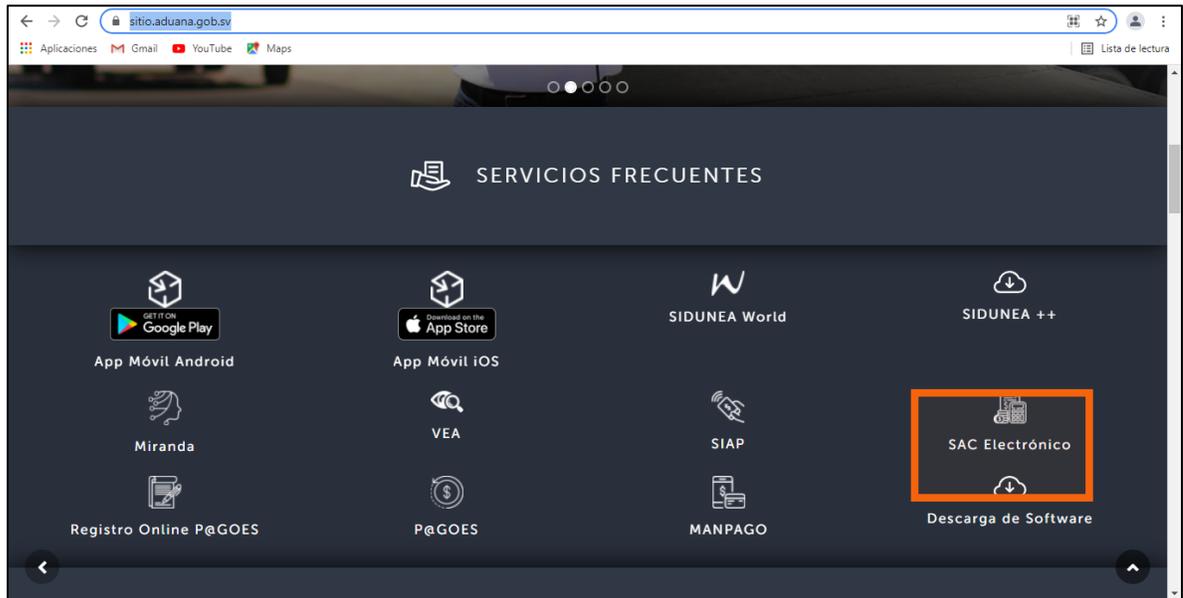
| <b>CÁLCULO DE IMPUESTOS</b> |   |   |
|-----------------------------|---|---|
| <b>1</b>                    | <b>Descripción del Producto</b>                       | <b>Bandejas de bambú, caja 500 unidades. 9 x 3 Compt.</b> |
| <b>2</b>                    | Partida Arancelaria                                   | 4823.61.00.00   |
| <b>3</b>                    | DAI   | 0%  |
| <b>4</b>                    | IVA   | 13%   |
| <b>5</b>                    | Valor FOB   | \$ 352.48   |
| <b>6</b>                    | Flete   | \$ 100.00   |
| <b>7</b>                    | Seguro  | \$ 50.00  |
| <b>8</b>                    | Valor CIF = (Casilla 5 + Casilla 6 + Casilla 7)       | \$ 502.48   |
| <b>9</b>                    | DAI = (Casilla 3 x casilla 8)                         | \$ 0.00   |
| <b>10</b>                   | CIF (Casilla 8) + DAI (Casilla 9)                     | \$ 502.48   |
| <b>11</b>                   | IVA = (Casilla 10 x Casilla 4)                        | \$ 71.00  |
| <b>12</b>                   | Total de Impuestos a pagar = (Casilla 9 + Casilla 11) | \$ 71.00  |

Según los resultados obtenidos del cálculo que se realizó, la empresa Nova Café & Bistró deberá cancelar la cantidad de \$ 71.00 dólares de los Estados Unidos de América, en valor de pagos de impuestos aduaneros.

Para facilitar el cálculo de impuestos a los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, se realiza el ejercicio a través del sistema electrónico proporcionado por la Dirección General de Aduanas.

**Paso 1:** Los propietarios o encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután deberán Ingresar al siguiente enlace, <https://sitio.aduana.gob.sv/>

**Paso 2:** Seleccionar la opción SAC Electrónico.



**Paso 3:** Colocar el código arancelario del producto (4823610000), buscar.



**Paso 4:** Aparece información general del producto que se está clasificando, como también en el cuadro de impuestos, se puede identificar el DAI para los países con los que El Salvador tiene tratados de libre comercio.

Para el caso de la empresa Nova Café & Bistró las bandejas que está exportando desde México, están exentos de derechos de importación ya que existe un tratado de libre comercio entre México y El Salvador.

En el cuadro de permisos, el sistema electrónico describe los productos que requieren de un permiso para ingresar al país y las instituciones donde el importador deberá de solicitarlo.

Para el Cálculo de los aranceles se selecciona la opción calcular.

**Datos Generales**

|                    |  |
|--------------------|--|
| Inciso Arancelario | 48236100000  |
| Capitulo           | PAPEL Y CARTON; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTON   |
| Partida            | LOS DEMAS PAPELES, CARTONES, GUATA DE CELULOSA Y NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA, CORTADOS EN FORMATO; LOS DEMAS ARTICULOS DE PASTA DE PAPEL, PAPEL, CARTON, GUATA DE CELULOSA O NAPA DE FIBRAS DE CELULOSA |
| Sub Partida        | -- De bambú  |
| Arancel            | -- De bambú  |
| Vigencia           | NA   |

**Impuestos**

|           |            |              |                          |            |                   |                    |
|-----------|------------|--------------|--------------------------|------------|-------------------|--------------------|
| DAI       | IVA        | TLC Colombia | TLC Korea                |            |                   |                    |
| 15 %      | 13 %       | 15 %         | 12 %                     |            |                   |                    |
| TLC Chile | TLC Mexico | TLC Panama   | TLC República Dominicana | TLC Taiwán | TLC Unión Europea | TLC Estados Unidos |
| 0 %       | 0 %        | 0 %          | 0 %                      | 15 %       | 1.5 %             | 0 %                |

**Permisos**

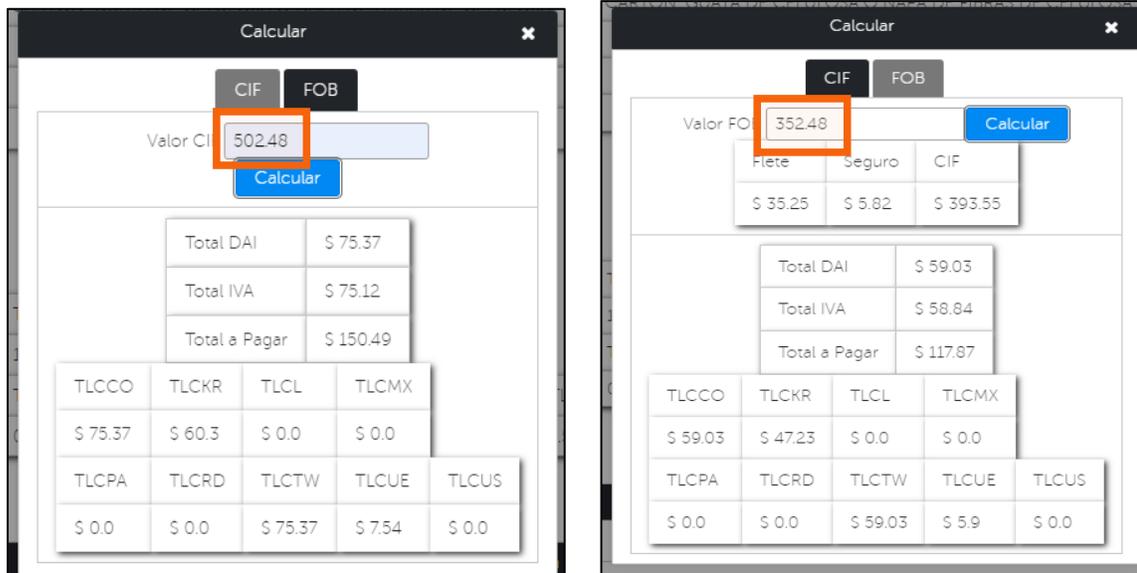
| Código Arancelario | Institución | Descripción | Código Permiso |
|--------------------|-------------|-------------|----------------|
|                    |             |             |                |

**Paso 5:** Seleccionar las siguientes opciones para el cálculo de impuestos, CIF, incluye el precio total de la factura (FOB), el flete y el seguro.

Seleccionar FOB o valor de la factura, se utiliza esta opción cuando se desconoce o la empresa no ha contratado un flete o un seguro, entonces el sistema para calcular los impuestos aplica lo establecido en el artículo 2 de la Ley de Simplificación Aduanera. En el caso que no se haya contratado un seguro se aplicara un 1.25% para la región centroamericana y un 1.50% para todos fuera de la región. En cuanto al flete un 10% en todas las modalidades de transporte internacional.

Una vez seleccionada la opción CIF, el sistema solicita ingresar el valor CIF y marcar calcular, automáticamente se calculan los impuestos que el importador deberá cancelar en aduana.

En el caso de haber seleccionado la opción FOB, el sistema le solicita ingresar el valor de la factura comercial para hacer el respectivo cálculo de impuestos.



Es importante mencionar que este sistema únicamente es un punto de referencia para los usuarios, permite tener una idea sobre los aranceles que se generan al momento de realizar una importación.

## **CONCLUSIÓN**

Las actividades comerciales internacionales, involucran una serie de procedimientos que van desde la selección del proveedor hasta el despacho de las mercancías en el país destino y muchas veces para las micro y pequeñas empresas estos procesos resultan muy difíciles de solucionar.

Con el propósito de que los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, vean como una solución la importación de desechables ecológicos, se ha desarrollado este manual así los propietarios puedan guiarse y poder importar sus productos.

Durante la investigación de los procedimientos, se identificó que existen tratados de libre comercio y esto beneficia a las micro y pequeñas empresas.

### **6.1.6 Estrategia N° 6: Campaña publicitaria y de concientización sobre el consumo de envases y embalajes desechables ecológicos.**

#### **CONTENIDOS DE ESTRATEGIA NÚMERO 6**

- **Introducción**
- **Objetivo general**
- **Objetivos específicos**
- **Definir el público objetivo de la campaña publicitaria de concientización**
- **Categorías en las que se divide el público objetivo**
- **Planificación de la campaña publicitaria de concientización**
- **Fase 1: Análisis del público objetivo**
- **Fase 2: Diseño**
- **Fase 3: Puesta en marcha**
- **Elaboración de material publicitario**
- **Cálculo de costos de implementación de campaña publicitaria de concientización**
- **Conclusión**

The background is a dark green, textured surface. Overlaid on this are three nature photographs: a forest of tall, thin trees in the upper left; a vibrant coral reef with many colorful fish in the middle right; and a wide river winding through a lush green landscape in the lower left.

**CAMPAÑA PUBLICITARIA DE  
CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL  
USO DE ENVASES Y  
EMBALAJES DESECHABLES  
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DE FOODSERVICE**

**¡CAMBIA TU MENTE, PIENSA  
VERDE!**

## CONTENIDO

- Introducción
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Definir el público objetivo de la campaña publicitaria de concientización
- Categorías en las que se divide el público objetivo
- Planificación de la campaña publicitaria de concientización
  - a. Fase 1: Análisis del público objetivo
  - b. Fase 2: Diseño
  - c. Fase 3: Puesta en marcha
- Elaboración de material publicitario
- Cálculo de costos de implementación de campaña publicitaria de concientización
- Conclusión

## INTRODUCCIÓN

Actualmente la publicidad es conocida como la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.

También puede ser utilizada en otros aspectos no relacionados con el comercio como medio de propagación de información relacionada con problemas sociales, económicos, artísticos, etc. Esto se debe a su versatilidad en su forma de empleo, existen lineamientos definidos que dependen del área en la que se desee implementar.

En esta oportunidad se plantea la elaboración de una campaña publicitaria de concientización sobre el uso de envases y embalajes desechables por parte de los establecimientos de foodservice, siendo parte de uno de los sectores comerciales que más desechos plásticos produce.

Es necesario cambiar los hábitos de consumo que se han establecido a lo largo de los años desde que los recipientes desechables de un solo uso fueron creados y adoptados por los establecimientos de foodservice. Para ello existen varios métodos que pueden ser empleados, pero para que funcionen se debe contar con el apoyo de los consumidores. Es ahí donde hace su entrada la campaña de concientización sobre el uso de desechables. La cual fue denominada bajo el nombre **“Cambia tu mente, piensa verde”** que hace alusión al cambio que se busca promover con esta campaña a través de la concientización a los consumidores sobre el uso de envases y embalajes ecológicos al mismo tiempo que se invita al público a conocer la situación actual y cambiar los malos hábitos consumistas para reducir el daño al medio ambiente.

## **OBJETIVO GENERAL**

Concientizar a los consumidores de los establecimientos de foodservice sobre el impacto ambiental negativo que generan los malos hábitos de consumo actuales en los ecosistemas naturales que con los años se han deteriorado y extinguido.

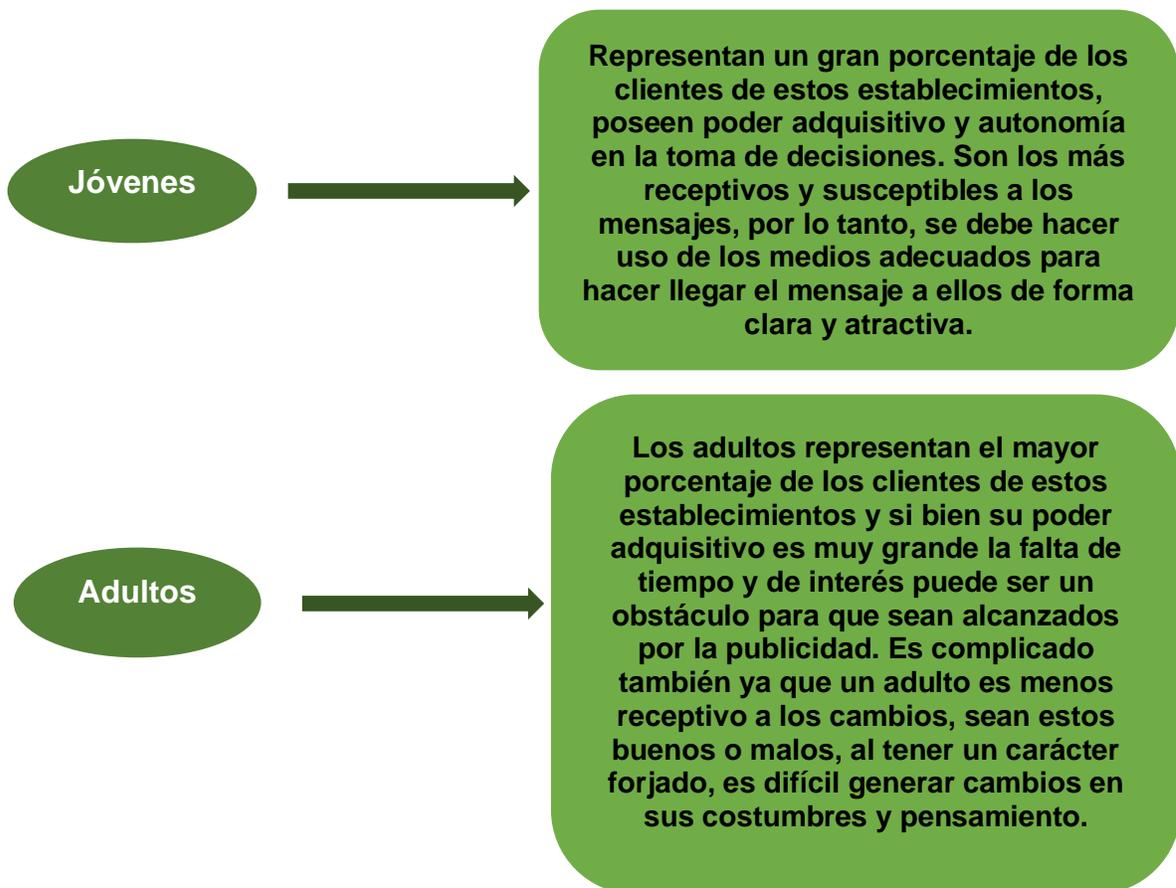
## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fomentar entre los consumidores hábitos de consumo responsables
- Mostrar la realidad de la problemática ambiental a la que nos enfrentamos como sociedad.
- Explicar a los consumidores las ventajas de consumir productos desechables ecológicos.
- Hacer conciencia sobre la responsabilidad que como individuo posee

# 1 DEFINIR EL PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE CONCIENTIZACIÓN

## Categorías en las que se divide el público objetivo

Debe determinarse cuál es el público al cual está destinada la campaña publicitaria de concientización. El público objetivo de esta campaña publicitaria está conformado por dos segmentos de clientes, el primer segmento está conformado por jóvenes de entre 15 a 25 años y el segundo segmento está conformado por adultos de entre 26 a 40 años, ya que son los clientes más recurrentes de estos establecimientos, a continuación, se describe cada segmento:



## 2 PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE CONCIENTIZACIÓN

Para que todo proyecto tenga éxito al momento de su realización es necesario que previamente se haya sometido a un proceso de diseño y planificación donde se contemplan diferentes aspectos importantes a considerar para llevar a cabo el proyecto.

Para planificar de forma ordenada se muestran las diferentes fases que conforman el desarrollo de la campaña publicitaria de concientización.

### **Fase 1: Análisis del público objetivo**

Para analizar al público objetivo se recolecta información relevante que facilite crear

las estrategias de difusión y el diseño de contenido del material gráfico.

- 1) Se sabe que el consumidor promedio de la micro y pequeña empresa de foodservice en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután no es consciente del tipo de envase y embalaje que el establecimiento utiliza para servir los alimentos y bebidas que ofrece al público.
- 2) Los consumidores muestran cierto grado de interés acerca de la problemática de la contaminación ambiental y contribuir a disminuirla de alguna manera.
- 3) Al consumidor le agrada la idea de la sustitución de los envases y embalajes tradicionales por productos ecológicos.
- 4) El consumidor no está dispuesto a pagar más por el cambio de envases y embalajes ecológicos.

Los puntos anteriores permiten llegar a una conclusión respecto al camino que se debe seguir para el diseño y difusión de la campaña. Dicha conclusión es: **“El consumidor no posee una conciencia ecológica desarrollada, pero tiene el deseo de aprender para contribuir a la lucha contra la contaminación ambiental”**. A raíz de esta declaración se entiende que el contenido de la campaña publicitaria debe ser enfocado a informar al consumidor sobre el tema de interés.

## Fase 2: Diseño

La campaña publicitaria de concientización “**Cambia tu mente, piensa verde**” tiene como objetivo crear conciencia y buena recepción de los envases y embalajes ecológicos por parte de los clientes. Para ello se determinará de qué manera y por qué medios.

Ya que está definido el nombre de la campaña ahora se debe dar a conocer a través de los medios destinados para tal fin. En este caso se utilizarán publicaciones digitales para las redes sociales y spots publicitarios para transmitir en el local.

### Contenido del material publicitario

**SPOTS VISUALES:** estos están compuestos por diverso material gráfico elaborado para dar a conocer sobre la temática del estado actual del medio ambiente y la contaminación que la invade. También contendrá información sobre el cambio de envases y embalajes de los tradicionales a los nuevos ecológicos.

Se transmitirán dentro del establecimiento si este cuenta con pantalla y se publicarán en las redes sociales.

**PUBLICACIONES DIGITALES:** estos contendrán información tanto de los nuevos envases y embalajes que se van a implementar, como también de la problemática ambiental que se vive.

Se publicarán en las redes sociales del establecimiento y se transmitirán en el local.

En conjunto con estos medios de difusión se pueden desarrollar estrategias de marketing, tales como ofertas especiales, descuentos, productos promocionales, rifas, tarjetas de cliente frecuente, etc., a conveniencia y disposición de la empresa.

### Fase 3: Puesta en marcha

Al momento de iniciar la campaña publicitaria de concientización se debe llevar un control de actividades, para ello se elabora un cronograma con la programación de dichas actividades.

Se programarán actividades para ser realizadas en un periodo de 4 semanas, si se prolonga el periodo de implementación es exclusiva decisión de la empresa. Así como el empleo de estrategias adicionales a las sugeridas que pueden ser anexadas a las actividades ya dispuestas o ser realizadas de forma autónomas durante o después de la campaña publicitaria de concientización.

| Cronograma de actividades para campaña publicitaria de concientización |                                 |   |          |          |          |          |
|--|---------------------------------|---|----------|----------|----------|----------|
| N°   | Actividad                       | Descripción   | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 |
| 1  | Programar los spots en pantalla | Ya que se tengan los diseños de spots tipo afiches, se transmitirán por la pantalla del local, agregando contenido auditivo a las imágenes. | X        | X        | X        | X        |
| 2  | Publicar en redes               | La persona encargada de administrar las redes se encargará de publicar los posts previamente diseñados y actualizarlos                      | X        | X        | X        | X        |

### 3 ELABORACIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO

En este apartado se muestra el material gráfico que respaldará la campaña publicitaria de concientización, no obstante, el usuario es libre de modificar los materiales gráficos según sea su conveniencia. Y acompañarlo de efectos auditivos, a su conveniencia.

# ¡Adiós al plástico desechable!



Todos los desechos que no son tratados adecuadamente terminan llegando a los diferentes mantos acuíferos y ecosistemas terrestres, causando graves estragos en ellos.

Diariamente cerca de 400 toneladas de basura no son procesadas de forma adecuada, es decir, que terminan en vertederos a cielo abierto o en las calles; que posteriormente con las lluvias llegan al océano.



La buena noticia es que ya existen muchas formas de combatir la contaminación por plásticos, una de ellas es el uso de desechables ecológicos.

Los cambios son necesarios para frenar la realidad oscura que estamos viviendo. Recuerda: "Lo barato, a la larga sale caro".

Vale la pena cambiar nuestros hábitos para conservar nuestro bello mundo y animales.

**No seas parte de las estadísticas**

**¡Cambia tu opinión, piensa verde!**

¡Porque el cambio es bueno y necesario!

!!!Nos renovamos!!!

A partir de (00/00/0000) cambiamos nuestra forma de servir y renovamos nuestros envases plásticos.

Como empresa nos complace informarte que cada vez que consumes nuestros productos estarás reduciendo el impacto ambiental que un envase o embalaje común causaría.

## Nuevos envases y embalajes

### Biodegradables Compostables y Reciclables

Beneficios de utilizar los envases y embalajes ecológicos:

- Su tiempo de degradación es mucho menor en comparación a los tradicionales.
  - Su proceso de degradación no emite agentes contaminantes
- Al realizar el proceso de desecho correctamente se convierten en materia orgánica.
- Su uso constante no contamina el medio ambiente. Sin embargo, debe ser desechado de la forma correcta para mejores resultados en su proceso de degradación.



# ¡\*Salvame\*!

Ya son muchas las especies de animales que se han extinguido, unas al ser cazadas hasta su exterminio, otras por causas diversas... pero en la actualidad la causa más incidente involucrada en la extinción de los animales es la contaminación y el deterioro del medio ambiente.



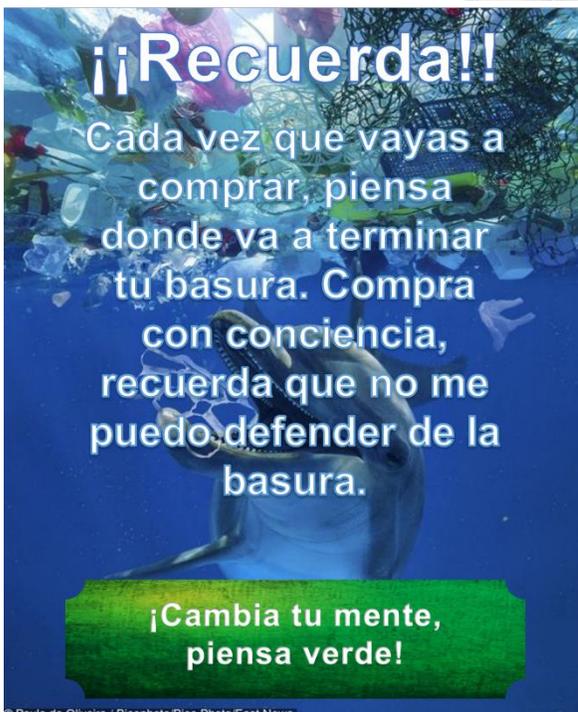
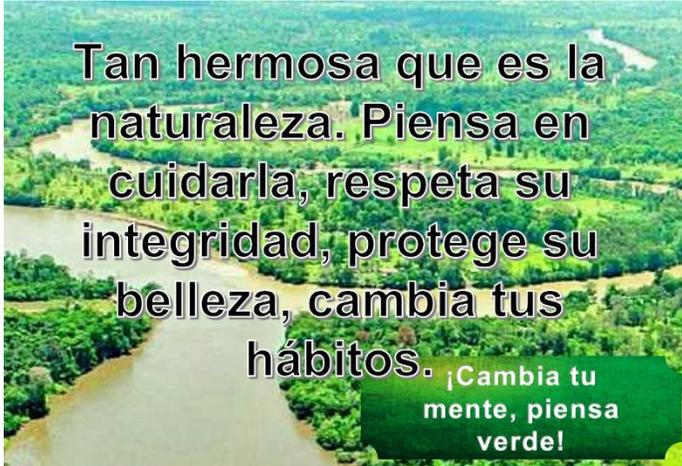
A pesar de ser muchas las especies en peligro de extinción, tanto terrestres, como marítimas. Las afectadas directamente por los desechos plásticos y otros residuos, siempre son las marítimas, puesto que gran parte de la basura que no es desechada correctamente llega hasta sus ecosistemas y los invade, causando grandes daños a su salud, misma que termina por extinguirse.

¿Cuál es el factor común entre la destrucción del medio ambiente y la extinción de los animales?

¡¡El ser humano!!

Deja de ser parte de las estadísticas, aun hay mucho que hacer para evitar que todo siga como hasta ahora, ¡Cambia tu mentalidad, piensa amigable con el medio ambiente!

## PUBLICACIONES EN REDES



© Paulo de Oliveira / Biosphoto/Bios Photo/East News

#### 4 CÁLCULO DE COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE CONCIENTIZACIÓN

| Tabla de costos de implementación de actividades en campaña publicitaria |  |   |   |                                     |                                       |
|--|--|---|---|-------------------------------------|---------------------------------------|
| N°   | Actividad  | Recursos                                    | Responsables                                    | Lugar                               | Costo                                 |
| 1  | Diseñar el material gráfico.                                 | Computadora, internet, programa de edición  | Personal encargado de marketing en la empresa * | Local*                              | Incluido en el salario del empleado * |
| 2  | Diseñar las estrategias de marketing adicionales             | Computadora, internet, programa de edición. | Personal encargado de marketing en la empresa * | Local*                              | Incluido en el salario del empleado * |
| 3  | Monitorear los spots publicitarios                           | Pantalla, memoria USB, computadora.         | Personal encargado de marketing en la empresa*  | Local                               | Incluido en el salario del empleado*  |
| 4  | Administrar y actualizar las publicaciones en redes sociales | Incluido en el salario del empleado         | Incluido en el salario del empleado             | Incluido en el salario del empleado | Incluido en el salario del empleado   |

**Nota:** todos los campos marcados (\*) están sujetos a cambios determinados por el usuario de la campaña.

| Tabla de costos de implementación de materiales gráficos en campaña publicitaria |                     |  |                   |            |  |             |
|--|---------------------|--|-------------------|------------|--|-------------|
| N°   | Nombre              | Descripción  | Medio de difusión | Cantidad   | Costo unitario   | Monto total |
| 1  | Spots publicitarios | Diseños digitales ampliados a conveniencia y disposición de la pantalla donde sean transmitidos. | Pantalla de local | Indefinido | Costos por cancelar reflejados en los insumos utilizados para realizar las publicaciones |             |
| 2  | Posts digitales     | Diseños digitales ampliados a conveniencia y disposición de la plataforma donde sean publicados. | Redes sociales    | Indefinido | Costos por cancelar reflejados en los insumos utilizados para realizar las publicaciones |             |

## **6 CONCLUSIONES**

Una campaña publicitaria de concientización no es algo que se vea comúnmente ya que se fusionan dos objetivos que van de la mano para alcanzar al público y lograr su cometido.

Por medio de esta campaña se busca crear conciencia, al mismo tiempo que se dan a conocer los envases y embalajes ecológicos para que paulatinamente sean aceptados por los clientes.

El periodo de tiempo estimado para su ejecución es de 4 semanas que pueden ser prolongadas, al igual que los elementos vertidos en la campaña pueden ser modificados por los usuarios.

Al brindar este diseño de campaña publicitaria de concientización se busca orientar a las micro y pequeñas empresas de foodservice sobre como llegar a sus consumidores y puedan introducir de forma amigable y educativa los cambios para mejorar su contribución a la conservación del medio ambiente, ya que en esta ocasión se busca introducir un cambio de envases y embalajes, pero solo es un pequeño paso hacia una conducta empresarial sostenible para lo cual la orientación brindada a través de esta campaña publicitaria puede aportar en las futuras campañas publicitarias que las empresas beneficiadas con este instrumento realicen.

# **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 7.1 CONCLUSIONES

Con el desarrollo del proyecto de investigación denominado **Diseño de un plan estratégico para la implementación de envases y embalajes ecológicos para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután**, se concluye lo siguiente.

- Las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de alimentos juegan un papel muy importante en la economía del país, sin embargo, estos establecimientos son grandes fuentes generadoras de basura desechable, ya que para servir los alimentos en su mayoría son entregados en bandejas, platos, bolsas y otros insumos elaborados con materiales no biodegradables, que son mucho más contaminantes para el medio ambiente.
- El uso exagerado de desechables plásticos se dio a causa de la pandemia en nuestro país, en donde las micro y pequeñas empresas de foodservice se vieron en la obligación de únicamente utilizar insumos plásticos para poder servir los alimentos a sus clientes, permitiendo que estos negocios continuaran realizando sus actividades de manera normal.
- Durante la investigación, nos pudimos dar cuenta que los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, no cuentan con la información necesaria sobre la variedad de insumos ecológicos que existen en mercados nacionales e internacionales, por lo cual esto conlleva a los propietarios o encargados únicamente adquirir envases y embalajes de plástico tradicionales bandejas, platos, vasos, bolsas, pajillas, cucharas, tenedores y otros necesarios para servir los alimentos.
- la desinformación que existe en los propietarios y encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, sobre la contaminación por desechos plásticos en nuestro país, se refleja en la poca conciencia en los empresarios para tomar las medidas necesarias y hacer el cambio y contribuir con el medio ambiente.
- Este proyecto de investigación se desarrolla con el propósito que los propietarios o encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las Cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, cuenten con la información que les

puede orientar a sustituir sus desechables tradicionales por insumos amigables con el medio ambiente, se brindan estrategias que ayudaran a los establecimientos a resolver la problemática.

- Contar con un manual de reciclaje de insumos desechables, es muy importante para los establecimientos de foodservice, esto permitirá reducir los niveles de desechos en ríos, lagos y mares, en el manual que se elaboró se presenta información que ayudara a los empresarios a realizar formas de reciclaje, así poder contribuir con el medio ambiente.
- Tener a disposición un manual para la importación de insumos ecológicos, es muy relevante, ya que los propietarios o encargados de las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, que quieran adquirir sus insumos ecológicos en mercados internacionales cuentan con una guía de apoyo, donde se describen cada uno de los pasos que se deben de realizar en todo el proceso.
- Las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, tendrán a su disposición un manual de selección y evaluación de proveedores de insumos ecológicos, contar con este manual es muy importante para los establecimientos, contiene información que ayudara a los propietarios a realizar el proceso de selección de las empresas que proveerán sus insumos ecológicos.
- La selección de proveedores es una de las actividades más importante, que los propietarios o encargados deben tener en cuenta, debido a que de estos proporcionan los insumos necesarios, para cumplir las actividades comerciales, en el manual se describe información de los proveedores nacionales e internacionales de insumos ecológicos, como también la gama de productos con los que cuenta cada empresa.
- Se realizó un manual de capacitación para brindarlo a las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, el manual contiene información muy relevante sobre la contaminación por desechables en nuestro país, el propósito es hacer conciencia entre los empresarios de los establecimientos de foodservice, para que tomen medidas rápidamente y poder cambiar los insumos desechables contaminantes por los ecológicos biodegradables, ya que estos insumos tienen un tiempo más corto para degradarse que los de plástico tradicionales.

## 7.2 RECOMENDACIONES

Después de haber realizado el proyecto denominado **Diseño de un plan estratégico para la implementación de envases y embalajes ecológicos para las micro y pequeñas empresas de foodservice de las cabeceras departamentales de San miguel y Usulután.**

El equipo de investigación propone el siguiente orden de recomendaciones, para que las micro y pequeñas empresas de foodservice puedan tomar en cuenta el daño que los desechables ecológicos provocan en el medioambiente:

- Solicitar al Ministerio de Recursos Naturales (MARN) el apoyo con personal especializado para brindar conferencias a los propietarios y empleados de las micro y pequeñas empresas del rubro de foodservice, con el fin de hacer conciencia sobre la contaminación que producen los desechables tradicionales.
- El equipo de investigación en conjunto con el Ministerio de Recursos Naturales (MARN) asignar las fechas en las que se darán las conferencias en las micro y pequeñas empresas participantes.
- Brindar a los consumidores de establecimientos de micro y pequeñas empresas de foodservice material ilustrativo basado en los desechables tradicionales y la importancia de usar desechables ecológicos, mostrando el impacto ambiental que los desechables tradicionales ocasionan.
- Hacer conciencia a los consumidores de las micro y pequeñas empresas de foodservice referente al uso de los desechables tradicionales y los ecológicos, mediante una campaña publicitaria creada exclusivamente para los consumidores de estas empresas, brindando material ilustrativo y conferencias medioambientales por parte de personal especializado del MARN.

Ofrecer un catálogo de clientes y un catálogo de productos de envases y embalajes desechables ecológicos, en el que se muestran los proveedores y los productos que fabrican y distribuyen, tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional.

Mediante los manuales de selección y evaluación de proveedores y el manual de importación se pretende que los propietarios o empresarios de las micro y pequeñas empresas de foodservice tengan una guía para realizar el proceso de adquisición de productos ecológicos y conozcan la variedad de estos productos que existe en el mercado, tanto nacional como internacional.

Se recomienda a las empresas usar el manual de reciclaje, para conocer y poner en práctica formas de reciclaje de diferentes tipos de envases y embalajes y conocer la importancia de esta acción y los beneficios que trae para el medioambiente.

## GLOSARIO

- **Abastecimiento:** proceso mediante el cual los proveedores facilitan medios al resto de grupos económicos o individuos, los cuales consiguen un determinado nivel de satisfacción o utilidad.
- **Agenda 2030:** Es una iniciativa promovida por la Organización de las Naciones Unidas, que pretende avanzar hacia sociedades con un crecimiento económico inclusivo y mayor cohesión y justicia social, en paz y con un horizonte medioambiental sostenible.
- **Alcances:** Es un pequeño establecimiento popular de Francia, donde se sirven bebidas alcohólicas, café, quesos y otras bebidas. Pueden ser también pequeños restaurantes de comidas a precios económicos.
- **Área de ventas:** es la responsable de marcar el ritmo de producción; evitar que la empresa sufra de problemas económicos y garantizar que se expanda a nuevos mercados.
- **Bagazo de caña:** Es el residuo del proceso de fabricación del azúcar a partir de la caña, el remanente de los tallos de la caña después de ser extraído el jugo azucarado que ésta contiene
- **Bioplásticos:** son una medida de reducción al problema de los desechos plásticos contaminantes que ahogan al planeta y contaminan el medio ambiente. ¿Tiene sentido seguir usando embalaje y envoltorios que pueden tardar siglos en desaparecer, para productos que duran días o meses?
- **Biodegradable:** material que, por acción de organismos vivos, cambia sus propiedades originales y se convierte en formas más simples y estables, por ejemplo, carbono y oxígeno. Esto quiere decir que la propia naturaleza descompone los dichos productos sin causar daños ni residuos.
- **Botaderos a cielo abierto:** Área de disposición final de residuos sólidos sin control y sin la adopción de medidas para la prevención y mitigación de los impactos ambientales y sanitarios (erosión, sedimentación, generación de gases y lixiviados, incendios, roedores).
- **Cartera de proveedores:** Registro debidamente organizado de reúne, en expedientes separados por cada empresario social o individual, la documentación legal de las personas jurídicas o naturales que suministran productos o servicios.

- **Catálogo de productos:** Documento en el que se encuentran organizados todos los productos o servicios de una empresa con el fin de que sean visitados por los usuarios.
- **Capacitación:** Conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa.
- **Clientes:** Persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa.
- **Conciencia ecológica:** Conjunto de preocupaciones que tienen las personas respecto a las problemáticas ambientales y su interés por preservar el medio ambiente.
- **Contaminación ambiental:** Se denomina contaminación ambiental a la presencia de componentes nocivos (ya sean químicos, físicos o biológicos) en el medio ambiente (entorno natural y artificial), que supongan un perjuicio para los seres vivos que lo habitan, incluyendo a los seres humanos.
- **Consumo responsable:** Es una actitud por parte de las personas consumidoras y usuarias que implica hacer un consumo consciente y crítico, que se demuestra, tanto a la hora de comprar un producto o contratar un servicio, como en el hogar, empleando eficientemente los recursos de los que se dispone.
- **Despacho de alimentos:** Se manifiesta en el momento en que un cliente hace su orden en el restaurante y los alimentos que solicitó le son entregados, ya sea para comer en el local, para llevar o a domicilio.
- **Desechos sólidos:** Residuos producidos por el ser humano en su cotidianidad y los cuales se caracterizan por presentar un estado sólido, característica que los hace diferentes a desechos de otros tipos como los líquidos y gaseosos.
- **Desechables no renovales:** Se refiere a los productos destinados a ser utilizados una sola ocasión y con una sola función o retornable ni reciclable.
- **Diagnóstico:** Proceso en el que se identifica una enfermedad, afección o lesión por sus signos y síntomas.
- **Ecológico:** Significa respeto con el medio ambiente, ya que la producción garantiza la reducción de emisiones de sustancias perjudiciales y contaminantes con el entorno. Esto ayuda a mejorar la calidad del agua, del aire y la tierra donde se practica.

- **Ecosistema:** Es un sistema que está formado por un conjunto de organismos, el medio ambiente físico en el que viven (hábitat) y las relaciones tanto bióticas como abióticas que se establecen entre ellos.
- **Eco amigable:** algo respetuoso y que no es perjudicial para el medio ambiente.
- **Envases:** Material que contiene y aguarda el producto. Éste tiene un contacto directo con el artículo, formando una parte integral del mismo. Además de contener la mercancía, también se utiliza para protegerla.
- **Embalaje:** Todo lo necesario en el proceso de acondicionar los productos para protegerlos, y/o agruparlos de manera temporal pensando en su manipulación, transporte y almacenamiento.
- **Estudio de mercado:** Investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.
- **Escasez:** es la falta de recursos necesarios para satisfacer una o más necesidades, las cuales pueden o no ser clave para la supervivencia.
- **Fauna:** Es el conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un período geológico.
- **Factores benéficos:** Acciones o consecuencias que inciden de manera positiva sobre ciertas circunstancias específicas.
- **Foodservice:** servicio de producción de alimentos, con base en alimentos preparados.
- **Fuerzas impulsoras:** Son todas aquellas que motivan y promueven el cambio, acercando a la empresa cada vez más a su objetivo
- **Fuerzas restrictivas:** Son todas aquellas fuerzas que se oponen a la realización de un objetivo.
- **Gama:** Conjunto de productos de un segmento de mercado que una empresa ofrece a sus clientes.
- **Gestión integral:** Son herramientas administrativas que ayudan a comprobar y controlar la persecución de objetivos que se ha fijado la empresa.
- **Insumo:** Todo lo necesario para brindar un servicio o cumplir con una necesidad del ser humano.
- **Insumos orgánicos:** Se trata de Productos y materiales de uso agropecuario elaborados con ingredientes biodegradables e inocuos para los animales, las personas y el medio ambiente.

- **Instrumento:** Mecanismo que usa el investigador para recolectar y registrar la información: formularios, pruebas, test, escalas de opinión y listas de chequeo.
- **Impactos ambientales negativos:** Son aquellas alteraciones en el medioambiente que perjudican tanto el medio natural como la salud humana.
- **Materiales contaminantes:** Sustancia que se encuentran en un medio al cual no pertenecen o que lo hacen a niveles que pueden causar efectos (adversos) para la salud o el medio ambiente.
- **Medio ambiente:** Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado.
- **Microempresa:** Es una empresa que cuenta con un máximo de 10 trabajadores.
- **Packaging:** Puede considerarse como la carta de presentación del producto. Por lo que tiene que ser lo más original, atractivo e impactante para captar la atención de cliente. Puede considerarse como la carta de presentación del producto. Por lo que tiene que ser lo más original, atractivo e impactante para captar la atención de cliente.
- **Parámetros de compras:** Son las especificaciones que se toman en cuenta a la hora de realizar una orden de compra por parte los encargados del área de compras.
- **Pequeña empresa:** Es la unidad económica que cuenta con un máximo de 50 trabajadores y un mínimo de 10.
- **Población o universo:** Conjunto o totalidad de elementos sometidos a estudios científicos.
- **Procedimientos logísticos:** Son todas aquellas actividades que aseguran la correcta coordinación del transporte y distribución de mercancías, así como la producción de los productos.
- **Productos desechables tradicionales:** Son aquellos que están concebidos para ser utilizados en un corto plazo de tiempo, sacrificando una mayor durabilidad por comodidad de uso y un precio menor.
- **Productos desechables ecológicos:** Son desechables que están hechos de materia orgánica que pueden ser utilizados por microorganismos como fuente de nutrimentos, sin generar subproductos tóxicos ni modificadores de las condiciones ambientales normales.

- **Propietario:** Persona física o jurídica que ejerce la acción de propiedad o dominio de un activo. Es decir, ejerce posesión y control sobre un bien en particular.
- **Proveedor:** Persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación.
- 
- **Sistema inmunológico:** Es una compleja red de células, tejidos y órganos. Juntos ayudan a su cuerpo a combatir infecciones y otras enfermedades
- **Subproducto:** Producto secundario que se obtiene además del principal en un proceso industrial de elaboración, fabricación o extracción.
- **Reciclaje:** Proceso de recolección y transformación de materiales para convertirlos en nuevos productos, y que de otro modo serían desechados como basura.
- **Relleno Sanitario:** Es una técnica de disposición final de residuos sólidos mediante la cual se los confina a un área lo más pequeña posible, donde se distribuye la basura en capas, se la compacta y se la cubre con tierra con una cierta periodicidad
- **Técnica:** Conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto o sujeto de la investigación.
- **Tratamiento de desechos:** son los protocolos que se deben seguir para deshacerse de la basura de forma efectiva, tales como, incineración, compostaje, recuperación; tienen como propósito reducir el volumen de los desechos. Sin embargo, se requiere de un relleno sanitario para disponer los residuos que se producen.
- **Zona costera:** Franja de tierra y de aguas costeras, marinas o de estuarios, que se ubican en el litoral de océanos, mares y lagos, en donde hay afectación directa y recíproca entre la actividad humana y los procesos de la naturaleza.

## BIBLIOGRAFÍA

- *Plan de gestión integral de residuos sólidos alcaldía municipal de Gualococti, departamento de Morazán. Plan realizado por encargada de la unidad ambiental: Claudia Margarita García Orellana año 2021, página 7, párrafo 4*
- Andrea, S. A., Fátima Melisa, R. A., & Luisa Daniela, R. O. (2015). *Plan de Comercialización de Residuos Sólidos del Proyecto de Emprendedurismo Social Ecogestión de Residuos Sólidos RESSOC*. Cuscatancingo, El Salvador.
- Diputados de La Asamblea Constituyente. (1983). *Constitución de La República de El Salvador*. San Salvador, El Salvador.
- Luis, V. L. (2020). *Recopilación de Leyes Aduanal*. San Salvador: Lis Editoriales.
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2021). *Ley de Medio Ambiente de El Salvador*. San Salvador, El Salvador.
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2020). *Decreto N° 527. Ley de Gestión Integral de Residuos y Fomento al Reciclaje*. San Salvador, El Salvador.
- Ricardo Antonio, C. A., Gloria Georgina, E. Y., & Max Fernando, M. V. (2006). *Diagnósticos y Estrategias de Solución a la Situación de los Desechos Sólidos no Biodegradables en El Salvador*. San Salvador, El Salvador.
- SAMPIERI, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores, S.A de C.V.

## SITIOGRAFÍA

- PACAS, A. (2018). *El país genera 3,500 toneladas de basura al día y solo recicla un 5%*. Obtenido de: *Periódico Digital El Salvador*: <https://historico.elsalvador.com/historico/515263/el-pais-genera3500-toneladas-de-basura-al-dia-y-solo-recicla-un-5.html>
- Guillermina, G. (2020). *Food Service es una tendencia que llegó para quedarse*. Obtenido de *The food tech*: <https://thefoodtech.com/marketing/food-service-tendencia-que-llego-para-quedarse/>
- *Historia de los desechables tradicionales*. (s.f.). Obtenido de *Papstar*: <https://www.papstar.com/es/vajilla-de-un-solo-uso/historia-de-la-vajilla-de-un-solo-uso/>
- Navarro, R. (2019). *Productos desechables tradicionales*. Obtenido de *Pressreader*: <https://www.pressreader.com/el-salvador/la-prensa-gráfica/20190804/282183652669704>
- *Embalaje ecológico claves e importancia en su uso*. (2020). Obtenido de *Blog Letspack*: <https://blog.letspack.es/embalaje-ecologico-claves-e-importancia-en-su-uso>
- DIEDERIKS, A. (2020). *Embalaje ecológico: El futuro o el lavado ecológico*. Obtenido de *Plasticoceans*: <https://plasticoceans.org/embalaje-ecologico-el-futuro-o-el-lavado-ecologico/>
- NANCY, H., & OMAR, M. (2019). *El río Grande de San Miguel agoniza por los desechos plásticos*. Obtenido de *Periódico Digital El Salvador*: <https://historico.elsalvador.com/historico/610579/el-rio-grande-de-san-miguel-agoniza-por-los-desechos-plasticos.html>
- *Tipos de embalajes y sus características*. (s.f.). Obtenido de *Liderpac*: <https://liderpac.es/tipos-de-embalaje/>
- *Diferencias entre envase y embalaje*. (2019). Obtenido de *Iniciativas en el embalaje*: <https://www.iem.es/embalaje/diferencias-envase-embalaje/>
- Lamo, D. d. (2020). *Packaging sostenible ventajas y desventajas*. Obtenido de *Carontestudio*: <https://carontestudio.com/blog/packaging-sostenible-ventajas-y-desventajas/>
- *El Salvador Sostenible*. (2019). Obtenido de *Asociación Salvadoreña de Industrias*: <https://industriaelsalvador.com/2019/06/10/el-salvador-sostenible/>

- AYNETT, C. R. (2016). *los envases y embalajes del comercio internacional*. Obtenido de Repositorio:
- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16846/1/TESIS%20ENVASES%20Y%20EMBALAJES.pdf>. P.15
- León, A. C. (2012). *El Marketing Verde*. Obtenido de EOI: <https://www.eoi.es/blogs/awildacarolinaberiguete/2012/01/24/el-marketing-verde>
- *¿Qué es el packaging ecológico y por qué tiene cada vez más importancia?* (2020).
- Obtenido de Escuela Superior de Diseño de Barcelona <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-es-el-packaging-ecologico-y-por-que-tiene-cada-vez-mas-importancia>
- *Embalaje ecológico claves e importancia en su uso*. (2020). Obtenido de Letspack: <https://blog.letspack.es/embalaje-ecologico-claves-e-importancia-en-su-uso>
- *El proceso de atención al cliente*. (2018). Obtenido de IntegriaIMS: <https://integriaims.com/proceso-de-atención-al-cliente/>
- *Cadena de Abastecimiento*. (s.f.). Obtenido de Predictiva 2: <https://predictiva21.com/cadena-abastecimiento-supply-chain/>
- *El proceso de evaluación de proveedores*. (2016). Obtenido de Conexión ESAN: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/el-proceso-de-evaluacion-de-proveedores/>
- López, B. S. (2019). *Promedio móvil ponderado*. Obtenido de Ingeniería industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/pronostico-de-la-demanda/promedio-movil-ponderado/>
- *Proceso de Marketing*. (2020). Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/el-proceso-de-marketing.html>
- *Empresas y COVID-19*. (2020). Obtenido de Organización Internacional del Trabajo:
- [https://www.ilo.org/empent/areas/business-helpdesk/WCMS\\_741035/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/empent/areas/business-helpdesk/WCMS_741035/lang--es/index.htm):<https://www.mtps.gob.sv/wp-content/uploads/descargas/DGPS/Protocolos/protocolo-seguridad-sanitaria-atencion-presencial-usuarios-restaurantes-bares-2020.pdf>
- Jeison. (2018). *Diagrama de Ishikawa*. Obtenido de Qualiex: <https://blogdelacalidad.com/diagrama-de-ishikawa/>
- *Matrizfoda.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.matrizfoda.com/dafo/>

## ANEXOS

### ANEXO 1: SONDEO INICIAL A MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE FOODSERVICE

Entrevistas realizadas a diferentes establecimientos de foodservice distribuidos entre las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután como parte de un sondeo de rigor para conocer el panorama que rodea a las micro y pequeñas empresas del rubro en cuanto a desechables se refiere.

#### Entrevista A Establecimientos De Foodservice En Usulután

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

#### Cargo del entrevistado: Propietario

- 1) ¿Cuál es el nombre de la empresa?

NOVA Café & Bistro

- 2) ¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?

Tenemos una gran variedad, prácticamente todo nuestro menú está disponible para llevar, que va desde entradas como pan con ajo, hasta nuestra variedad de almuerzos, en el caso de las bebidas hay excepciones con las refrigeradas o los postres que no se pueden llevar a domicilio.

- 3) ¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?

Normalmente utilizamos vasos, platos, bolsas, plástico, todos desechables. Distribuidos por la empresa termo-encogibles, algunos son biodegradables, otros no, pero los encontramos baratos en el mercado.

- 4) ¿Conoce usted acerca de envases y embalajes ecológicos?

No, realmente no tengo conocimiento sobre cómo pueden ser ecológicos, para mí son un producto físico más desechable que el bulto. No entiendo cuál es su fin o porque le llaman ecológico.

**5) ¿Utilizan envases y embalajes ecológicos?**

Pues realmente se puede decir que si, en parte, porque uno compra lo que le sale más barato. Y casi nunca dentro de los productos baratos se encuentran los ecológicos, por lo general son más caros.

**6) ¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales?**

Pues en teoría, lo básico únicamente. Que en cuanto la gente lo usa lo bota, llega al mar, lo contamina y eso.

**7) ¿Cuál es su opinión sobre la utilización de estos productos?**

Pues personalmente pienso que debería hacerse conciencia acerca de ellos. Pero no se hace porque la gente no sabe qué beneficio aportan los productos ecológicos, debería haber más información sobre estos productos para hacer conciencia, al menos yo no tengo conocimiento de cuál es la diferencia entre un producto ecológico a uno que no lo es y cómo afectan al medio ambiente, no sé. Por ejemplo, aquí está servilleta dice que es ecológica, pero yo no sé qué la hace diferente de una que no lo sea.

**8) ¿Quiénes son sus proveedores de envases y embalajes?**

Desechables diversos, y los superes de la ciudad de Usulután.

**9) ¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos? SI, NO, ¿Por qué?**

Pues si es por unos exactamente de las mismas medidas que ocupo actualmente, con las mismas características y sin costos adicionales, sí. Porque como le digo, uno siempre busca lo más barato.

## **Entrevista 1 A Establecimientos De Foodservice**

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

### **Cargo del entrevistado: Encargada**

**1) ¿Cuál es el nombre de la empresa?**

Galileo´s Coffee

**2) ¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?**

Pan, pastel, postres y bebidas frías y calientes.

**3) ¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?**

Plásticos transparentes y algunos de colores.

**4) ¿Conoce usted acerca de envases y embalajes ecológicos?**

No mucho.

**5) ¿Utilizan envases y embalajes ecológicos?**

No.

**6) ¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales?**

Si.

**7) ¿Cuál es su opinión sobre la utilización de estos productos?**

No deberían utilizarse tanto, porque dañan bastante el medio ambiente y al final nos afecta a nosotros.

**8) ¿Quiénes son sus proveedores de envases y embalajes?**

Termoencogibles, FOAM y los supers de la ciudad de Usulután.

- 9) **¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos? SI, NO, ¿Por qué?**

Sí, porque de esa forma estaríamos contaminando menos.

## **Entrevista 2 A Establecimientos De Foodservice**

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

### **Cargo del entrevistado: Propietario**

- 1) **¿Cuál es el nombre de la empresa?**

La Casa del Café.

- 2) **¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?**

Todos los tipos de café en grano y molido, postres nacionales y extranjeros, bebidas frías y calientes.

- 3) **¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?**

Plásticos desechables.

- 4) **¿Utilizan envases y embalajes biodegradables? No.**

- 5) **¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales?**

Sí, día a día se está viendo el resultado del uso excesivo de los desechables.

- 6) **¿Cuál es su postura en cuanto a la utilización de estos productos?**

Muy buena, porque ayudaría al planeta.

- 7) **¿Quiénes son sus proveedores?**

FOAM y los supermercados y tiendas mayoristas de la ciudad de Usulután.

**8) ¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos?**

Sí, tomando en cuenta siempre los precios de estos.

**Entrevista 3 A Establecimientos De Foodservice**

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

**Cargo del entrevistado: Encargada**

**1) ¿Cuál es el nombre de la empresa?**

La cafetería

**2) ¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?**

Pupusas, desayunos, almuerzos, refrescos, postres, bebidas frías y calientes.

**3) ¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?**

Bolsas plásticas, platos, vasos, cubiertos, todos desechables.

**4) ¿Conoce usted acerca de envases y embalajes ecológicos?**

Sí, he visto unos cuantos.

**5) ¿Utilizan envases y embalajes ecológicos? No**

**6) ¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales? Sí**

**7) ¿Cuál es su opinión sobre la utilización de estos productos?**

Bueno, ahorita por la situación en la que estamos, la mayoría de los clientes optan por comprar los productos para llevar, y de igual manera para comer acá utilizamos platos y tazas o vasos de vidrio, pero hay clientes a los que no les gusta, los cubiertos que usamos son desechables también por la misma razón. Yo

pienso que ahora sí que se ha acumulado más la basura por tanto desechable que se está ocupando.

**8) ¿Quiénes son sus proveedores de envases y embalajes?**

Proveedor directo no tenemos, compramos en las comerciales los productos.

**9) ¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos? SI, NO, ¿Por qué?**

La verdad, si siguiera la situación en la que estamos, sí, para ayudar al medio ambiente.

#### **Entrevista 4 A Establecimientos De Foodservice**

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

**Cargo del entrevistado: Propietario**

**1) ¿Cuál es el nombre de la empresa?**

Cafetería y restaurante Christy.

**2) ¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?**

Todos los productos de la carta tienen disponibilidad para llevar

**3) ¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?**

Platos, depósitos térmicos y pajillas biodegradables, cubiertos sin utilizar bolsa plástica

**4) ¿Utilizan envases y embalajes biodegradables?**

Si, a excepción de los cubiertos que poseen un costo mucho mayor

**5) ¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales?**

Sí, todos los desechos terminan en los océanos

**6) ¿Cuál es su postura en cuanto a la utilización de estos productos?**

Si fuese obligatorio todos los precios se verían afectados y tendría un impacto enorme basándose en una ley.

**7) ¿Quiénes son sus proveedores?**

- Pricemart
- Plásticos morena (productos no biodegradables)

**8) ¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos?**

Ya se ha iniciado y da una pauta para poder seguir en el camino, se tiene una trayectoria de 3 años de implementar productos biodegradables, por voluntad propia de mejorar la calidad de vida de nuestro país, así que si conociéramos de alguna empresa que venda productos biodegradables a un bajo precio cambiaríamos todos nuestros utensilios desechables por ecológicos.

## **Entrevista 5 A Establecimientos De Foodservice**

**Objetivo:** Conocer el estado actual del consumo de productos desechables, causantes de contaminación ambiental, de las micro y pequeñas empresas dedicadas al foodservice (cafeterías) en las cabeceras departamentales de San Miguel y Usulután, para determinar la viabilidad de la implementación de un modelo de logística verde en dichos establecimientos.

### **Cargo del entrevistado: Propietario**

**1) ¿Cuál es el nombre de la empresa?**

Pastelería Josué

**2) ¿Cuál es la gama de productos disponibles para llevar?**

Pasteles, postres, antojos, bebidas frías y calientes.

**3) ¿Cuáles son los envases y embalajes que utilizan?**

Plásticos desechables en su mayoría, en algunas ocasiones utilizamos ecológicos.

**4) ¿Utilizan envases y embalajes biodegradables?**

Sí.

**5) ¿Conoce acerca del impacto que causa en el medio ambiente la utilización de los productos desechables tradicionales?**

Sí, y en la época lluviosa se ven los resultados del uso indiscriminado de los productos plásticos.

**6) ¿Cuál es su postura en cuanto a la utilización de estos productos?**

Estoy a favor de la ecología, pues el planeta ha experimentado cambios drásticos en los últimos años y hay que ayudar, aunque sea un poco.

**7) ¿Quiénes son sus proveedores?**

FOAM, Termoencogibles.

**8) ¿Estaría dispuesto a sustituir sus envases y embalajes no amigables por unos ecológicos?**

Sí.

## **ANEXO 2: EXPLICACIÓN PARA ELABORAR UN ANÁLISIS DE CAMPO DE FUERZAS**

Los cambios en toda organización son inevitables, se necesitan para crecer, tomar nuevos retos, nuevos rumbos en las actividades de una organización o empresa. Pero no puede simplemente tomarse a la ligera, se deben someter a análisis y planificación para llevar a cabo cambios o introducir nuevas técnicas, herramientas, etc.

Para llevar a cabo el análisis de la situación previa a la toma de decisiones para implementar cambios de cualquier tipo se utilizan herramientas para facilitar el proceso de evaluación y de esta forma poder tomar las decisiones correctas en torno al cambio.

La técnica del análisis del Campo de Fuerzas es un instrumento para analizar una situación que es preciso cambiar dentro de una organización. Es muy eficiente ya que permite analizar los diferentes aspectos que rodean la toma de decisiones en torno a un cambio, tales como las ventajas y desventajas de implementar el cambio sugerido, el objetivo de implementar los cambios y por qué se desean implementar, entre otros factores que deben ser contemplados y evaluados antes de ejercer los cambios propuestos.

El esquema del análisis de Campo de Fuerzas nos permite apreciar los aspectos más importantes que surgen en torno a la implementación de los cambios. A continuación, se muestra un ejemplo del esquema del análisis Campo de Fuerzas y se describe cada una de las partes que lo conforma, para conocer su función dentro del mismo.

### **Situación actual**

En el primer cuadro se coloca la situación actual que se vive en la empresa respecto al área en la que se quiere implementar un cambio, en pocas palabras se plantea la problemática por la cual surgen los cambios.

### **Cambios**

Este apartado se utiliza para mostrar los cambios que se desean evaluar para ser implementados y lograr solucionar la situación problemática. Se coloca en una flecha en el centro de la parte de arriba, señalando de la situación actual hacia la situación objetivo.

### **Situación objetivo**

El segundo cuadro que es señalado por la flecha que contiene los cambios es el cuadro de la situación objetivo, donde se plantea la situación que se busca a través de los cambios propuestos para implementar.

### **Fuerzas impulsoras**

En el apartado de las fuerzas impulsoras es donde se colocan todos los motivos que impulsan la implementación de los cambios. Las ventajas que se obtienen al hacerlo y las fortalezas que se tienen para respaldar la toma de decisiones.

### **Fuerzas restringentes**

En cuanto al apartado de las fuerzas restringentes, este contiene todos los motivos por los cuales no se pueden poner en práctica los cambios, son todas las limitantes u obstáculos que se presentan a cada fuerza impulsora.

### **Pasos para su elaboración**

- Tener claro cuál es el objetivo con el que vamos a trabajar y hacia dónde vamos a dirigir la visión del trabajo.
- Realizar un Brainstorming con cuales pueden ser las fuerzas impulsoras para tratar.
- Realizar otro Brainstorming con las fuerzas restringentes.
- Priorizar tanto por un lado (fuerzas impulsoras) como por el otro (fuerzas restringentes) cuales van a ser van importantes o clave para llevar a cabo nuestro fin.
- Enfrentar las fuerzas y conocer cuál de ellas tiene más peso, es decir, si tiene más poder una fuerza impulsora o su contraria de este modo podremos llevar a cabo medidas para poder controlar este hecho y de maximizar unas y reducir otras. Para esto dentro del diagrama se pueden añadir unas columnas indicando el grado de poder que tienen las distintas fuerzas mediante una ponderación.

### **Confrontación entre las fuerzas impulsoras y restringentes**

Para realizar la asignación de relevancia y peso entre las fuerzas, se implementó un sistema de ponderación basado en una escala de calificación del 1 al 5 para mostrar el nivel de relevancia que posee cada fuerza respecto a su contraparte y al sumar el total de puntos que ostenta cada lado de las fuerzas para determinar en qué situación se

encuentra actualmente el problema, se obtiene un dato numérico que respalda la afirmación de si es favorable o desfavorable.

La suma de las escalas no tiene un límite establecido y se tomará en cuenta la suma como tal para establecer el conjunto de fuerzas con mayor peso de relevancia.

| <b>CUADRO COMPARATIVO</b>   |                                |   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|--------------------------------|---|
| <b>FUERZA IMPULSORA</b>   | <b>PONDERACIÓN FI (1 al 5)</b> | <b>FUERZA RESTRINGENTE</b>  | <b>PONDERACIÓN FR (1 al 5)</b> | <b>CONCLUSIÓN</b>   |
| Alto Interés en realizar una transición del uso de materiales contaminantes a ecológicos. | 4                              | Poco conocimiento sobre la existencia de productos desechables de carácter ecológico y sus factores benéficos.        | 3                              | Gracias al interés que manifiestan los empresarios respecto a los envases y embalajes ecológicos, es posible brindarles los conocimientos de los que carecen para que ellos puedan tomar la mejor decisión en cuanto al tipo de materiales que utilizan para servir los alimentos que ofrecen.        |
| Bajos costos de adquisición por grandes volúmenes de compra en el mercado internacional.  | 3                              | Espacio de almacenamiento insuficiente para realizar compras de grandes cantidades de productos.                      | 4                              | El poco espacio con el que generalmente cuentan estas micro y pequeñas empresas impide que se puedan llevar a cabo grandes compras, sin dejar de lado el hecho de que las compras deben hacerse de manera proporcional a las ventas   |
| Amplia gama de productos desechables biodegradables en el mercado internacional.          | 3                              | Escaso conocimiento relativo a los trámites necesarios para realizar importaciones de envases y embalajes ecológicos. | 4                              | Debido a la magnitud de estas micro y pequeñas empresas es muy difícil que cuenten con personal capacitado para realizar trámites y procesos logísticos que generalmente se llevan a cabo en la gestión logística de una empresa, pero es algo para lo cual se pueden capacitar o contratar personal. |

| FUERZA IMPULSORA   | PONDERACIÓN FI (1 al 5) | FUERZA RESTRINGENTE  | PONDERACIÓN FR (1 al 5) | CONCLUSIÓN   |
|--|-------------------------|--|-------------------------|--|
| Implementar herramientas de pronóstico de la demanda para determinar los lotes de pedidos de insumos.                      | 4                       | Deficiencia de procedimientos logísticos en el área de abastecimiento de insumos.                              | 3                       | Las micro y pequeñas empresas de foodservice que participaron en el sondeo presentaron varias características en común, entre ellas, que su propietario o encargado es el que se encarga de llevar toda la gestión logística y lo hace de manera empírica. Es de esperar debido a la magnitud de sus operaciones y resulta un poco complicado que se contrate personal capacitado para llevar una correcta administración, sin embargo, no es imposible proporcionar a las micro y pequeñas empresas herramientas prácticas y de fácil utilización para ayudarles a agilizar la gestión de los procesos antes mencionados. |
| Impacto positivo en la comercialización de los productos, a partir de la presentación con la que se muestran al consumidor | 4                       | Altos costos de adquisición de los productos desechables ecológicos y escasez de proveedores a nivel nacional. | 5                       | Para implementar el uso de envases y embalajes ecológicos es muy importante que la población sea consciente de los beneficios que representa para el medio ambiente el consumo de estos productos y del daño que inflige el consumo de desechables tradicionales.  |

| FUERZA IMPULSORA  | PONDERACIÓN FI (1 al 5) | FUERZA RESTRINGENTE   | PONDERACIÓN FR (1 al 5) | CONCLUSIÓN   |
|---|-------------------------|---|-------------------------|--|
| Fomentar el consumo ecológico de envases y embalajes desechables. | 5                       | Falta de interés por parte de la población en general respecto a la contaminación ocasionada por el uso desmedido de productos desechables no renovables. | 3                       | Cuando hablamos de consumo ecológico nos referimos a la utilización de los desechables ecológicos que poco se utilizan actualmente, se necesita fomentar el consumo de estos productos amigables con el medio ambiente. El mayor problema al que se enfrentaría al llevar a cabo la transición es que los consumidores manifestaron inconformidad por el cambio o necesario incremento en los precios, ya que la falta de conciencia impide que el consumidor piense en las consecuencias de consumir productos más baratos pero dañinos para el medio ambiente. |

Tabla 66: Cuadro comparativo de Análisis de Campo Fuerzas

### **ANEXO 3: LISTADO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL UNIVERSO**

Los establecimientos que conforman la población o universo de la investigación se listan a continuación:

| <b>N°</b> | <b>Nombre empresa</b>                              | <b>Ciudad</b> |
|-----------|--|---------------|
| <b>1</b>  | Típicos Grill's                                    | San Miguel    |
| <b>2</b>  | Restaurante Capital Grill                          | San Miguel    |
| <b>3</b>  | Restaurante Villagüey                              | San Miguel    |
| <b>4</b>  | Restaurante El Izote                               | San Miguel    |
| <b>5</b>  | Taquería el Rinconcito Mexicano                    | San Miguel    |
| <b>6</b>  | Cafetería Gourmet                                  | San Miguel    |
| <b>7</b>  | Restaurante Puerta Vieja                           | San Miguel    |
| <b>8</b>  | Restaurante Brasileña                              | San Miguel    |
| <b>9</b>  | Restaurante Carolina                               | San Miguel    |
| <b>10</b> | Restaurante El Mexicano                            | San Miguel    |
| <b>11</b> | Restaurante Los Ranchos                            | San Miguel    |
| <b>12</b> | La Cocina Jireh                                    | San Miguel    |
| <b>13</b> | Cafetería los Habaneros "Venta de comida mexicana" | San Miguel    |
| <b>14</b> | Asados del campo                                   | San Miguel    |
| <b>15</b> | Taquería Sarape                                    | San Miguel    |
| <b>16</b> | Restaurante El Conquistador                        | San Miguel    |
| <b>17</b> | La Pettit Gourmet                                  | San Miguel    |
| <b>18</b> | Torolomo   | San Miguel    |
| <b>19</b> | Mondongo Taquería La Michoacana                    | San Miguel    |
| <b>20</b> | Restaurante The Mister Fish                        | San Miguel    |

| <b>N°</b> | <b>Nombre empresa</b>                        | <b>Ciudad</b> |
|-----------|--|---------------|
| <b>21</b> | Taquería mexicana "Barrios"                  | San Miguel    |
| <b>22</b> | Restaurante "Dall italiano"                  | San Miguel    |
| <b>23</b> | Restaurante El Carnaval                      | San Miguel    |
| <b>24</b> | Restaurante el Rincón de mi Pueblo           | San Miguel    |
| <b>25</b> | Restaurante El Cazador                       | San Miguel    |
| <b>26</b> | China Fast Food                              | San Miguel    |
| <b>27</b> | Restaurante El Caminante                     | San Miguel    |
| <b>28</b> | Cafetería Gran Café                          | San Miguel    |
| <b>29</b> | Restaurante "Lucky Dragon"                   | San Miguel    |
| <b>30</b> | Restaurante La Villa Mexican Food            | San Miguel    |
| <b>31</b> | Taquería Monterrey                           | San Miguel    |
| <b>32</b> | Cafetería y Comida a la vista Doña Mónica    | San Miguel    |
| <b>33</b> | Restaurante Chino Tony Express               | San Miguel    |
| <b>34</b> | Restaurante "Grill Tacos la Botana Mexicana" | San Miguel    |
| <b>35</b> | Restaurante Lovo Jack                        | San Miguel    |
| <b>36</b> | Ricas Food                                   | San Miguel    |
| <b>37</b> | Taquería Los Poblanos                        | San Miguel    |
| <b>38</b> | Restaurante Zona                             | San Miguel    |
| <b>39</b> | Restaurante Long Fong                        | San Miguel    |
| <b>40</b> | Restaurante Carboneros                       | San Miguel    |
| <b>41</b> | Cafetería Mary                               | San Miguel    |
| <b>42</b> | Restaurante El Buen Amigo                    | San Miguel    |
| <b>43</b> | Restaurante Puerta Vieja                     | San Miguel    |
| <b>44</b> | Restaurante El Costillo                      | San Miguel    |
| <b>45</b> | Restaurante El Azador                        | San Miguel    |

| <b>N°</b> | <b>Nombre empresa</b>         | <b>Ciudad</b> |
|-----------|-------------------------------|---------------|
| <b>46</b> | Restaurante El Mondongo       | San Miguel    |
| <b>47</b> | Restaurante La Cima           | San Miguel    |
| <b>48</b> | Cafetería Las Delicias        | San Miguel    |
| <b>49</b> | Restaurante El Buky           | San Miguel    |
| <b>50</b> | Restaurante El Centenario     | San Miguel    |
| <b>51</b> | Bumburys                      | Usulután      |
| <b>52</b> | Pastelería Doña Sonia         | Usulután      |
| <b>53</b> | Comedor y Cafetería La Merced | Usulután      |
| <b>54</b> | Cafetería Rinconcito Guanaco  | Usulután      |
| <b>55</b> | Tortas Lito Sucursal          | Usulután      |
| <b>56</b> | The Coffee Shop               | Usulután      |
| <b>57</b> | The Coffee House Denys        | Usulután      |
| <b>58</b> | Cafetería la Familia          | Usulután      |
| <b>59</b> | Restaurante Agave             | Usulután      |
| <b>60</b> | Cafetería la cueva            | Usulután      |
| <b>61</b> | Wolf Coffee                   | Usulután      |
| <b>62</b> | Nova, Café & Bistro           | Usulután      |
| <b>63</b> | Cafetería Gran Café           | Usulután      |
| <b>64</b> | Restaurante Los Pilotos       | Usulután      |
| <b>65</b> | Galileo.s Coffee              | Usulután      |
| <b>66</b> | cafetería Delicias Barak      | Usulután      |
| <b>67</b> | Restaurante Cam Gamnoi        | Usulután      |
| <b>68</b> | Mocafé                        | Usulután      |
| <b>69</b> | Coffee Black Queen            | Usulután      |
| <b>70</b> | TACOS MAYA                    | Usulután      |

| <b>N°</b> | <b>Nombre empresa</b>             | <b>Ciudad</b> |
|-----------|-----------------------------------|---------------|
| <b>71</b> | Restaurante Mexicano El Cantarito | Usulután      |
| <b>72</b> | El Conqué                         | Usulután      |
| <b>73</b> | Cafetería Entre Cheros            | Usulután      |
| <b>74</b> | Taquería El Retén de los Amigos   | Usulután      |
| <b>75</b> | Restaurante Cabritos INN          | Usulután      |

*Tabla 67: Listado de micro y pequeñas empresas que conforman la muestra*

## ANEXO 4: RESOLUCIONES DE UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE ALCALDÍAS DE SAN MIGUEL Y USULUTÁN.



**Alcaldía Municipal de San Miguel, Unidad de Acceso a la Información Pública/OIR: En la ciudad de San Miguel, a las ocho horas y quince minutos del día quince de julio del año dos mil veintiuno.**

Con vista de la solicitud de acceso a la información ingresada de forma presencial, a la cual se le asignó el correlativo **ALC SM-2021-018 P**, recibida el día 13 del corriente mes y año, en la cual requiere:

**\* Se solicita el Listado de empresas inscritas en la municipalidad de San Miguel.**

Sobre el particular, el infrascrito Oficial de Información hace las siguientes **consideraciones:**

- Que la solicitud presentada reúne los requisitos establecidos para su admisión en el artículo 66 de la Ley de Acceso a la Información Pública.

- Se otorga de forma inmediata lo solicitado sin realizar gestiones internas a través de memorándums, ya que la información solicitada se encuentra disponible en los archivos de esta unidad y en base al principio de disponibilidad y prontitud.

**POR TANTO**, de conformidad a los artículos 2,6 lit. C ,50 lits. d, g ,h, i, k, 65, 66, 69, 70, 71, 72,73, de la Ley de Acceso a la Información Pública, el suscrito Oficial de Información **RESUELVE:**

-Admítase la presente solicitud, y entréguese de forma inmediata lo solicitado por estar disponible dicha información.

--Quedan a salvo los derechos del ciudadano establecidos en la Ley de Acceso a la Información Pública.

-Notifíquese al solicitante por el medio dejado para tal efecto.

Lic. Miguel Zelaya  
Oficial de Información





## RESOLUCION DE SOLICITUD

**REF. 015-UAIP-USU-2021.**

**ALCALDIA MUNICIPAL DE USULUTAN, REPUBLICA DE EL SALVADOR: UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.** En la Ciudad de Usulután, a las trece horas del día catorce de julio del año dos mil veintiuno.

### **I. CONSIDERANDOS:**

- A las trece horas del día doce de julio del año dos mil veintiuno, se Recibió Solicitud de Acceso de Información, recibida de manera presencial por la ciudadana **Elizabeth Nohemy Panameño Gámez**, mayor de edad, del domicilio de Usulután, Departamento de Usulután, portador de su Documento Único de Identidad número **05745088-2**, en su calidad de persona natural; solicitando la información siguiente:

**Listado de empresas registradas en la base de datos de la Alcaldía Municipal de Usulután al mes de junio 2021.**

- Mediante auto de las trece horas con veinte minutos del día doce de julio del año dos mil veintiuno; la Suscrita oficial de información habiendo analizado la solicitud, y en vista de cumplir con los requisitos estipulados en el art. 66 de la LAIP, se notificó de la admisión de la solicitud e inició del proceso de acceso a la información a partir de lo requerido por el solicitante.

- Con base a las funciones que le corresponde a la Oficial de Información, de conformidad al art. 50 literales d), i), y j) de la Ley de Acceso a la Información Pública, en el sentido de realizar los trámites mediante procedimientos sencillos y expeditos, a fin de facilitar la información solicitada por el requirente de una manera oportuna y veraz.

- Es de aclarar que el Oficial de Información es el vínculo entre el ente obligado y el solicitante, realizando las gestiones necesarias, para facilitar el acceso a la información.

*Ilustración 3 Resolución Alcaldía Municipal de Usulután 1*



## II. FUNDAMENTACIÓN

El Derecho de Acceso a la Información Pública, tiene una condición indiscutible de derecho fundamental, anclada en el reconocimiento constitucional del Derecho a la Libertad de Expresión (Art. 6 de la Cn.) que tiene como presupuesto el derecho de investigar o buscar y recibir informaciones de toda índole, pública o privada, que tengan interés público, y en el Principio Democrático del Estado de Derecho de la República como forma de Estado (Art. 85 Cn.) que impone a los poderes públicos el deber de garantizar la transparencia y la publicidad en la administración, así como la rendición de cuentas sobre el destino de los recursos y fondos públicos. **(Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, amparo: 155-2013, del 6/3/2013, y las que en él se citan: Inc. 13-2011, del 5/12/2012; Inc. 1-2010, del 25/8/2010; Inc. 91- 2007, del 24/9/2010.)**

El derecho al acceso a la información, constituye una categoría fundamental que el Estado debe garantizar a la población en general, para efectos de consolidar un sistema democrático válido, donde el ejercicio del poder de las instituciones del estado, estén sujetas a la divulgación pública, y los funcionarios actúen bajo un régimen de transparencia.

Como parte del procedimiento de acceso a información pública, el suscrita Oficial de Información, requirió la información solicitada de conformidad a lo establecido en el art. 70 de la LAIP, a aquella unidad que puede poseer la información, con el objeto que la localice, verifique su clasificación y comunique la manera en la que la tiene disponible; la cual detallo a continuación:

Con fecha 13 de julio de 2021, se le solicitó a la Unidad de Catastro Empresas y Unidad de Informática la información requerida por la solicitante. Ante tal requerimiento, respectivamente con fecha 14 de julio de 2021, remitieron la información solicitada sobre **Listado de empresas registradas en la base de datos de la Alcaldía Municipal de Usulután al mes de junio 2021.**



## ALCALDIA MUNICIPAL DE USULUTÁN

JUNTOS POR UN NUEVO USULUTAN  
CALLE GRIMALDI No. 3, USULUTÁN, EL SALVADOR, C.A  
TEL. 2662-0142, 2662-0068, 26846710

Por lo anteriormente expresado, se le entrega la información por ser considerada como pública, de conformidad a lo establecido en el art.6 literal c) de la Ley de Acceso a la Información Pública.

### III. RESOLUCIÓN

De conformidad al art. 65, 66, 72 de la Ley de Acceso a la Información Pública, y art. 54 del Reglamento de la Ley de Acceso a la Información Pública; la suscrita Oficial de Información,

#### RESUELVE:

- a) La solicitud si cumple con todos los requisitos establecidos en el Art. 66 de la Ley de Acceso a la Información Pública (LAIP) y art. 54 literal d) del Reglamento de la Ley de Acceso a la Información Pública.
- b) Entréguese la información remitida a esta unidad por parte de la unidad administrativa que posee la información solicitada.
- c) Notifíquese al solicitante por el medio señalado para tal efecto:  
**elizabeth.panameno17@itca.edu.sv**
- d) Archívese el expediente administrativo.

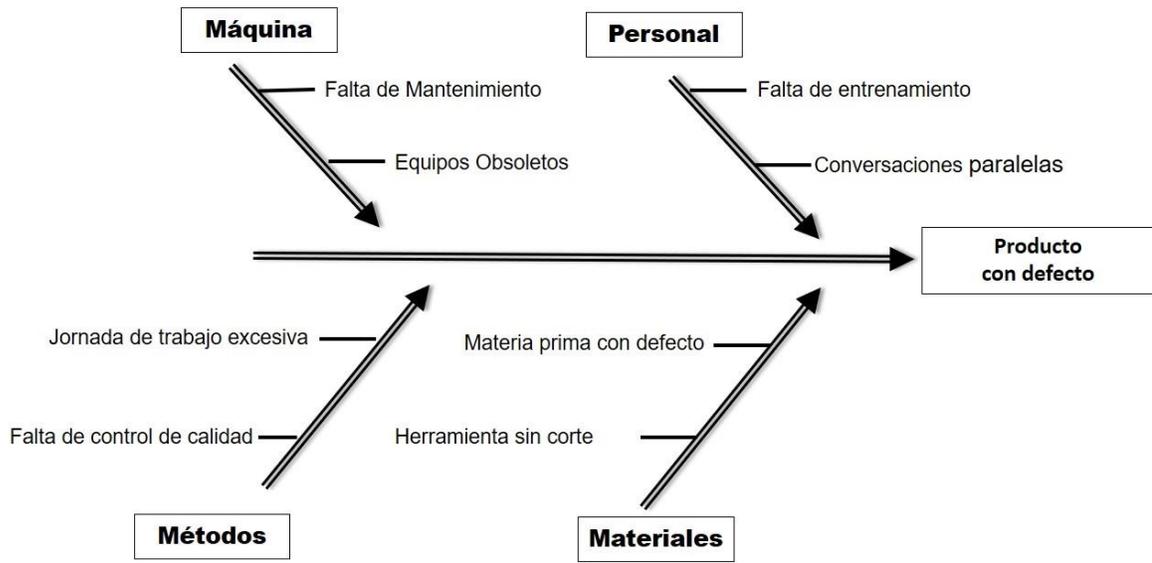


Licda. Blanca Rosa Martínez Solano  
Oficial de Información

*Ilustración 5 Resolución Alcaldía Municipal de Usulután 3*

## ANEXO 5: DIAGRAMA CAUSA – EFECTO O DIAGRAMA DE ISHIKAWA

El Diagrama de Ishikawa, también conocido como Diagrama de Espina de Pescado o Diagrama de Causa y Efecto, es una herramienta de la calidad que ayuda a levantar las causas-raíces de un problema, analizando todos los factores que involucran la ejecución del proceso.



*Ilustración 6 Ejemplo para realización de Diagrama de Ishikawa*

Creado en la década de 60, por Kaoru Ishikawa, el diagrama tiene en cuenta todos los aspectos que pueden haber llevado a la ocurrencia del problema, de esa forma, al utilizarlo, las posibilidades de que algún detalle sea olvidado disminuyen considerablemente.

El Diagrama de Ishikawa presenta la relación existente entre el resultado no deseado o no conforme de un proceso (efecto) y los diversos factores (causas) que pueden contribuir a que ese resultado haya ocurrido. Su relación con la imagen de una espina de pescado se da debido al hecho de que podemos considerar sus espinas las causas de los problemas planteados, que contribuirán al descubrimiento de su efecto, además del formato gráfico que se asemeja al diseño de un esqueleto de pescado.

Casos en los que se puede utilizar

Es posible aplicar el diagrama de Ishikawa a diversos contextos y de diferentes maneras, entre ellas, se destaca la utilización:

- Para ver las causas principales y secundarias de un problema (efecto).
- Para ampliar la visión de las posibles causas de un problema, viéndolo de manera más sistémica y completa.
- Para identificar soluciones, levantando los recursos disponibles por la empresa.
- Para generar mejoras en los procesos.

Pasos para realizarlo:

- Identificación del problema
- Establecer categorías
- Lluvia de ideas
- Ordenar y añadir causas
- Profundiza en las causas

## **ANEXO 6: EXPLICACIÓN PARA REALIZAR ANÁLISIS FODA**

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

También se puede encontrar en diferentes bibliografías en castellano como “Matriz de Análisis DAFO”, o bien “SWOT Matrix” en inglés.

DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

### **Estrategias derivadas de la Matriz FODA**

La Matriz FODA no es sólo identificar los Factores Internos y Externos. Eso es apenas la mitad del camino. Lo importante es identificar las estrategias a seguir, al combinar esos Factores

La Matriz FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado en cada nivel de una organización o unidades de análisis de esta, como un producto, mercado, línea de producto, entre otros. La Matriz FODA es también conocida como “Matriz de Análisis DAFO”, o bien “SWOT Matrix” en inglés.

El **FODA** debe enfocarse en los factores claves para el éxito de la empresa.

Destacando las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compartir de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves de entorno.

Las letras F, O, D y A representan Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

- Las estrategias FO se basan en el uso de las fortalezas internas de una empresa con objeto de aprovechar las oportunidades externas. Generalmente las organizaciones usan estrategias DO, FA, o DA para llegar a una situación en la cual puedan aplicar una estrategia FO.
- Las estrategias DO tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas valiéndose de las oportunidades externas. A veces una empresa aprovecha las oportunidades externas decisivas, pero presenta debilidades internas que le impiden explotar dichas oportunidades.
- Las estrategias FA se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Este objetivo consiste en aprovechar las fortalezas de la empresa reduciendo a un mínimo las amenazas.
- Las estrategias DA tienen como objetivo denotar las debilidades internas y eludir las amenazas ambientales. Se intenta minimizar debilidades y amenazas, mediante estrategias de carácter defensivo, pues un gran número de amenazas externas y debilidades internas pueden llevar a la empresa a una posición muy inestable.

**Se deben hacer coincidir las oportunidades y amenazas externas con sus fortalezas y debilidades internas**

|                        | <b>Oportunidades (O)</b>  | <b>Amenazas (A)</b>  |
|------------------------|---|--|
|                        | 1.<br>2.<br>3.<br>4.  | 1.<br>2.<br>3.<br>4.   |
| <b>Fortalezas (F)</b>  | <b>FO</b>   | <b>FA</b>  |
| 1.<br>2.<br>3.<br>4.   | <b><i>Estrategia “Maxi-Maxi”</i></b><br>Estrategia que aprovecha las fortalezas para maximizar las oportunidades.     | <b><i>Estrategia “Maxi-Mini”</i></b><br>Estrategia que utiliza las fortalezas para minimizar las amenazas. |
| <b>Debilidades (D)</b> | <b>DO</b>   | <b>DA</b>  |
| 1.<br>2.<br>3.<br>4.   | <b><i>Estrategia “Mini-Maxi”</i></b><br>Estrategia que minimiza las debilidades sacando partido de las oportunidades. | <b><i>Estrategia “Mini-Mini”</i></b><br>Estrategia que minimiza las debilidades y evita las amenazas.      |

*Tabla 68 Planteamiento de matriz FODA*

**Pasos para construir una Matriz FODA.**

1. Realizar el diagnóstico de la empresa y organización
2. Hacer una lista de las fortalezas y debilidades internas
3. Hacer una lista de las amenazas y oportunidades externas
4. Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la casilla apropiada.
5. Comparar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias DO restantes.
6. Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes.
7. Hacer comparación de las debilidades internas con las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes.

### Representación Esquemática de la Matriz FODA

|   |   |  |
|---|---|--|
| Dejar siempre<br>en blanco                        | Debilidades (D)<br>Lista de Debilidades   | Fortalezas (F)<br>Lista de Fortalezas                                  |
| Oportunidades<br>(O)<br>Lista de<br>Oportunidades | Estrategias (DO)<br>Vencer debilidades<br>aprovechando oportunidades                | Estrategias (FO)<br>Uso de fortalezas para aprovechar<br>oportunidades |
| Amenazas (O)<br>Lista de<br>Amenazas              | Estrategias (DA)<br>Reducir a un mínimo las<br>debilidades y evitar las<br>amenazas | Estrategias (FA)<br>Usar fortalezas para evitar<br>amenazas            |

Tabla 69: Representación Esquemática de la Matriz FODA

- Se combinan las Fortalezas con las Oportunidades para obtener estrategias FO
- Se combinan las Fortalezas con las Amenazas para obtener estrategias FA
- Se combinan las Debilidades con las Oportunidades para obtener estrategias DO
- Se combinan las Debilidades con las Amenazas para obtener estrategias DA<sup>26</sup>

---

26

Cortés, F. (5 de Marzo de 2017). *Mercadotecniatotal.com*. Obtenido de *Mercadotecniatotal.com*: <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/estrategias-de-marketing-derevidas-de-un-foda/>