	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>109</b>	

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	LAURA MARCELA PAREDES CHINCHILLA LEDY MARCELA VILLEGAS AMAYA		
FACULTAD	DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
DIRECTOR	JUAN PABLO BACCA MANZANO		
TÍTULO DE LA TESIS	DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y CREACIÓN DE ESTRATEGIAS RELACIONADAS CON LA SALUD OCUPACIONAL Y MARKETING MIX DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES RECICLAN		
<b><u>RESUMEN</u></b>			
<p>EL PRESENTE TRABAJO ABARCÓ EL DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE SALUD OCUPACIONAL Y MARKETING MIX PARA LA COOPERATIVA RECICLAN, DONDE SE CREÓ LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, SE IDENTIFICARON ACCIONES ENCAMINADAS A PRESERVAR LA SALUD DE LOS TRABAJADORES Y SE DEFINIERON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PLAZA, PROMOCIÓN, PRECIO, PROCESOS Y PERSONAS, CON EL FIN DE POSICIONAR LA EMPRESA EN EL MERCADO.</p>			
<b><u>CARACTERÍSTICAS</u></b>			
PÁGINAS: 155	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 1	CD-ROM: 1



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y CREACIÓN DE  
ESTRATEGIAS RELACIONADAS CON LA SALUD OCUPACIONAL Y  
MARKETING MIX DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE  
RECUPERADORES AMBIENTALES RECICLAN**

**LAURA MARCELA PAREDES CHINCHILLA  
LEDY MARCELA VILLEGAS AMAYA**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2015**

**DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y CREACIÓN DE  
ESTRATEGIAS RELACIONADAS CON LA SALUD OCUPACIONAL Y  
MARKETING MIX DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE  
RECUPERADORES AMBIENTALES RECICLAN**

**LAURA MARCELA PAREDES CHINCHILLA  
LEDY MARCELA VILLEGAS AMAYA**

**Director  
JUAN PABLO BACCA MANZANO**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de Administrador  
de Empresas**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
OCAÑA  
2015**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo de grado a Dios a nuestros padres y parejas. A Dios porque ha estado con nosotras en cada paso que damos, cuidándonos y dándonos fortaleza para continuar, a nuestros padres quienes a lo largo de nuestra vida han velado por nuestro bienestar y educación siendo nuestro apoyo en todo momento, y a nuestras parejas que han Depositado su entera confianza en cada reto que se nos presenta sin dudar ni un solo momento en nuestras capacidades.

## CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCION</u>	16
1. <u>DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y CREACION DE ESTRATEGIAS RELACIONADAS CON LA SALUD OCUPACIONAL Y MARKETING MIX DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES RECICLAN</u>	18
1.1. <u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	18
1.2. <u>FORMULACION DEL PROBLEMA</u>	19
1.3. <u>OBJETIVOS</u>	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos	19
1.4. <u>JUSTIFICACION</u>	20
1.5. <u>DELIMITACIONES</u>	21
1.5.1. Delimitación Conceptual	21
1.5.2. Delimitación Operativa	22
1.5.3. Delimitación Temporal	22
1.5.4. Delimitación Geográfica	22
2. <u>MARCO REFERENCIAL</u>	23
2.1. <u>MARCO HISTÓRICO</u>	23
2.1.1. Historia del marco corporativo a nivel internacional	25
2.1.2. Historia a nivel nacional	29
2.1.3. Historia a nivel local	32
2.2. <u>MARCO CONTEXTUAL</u>	37
2.3. <u>MARCO CONCEPTUAL</u>	38
2.4. <u>MARCO TEÓRICO</u>	43
2.5. <u>MARCO LEGAL</u>	44
3. <u>DISEÑO METODOLOGICO</u>	54
3.1. <u>TIPO DE INVESTIGACION</u>	54
3.2. <u>POBLACION Y MUESTRA</u>	54
3.3. <u>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION</u>	56
3.4. <u>ANALISIS DE LA INFORMACION</u>	57
4. <u>PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS</u>	58
4.1. <u>ANÁLISIS Y DISCUSIONES</u>	58
4.1.1 Entrevista realizada a la gerente de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan	58
4.1.2 Resultados arrojados según la encuesta dirigida a la comunidad ocañera del Norte de Santander	59
4.1.3 Resultados arrojados según la encuesta dirigida al personal que hace parte de la cooperativa de recuperadores ambientales reciclan.	72

4.1.4 Diagnostico general	83
4.2 <u>DISEÑO DEL MARCO CORPORATIVO DE LA COOPERATIVA, MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS, VALORES, POLÍTICAS, ORGANIGRAMA, MANUAL DE FUNCIONES, Y PROCEDIMIENTOS, CON EL FIN DE ORIENTAR LAS ACCIONES DE LA EMPRESA, BASADO EN LA ESTRUCTURA LEGAL Y JURÍDICA QUE LA LEY EXIGE, TENIENDO EN CUENTA SUS REQUISITOS, YA QUE EL GOBIERNO EVALÚA LA ESTRATEGIA, LA GESTIÓN Y LOS PROPIOS MECANISMOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO</u>	84
4.3 <u>ESTRATEGIAS DE SALUD, HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL GARANTIZANDO LA SALUD FÍSICA Y MENTAL DEL RECURSO HUMANO</u>	107
4.4. <u>ESTRATEGIAS DE MERCADEO ENFOCADAS CON EL PRODUCTO, LUGAR, PRECIO Y PROMOCIÓN DE LA COOPERATIVA, EN ARAS DE LOGRAR RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN EN LA REGIÓN. TENIENDO EN CUENTA EL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA QUE RESUME ESTOS TÉRMINOS, EL CUAL IMPLICA ORIENTAR A LA ORGANIZACIÓN EN SU TOTALIDAD HACIA EL GENERADOR DE INGRESOS: EL CLIENTE TANTO INTERNO COMO EXTERNO</u>	127
5. <u>CONCLUSIONES</u>	138
6. <u>RECOMENDACIONES</u>	139
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRONICAS</u>	140
<u>ANEXOS</u>	143

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Consideración de la importancia de reciclar.	59
Tabla 2. Realización de la actividad de reciclar.	60
Tabla 3. Separación de basuras en casa y/o lugar de trabajo.	61
Tabla 4. Satisfacción de información recibida por los medios de comunicación sobre el reciclaje.	61
Tabla 5: conocimiento de los días en que pasan por las casas o lugar de trabajo las personas recolectoras de basura	62
Tabla 6. Consideración del trato de las personas recolectoras de basura	63
Tabla 7. Aceptación con la creación de una cooperativa que respalde la actividad de reciclar	64
Tabla 8. Conocimiento de la existencia de la nueva cooperativa de recuperadores reciclan en Ocaña	65
Tabla 9. Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (valores)	67
Tabla 10. Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (principios)	68
Tabla 11. Apoyo (reconocimiento y respeto) de la actividad recicladora en el municipio	69
Tabla 12. Cargo que ocupa dentro de la cooperativa	72
Tabla 13. Sexo perteneciente a los miembros que forman parte de la cooperativa	72
Tabla 14. Edad de los socios y administrativos de la cooperativa RECICLAN	73
Tabla 15. Actividad que realizan dentro de la cooperativa RECICLAN	74
Tabla 16. Tiempo de ejercer sus actividades en la cooperativa.	74
Tabla 17. Conocimiento de la legalización de la cooperativa RECICLAN	75
Tabla 18. Consideración si RECICLAN se encuentra debidamente organizada.	76
Tabla 19. Conocimiento acerca si la cooperativa utiliza de implementos de seguridad para desarrollar dicha actividad (reciclar)	76
Tabla 20. Medios que utilizan para transportar la materia prima	77
Tabla 21. Lugar de almacenamiento de la materia prima	78
Tabla 22. Calificación de la convivencia entre las personas que hacen parte de la cooperativa.	79
Tabla 23. Calificación de la relación entre recuperadores y la comunidad	80
Tabla 24. Conocimiento si se encuentran debidamente organizados a la hora de la recolección de basuras.	81

## LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Consideración de la importancia de reciclar.	59
Gráfico 2. Realización de la actividad de reciclar.	60
Gráfico 3. Separación de basuras en casa y/o lugar de trabajo.	61
Gráfico 4. Satisfacción de información recibida por los medios de comunicación sobre el reciclaje.	62
Gráfico 5: conocimiento de los días en que pasan por las casas o lugar de trabajo las personas recolectoras de basura	63
Gráfico 6. Consideración del trato de las personas recolectoras de basura	64
Gráfico 7. Aceptación con la creación de una cooperativa que respalde la actividad de reciclar	65
Gráfico 8. Conocimiento de la existencia de la nueva cooperativa de recuperadores reciclan en Ocaña	66
Gráfico 9. Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (valores)	68
Gráfico 10. Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (principios)	69
Gráfico 11. Apoyo (reconocimiento y respeto) de la actividad recicladora en el municipio.	70
Tabla 12. Cargo que ocupa dentro de la cooperativa.	72
Gráfico 13. Sexo perteneciente a los miembros que forman parte de la cooperativa	73
Gráfico 14. Edad de los socios y administrativos de la cooperativa RECICLAN	73
Gráfico 15. Actividad que realizan dentro de la cooperativa RECICLAN	74
Gráfico 16. Tiempo de ejercer sus actividades en la cooperativa.	75
Gráfico 17. Conocimiento de la legalización de la cooperativa RECICLAN	75
Gráfico 18. Consideración si RECICLAN se encuentra debidamente organizada.	
Gráfico 19. Conocimiento acerca si la cooperativa utiliza de implementos de seguridad para desarrollar dicha actividad (reciclar)	76
Gráfico 20. Medios que utilizan para transportar la materia prima	77
Gráfico 21. Lugar de almacenamiento de la materia prima	78
Gráfico 22. Calificación de la convivencia entre las personas que hacen parte de la cooperativa.	79
Gráfico 23. Calificación de la relación entre recuperadores y la comunidad	80
Gráfico 24. Conocimiento si se encuentran debidamente organizados a la hora de la recolección de basuras.	81



## LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Procedimiento para el sistema de quejas, reclamos y sugerencias	Pág. 93
Cuadro 2. Procedimiento para la selección y contratación de personal	94
Cuadro 3. Inspección de elementos de protección personal	111
Cuadro 4. Colores de seguridad	116

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Imagen 1. Marco corporativo	85
Imagen 2. Organigrama de Reciclan	88
Imagen 3. Jarrones con botellas de plástico	119
Imagen 4. Escoba con botellas de plástico	130
Imagen 5. Mosaico con tapas	131
Imagen 6. Lámpara de cucharas	131
Imagen 7. Lámpara de ramo de flores	132
Imagen 8. Canecas de basura con botellas de plástico	133
Imagen 9. Porta lapiceros	133
Imagen 10. Descansa pies	134
Imagen 11. Pintura estampada de flores de cerezo	134
Imagen 12. Pintura estampada de flores de cerezo	135

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. encuesta dirigida al personal de la cooperativa	144
ANEXO B. Entrevista dirigida al gerente de la cooperativa	147
ANEXO C. Encuesta dirigida a la población ocañera	150
ANEXO D. Usuarios registrados en CENS S.A.E.S.P	152
ANEXO E. Familias inscritas en el SISBEN	153

## RESUMEN

El buen gobierno corporativo está cobrando cada vez más importancia en el ámbito local e internacional, debido a su reconocimiento como un valioso medio para alcanzar mercados más confiables y eficientes, de la organización es una de las partes esenciales de una empresa, porque tiene uno de los puntos de enlace para construir las mecánicas de la administración, en donde se especifican las funciones y actividades con base que sea conveniente especificar las relaciones de autoridades, responsabilidades, y las obligaciones entre las funciones y los puestos. Establecer líneas de comunicación e interrelación de cada uno de los departamentos para poder especificar las necesidades que tiene la empresa.

Las empresas requieren de una estructura para crecer y ser rentables. El diseño de una estructura organizacional ayuda a la alta gerencia a identificar el talento que necesita ser añadido a la empresa. La planificación de la estructura asegura que haya suficientes recursos humanos dentro de la empresa para lograr las metas establecidas en la estructura de la empresa. También es importante que las responsabilidades estén claramente definidas. Cada persona tiene una descripción de las funciones de su trabajo y cada trabajo ocupa su propia posición en el organigrama de la empresa, las líneas del organigrama deben ser claras para que todos los miembros de la organización comprendan cuáles son sus responsabilidades y sepan a quién deben rendir cuentas. Estas relaciones claras hacen que sea más fácil para los gerentes supervisar los niveles de organización y así Cada uno de los empleados se benefician sabiendo a quien pueden acudir en busca de orientación o ayuda Una estructura organizacional bien diseñada facilita el logro de los objetivos de la empresa y su éxito a largo plazo.

Implementar estrategias que conduzcan a la empresa a realizar los trabajos sin perjudicar la salud de los trabajadores en el manejo de material reciclable, es un propósito viable de **RECICLAN**, a su vez se implementarán estrategias marketing mix determinando pautas de mercadeo enfocadas con el producto, lugar, precio y promoción de la cooperativa, en aras de lograr reconocimiento y posicionamiento de la imagen en la región, la implementación de estas estrategias en la cooperativa son de vital importancia ya que ayudaran a tener una mayor aceptación en el mercado actual en nuestro municipio y en otros campos de estudio que dicha empresa establezca.

## GLOSARIO

**El gobierno corporativo:** son las estructuras y procesos para la adecuada dirección y control de las empresas, que contribuyen a la generación de valor y a su desarrollo sostenible

**Programa de salud ocupacional:** Es un conjunto de actividades que promueven la Salud y el Bienestar de los trabajadores, previenen la ocurrencia de accidentes y enfermedades profesionales, hoy en día se considera que el programa de Salud Ocupacional es un conjunto de políticas y acciones dirigidas para mejorar la Calidad de vida del trabajador.

**Riesgos Profesionales:** Según el Decreto – Ley 1295 de 1994, son riesgos profesionales el accidente que se produzca como consecuencia directa del trabajo o labor desempeñada y la enfermedad que haya sido catalogada como profesional por el Gobierno Nacional

**Accidente:** Se define como accidente a cualquier suceso que es provocado por una acción violenta y repentina ocasionada por un agente externo involuntario, y dar lugar a una lesión corporal

**Elementos de Protección Personal (EPP):** Dispositivos o prendas seleccionados para uso de los trabajadores, con el fin de prevenir lesiones o efectos adversos sobre su salud, por exposición a peligros en el lugar de trabajo.

**Enfermedad:** Condición física o mental adversa identificable, que surge, empeora o ambas, a causa de una actividad laboral, una situación relacionada con el trabajo o ambas. (NTC – OSHAS 18002 Primera Actualización)

**Lesión:** Según la Organización Mundial de la Salud, una lesión es "toda alteración del equilibrio biopsicosocial"

**Lugar de Trabajo:** Cualquier espacio físico en el que se realizan actividades relacionadas con el trabajo, bajo control de la organización. (NTC – OSHAS 18002 Primera Actualización).

**Peligro:** Fuente, situación o acto con potencial de daño en términos de enfermedad o lesión a las personas, o una combinación de estos. (NTC – OSHAS 18002 Primera Actualización)

**Procedimiento:** Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.

**Riesgo:** Combinación de la probabilidad de que ocurra un(os) evento(s) o exposición(es) peligroso(s), y la severidad de la lesión o enfermedad que puede ser causada por el(los) evento(s) o exposición(es). (NTC – OSHAS 18002 Primera Actualización)

**Mercadotecnia:** Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad una Cooperativa bien organizada resulta de interés para la integración educativa del individuo, ya que este tipo de empresa cumple fines de educación para adultos contando con el estudio de los principios Cooperativos: Membresía abierta y voluntaria, Control democrático de los miembros, Participación económica de los miembros, Autonomía e independencia, Educación, entrenamiento e información, Cooperación entre Cooperativas y Compromiso con la comunidad; con lo anterior la Cooperativa imparte al individuo educación con alto contenido moral y social, una cooperativa bien organizada crea riqueza cuando se aprovechan las condiciones existentes en el medio geográfico en que vive la comunidad y conserva la riqueza existente mediante la distribución equitativa de las utilidades o excedentes entre los socios.

Sumado a lo anterior cabe mencionar que este tipo de cooperativas debe tener en claro la importancia de la administración para llevar un adecuado control y seguimiento sobre toda su empresa, ya que de este depende el éxito o fracaso de la misma, está estrechamente relacionado con una buena o mala administración, esto es más importante en las Cooperativas y Asociaciones por tener una organización y una vida económica encaminada para prestar buenos servicios a sus socios y a la comunidad en general; siendo el anterior uno de los objetivos principales de las Cooperativas, el personal administrativo se debe preparar para actuar mediante la utilización de medios eficientes de administración y entrenamiento del personal adecuado.

Teniendo en cuenta lo anterior la presente investigación se propuso diseñar el marco corporativo de la cooperativa, misión, visión, principios, valores, políticas, organigrama, manual de funciones, y procedimientos, con el fin de orientar las acciones de la empresa, basado en la estructura legal y jurídica que la ley exige, teniendo en cuenta sus requisitos, ya que el gobierno evalúa la estrategia, la gestión y los propios mecanismos del proceso administrativo; también plantear estrategias de salud, higiene y seguridad ocupacional relacionadas con las condiciones ambientales de trabajo, garantizando la salud física y mental del recurso humano y por ultimo determinar estrategias de mercadeo enfocadas con el producto, lugar, precio y promoción de la cooperativa, en aras de lograr reconocimiento y posicionamiento de la imagen en la región, teniendo en cuenta el concepto de mercadotecnia que resume estos términos, el cual implica orientar a la organización en su totalidad hacia el generador de ingresos: el cliente tanto interno como externo.

El propósito básico de este proyecto es ayudar a la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN en la parte administrativa, y así orientarla ya que es una empresa muy joven, por lo cual no cuenta con ninguna de las antes mencionadas. De este modo se trabajó de manera que se pudieran tener en claro que son en la actualidad, a donde quieren llegar, como lo pueden lograr y bajo qué normas y reglamentos se deben regir, es por esta razón que a lo largo de este proyecto podemos encontrar la solución y las propuestas para alcanzar los objetivos.

Finalmente se deja a disposición de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN si desean adoptar las propuestas que se plantean en este proyecto ya que se ha realizado para mejoras de su empresa tanto en el área administrativa, ambiental y de mercadeo.

# **1. DESARROLLO DEL MARCO CORPORATIVO Y CREACION DE ESTRATEGIAS RELACIONADAS CON LA SALUD OCUPACIONAL Y MARKETING MIX DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES RECICLAN.**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las cooperativas son asociaciones autónomas de personas agrupadas voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales, por medio de una empresa que se posee en conjunto y se controla democráticamente; por tal razón se creó RECICLAN una entidad que respalda la labor de los recuperadores en el municipio de Ocaña, ya que se puede evidenciar que estas personas no contaban con el debido apoyo y respeto por las actividades que a diario realizan<sup>1</sup>.

La cooperativa de recuperadores, fue constituida el 8 de octubre del 2014, con el propósito de solventar dichas dificultades que presentan estas personas y a su vez brindarles una calidad de vida; las personas que conforman dicha cooperativa, son personas que trabajan empíricamente, por tal razón perjudican a la población y a ellos mismos, desconociendo como se manipulan todos estos desechos, y a su vez al ser tan alto el grado de vulnerabilidad de estas personas son engañadas en el momento de vender la materia prima, por tal razón el gobierno juega un papel importante en todos estos procesos y procedimientos, ya que son entidades las cuales promulgan leyes y normas que se deben tener en cuenta en todo momento, y que deben ser aplicadas para beneficios de estos recuperadores y de la sociedad misma, con esto se ayudara al fortalecimiento de su diario vivir; como se puede evidenciar la cooperativa es joven en este municipio, por tal motivo no cuenta con una organización administrativa apropiada para el buen funcionamiento de la asociación, esto refleja una problemática notable en el municipio, ya que si no hay una debida organización no podrá surgir ni brindar un buen servicio al mismo tiempo no tiene plasmadas la misión, visión, los objetivos organizacionales, manual de funciones, organigrama, valores y principios detallados en el marco corporativo que orienten a la empresa para organizar sus actividades y así alcanzar los logros deseados planteando soluciones que beneficien a los asociados y comunidad en general, ya que al no tener estos términos plasmados afectan a todo el núcleo de la empresa desconociendo el compromiso de los funcionarios con el marco corporativo ignorando quienes son, adonde quieren llegar, como alcanzar metas propuestas y como crear conciencia en la comunidad; aplicando lo anterior todos los empleados trabajaran en la misma sintonía y se logra un accionar más eficiente de la empresa y consistencia en los procedimientos y políticas.

De igual manera la empresa tiene la necesidad de crear estrategias en el área de salud ocupacional debido a que la cooperativa no está promoviendo y protegiendo la salud de los trabajadores tanto en cuestiones físicas como psicológicas, del mismo modo se ve la necesidad de la creación de estrategias relacionadas con el marketing mix ya que actualmente

---

<sup>1</sup> la OIT sobre la promoción de las cooperativas, 2002 Instituto de Investigación Universidad del Zulia (LUZ) Maracaibo- Venezuela



la asociación cuenta con personas capacitadas para elaborar manualidades con el producto reciclado y no se están dando a conocer en la comunidad Ocañera debido al poco conocimiento en esta área; sumado a lo expuesto los recuperadores no poseen con un lugar apropiado para el almacenamiento de material reciclable por lo que hoy en día lo ejercen inadecuadamente en lugares inapropiados perjudicando el embellecimiento de los barrios, y así mismo, la salud de la comunidad.

Resumiendo lo tratado RECICLAN tiene la necesidad de guiar a la empresa a trazar objetivos y a seguir tácticas de mercadotecnia conociendo las necesidades actuales y futuras de los asociados y comunidad en general y así poder tomar decisiones futuras que permitan el desarrollo de la cooperativa dándose a conocer en el mercado Ocañero<sup>2</sup>.

## **1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Será útil el desarrollo del marco corporativo y la creación de estrategias relacionadas con salud ocupacional y marketing mix de la cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales (reciclan) en el municipio de Ocaña?

## **1.3 OBJETIVOS**

**1.3.1 objetivo general.** Desarrollar el marco corporativo y la creación de estrategias relacionadas con salud ocupacional y marketing mix de la cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales (RECICLAN) en el municipio de Ocaña.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Diseñar el marco corporativo de la cooperativa, misión, visión, principios, valores, políticas, organigrama, manual de funciones, y procedimientos, con el fin de orientar las acciones de la empresa, basado en la estructura legal y jurídica que la ley exige, teniendo en cuenta sus requisitos, ya que el gobierno evalúa la estrategia, la gestión y los propios mecanismos del proceso administrativo.

Plantear estrategias de salud, higiene y seguridad ocupacional relacionadas con las condiciones ambientales de trabajo, garantizando la salud física y mental del recurso humano.

Determinar estrategias de mercadeo enfocadas con el producto, lugar, precio y promoción de la cooperativa, en aras de lograr reconocimiento y posicionamiento de la imagen en la región. Teniendo en cuenta el concepto de mercadotecnia que resume estos términos, el cual implica orientar a la organización en su totalidad hacia el generador de ingresos: el cliente tanto interno como externo.

---

<sup>2</sup> COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN). Ocaña, Colombia. [Documentos de la empresa] 2012 [citado el 15 de marzo de 2015] p. 1.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

A nivel mundial se ha ido tomando conciencia sobre la importancia de recolectar y clasificar los desechos para su posterior reciclaje, algunos países ya han empezado a tomar iniciativas al respecto e incluso las han hecho obligatorias a través de leyes, en Colombia se producen diariamente más de 16 mil toneladas de basura, que en muchos casos, son tratadas inadecuadamente poniendo en riesgo la salud de los ciudadanos, y a su vez los mismos recuperadores por no conocer los parámetros necesarios para dicha actividad ponen en riesgo su bienestar<sup>3</sup>.

Debido a la desinformación que existe en nuestro municipio sobre el tema hemos querido desarrollar un proyecto enfocado en la necesidad e importancia de tener una asociación organizada, la cual cuente con el marco corporativo, y a su vez permita a la sociedad crear una cultura adecuada acerca de la importancia de reciclar, reutilizar y reducir materia prima, y así crear conciencia, valores y responsabilidad social; ayudando a resolver algunos problemas ambientales y con ello contribuir a la protección de nuestros recursos naturales y la preservación de la vida.

RECICLAN, es una cooperativa Multiactiva, ya que es una asociación sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general, y a su vez que generen empleo y respeto hacia ellos ya que el trabajo de reciclar es digno, lo que se pretende es tener un adecuado control de su parte administrativa y se les reconozca y respete por manejar un ente, apropiadamente conforme a la ley.

El trabajo que se realizará tiene como propósito principal desarrollar el Marco corporativo y la creación de estrategias para el fortalecimiento de RECICLAN, el primer objetivo a cumplir, consiste en realizar un diagnóstico de las necesidades tanto de la empresa como de la comunidad, para ello es necesario conocer la información general de las mismas, recopilando los datos e investigando sobre la asociación, y a su vez se realizará una entrevista con la gerente para recibir información del funcionamiento y manejo de la cooperativa a nivel local, sumado a lo anterior se diseñará el marco corporativo, para cumplirlo se llevara a cabo la elaboración de la misión, la visión y los objetivos de la cooperativa con el propósito de orientarla en el cumplimiento de sus metas y en los ideales que desea alcanzar. También se diseñará el organigrama, manual de funciones, políticas y se formularán los valores y principios aplicados a la organización de RECICLAN, y se dará a conocer al personal el trabajo desarrollado y su aplicación socializando con ellos los temas que hacen parte del marco corporativo diseñado y por último se implementaran estrategias orientadas a la salud ocupacional y al marketing mix, las cuales ayudaran al fortalecimiento de sus actividades, ya

---

<sup>3</sup> RAMIREZ GARZON, Viviana Andrea. Creación de una empresa dedicada al reciclaje de llantas a través de su trituración. Bogotá, Colombia. [en línea] 2012 [citado el 15 de marzo de 2015] disponible en: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle>. P.1

que son aspectos importantes en el funcionamiento de las organizaciones y que son la base para una buena gestión empresarial.

Para un efectivo resultado del trabajo se establecerán objetivos, métodos de control, cumplimiento y seguimiento de la siguiente forma: Desarrollando campañas educativas y operativas para promover el manejo ambiental de residuos: reducción, reusó y reciclaje.

Crear conciencia acerca del impacto negativo generado por la producción y mal manejo de residuos sólidos.

Como métodos de control en este proyecto se tendrá en cuenta; evaluar el progreso y efectividad del proyecto a través de indicadores de evaluación medidos a partir de herramientas cuantitativas y cualitativas.

Como métodos de seguimiento se aplicaran; Visitas de seguimiento: se realizaran con el propósito de asegurarnos que los recuperadores están realizando la actividad adecuadamente, como lo es el manejo de la materia prima, el uso de implementos de seguridad y el cumplimiento de las políticas y principios establecidos en el proyecto; Para esto es necesario diseñar un formato que permita consignar la apreciación y evaluación de las mismas.

La aplicación del proyecto a la empresa aportará al desarrollo de las teorías y conceptos estudiados durante el aprendizaje obtenido en la carrera y permitirá reconocer las habilidades adquiridas como estudiantes para aportar en la gestión y mejora de la cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN, Beneficiando a la empresa ya que se suministrara información y trabajo para mejoras tanto en el área administrativa como en la creación de estrategias, y a su vez se creará cultura en cada recuperador, otro beneficiario seria la comunidad y la preservación del medio ambiente, ya que se generara conciencia del buen uso de los residuos sólidos.

El buen desarrollo de este trabajo beneficiara a la universidad F.P.S.O ya que hará parte de un proyecto que contribuye al buen desarrollo ambiental, el cual ayudara a preservar el medio ambiente y a llevar una adecuada organización a una cooperativa que inicia sus actividades enmarcadas en el acompañamiento de la universidad, y para nosotros como estudiantes es de gran importancia hacer parte de este proyecto el cual nos enriquecerán nuestros conocimientos ya que se pondrá en práctica lo aprendido durante la carrera y además nos motiva a la investigación de temas ambientales los cuales son de alta importancia en nuestro diario vivir.

## **1.5 DELIMITACIONES**

**1.5.1 Delimitación Conceptual.** Se tendrán en cuenta los conceptos relacionados con lo referente al tema de interés en el proyecto tales como lo son: cooperativa, responsabilidad social, integridad, equipo de trabajo, responsabilidad, medio ambiente, disposición, cooperativismo, estrategia, efectividad, salud ocupacional y demás conceptos de utilidad.

**1.5.2 Delimitación Operativa.** La recolección de información para llevar a cabo el desarrollo del marco corporativo y diseño de estrategias para la cooperativa (RECICLAN) en el municipio de Ocaña norte de Santander se hará a través de la inspección, la observación, la elaboración de entrevistas y análisis de las mismas.

**1.5.3 Delimitación Temporal.** El desarrollo del proyecto se llevara a cabo en un periodo de 5 meses desde el momento en que dicha propuesta sea aceptada.

**1.5.4 Delimitación Geográfica.** El desarrollo del estudio se hará en las instalaciones del centro de convivencia y centro de orientación del empleo y el emprendimiento (edificio IFINORTE) ya que la cooperativa no cuenta con instalaciones propias por el momento.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1. MARCO HISTORICO

Las empresas u organizaciones que cuentan con una declaración explícita y compartida de su misión, visión y valores pueden orientar mejor sus acciones y hacer frente a las adversidades porque su equipo de dirección o gerencial y el personal tienen claro su propósito básico, el futuro que quieren construir y los valores que le dan fortaleza moral.

La visión, también llamada “visión de futuro”, es una formulación de la situación futura deseable para la organización. La visión puede ser expresada en una o varias frases redactadas de manera atractiva y motivadora. Al ser la visión una situación futura deseable, es una especie de gran objetivo a lograr y, por eso, es la inspiración y el marco para definir objetivos y metas más específicas. Aunque la visión debe tener un carácter duradero, suele actualizarse regularmente o redefinirse cuando las circunstancias estratégicas de la empresa así lo requieren.

Los valores, también llamados “valores corporativos, empresariales u organizacionales”, son las creencias (el credo) acerca de las conductas consideradas correctas y valiosas por la empresa. De los tres elementos mencionados, los valores son los que tienen mayor permanencia. No se trata de una declaración circunstancial o de conveniencia, sino de creencias básicas, esenciales, que tienen valor intrínseco<sup>4</sup>.

Aplicación: Si tiene una declaración de misión, visión y valores, revísela para evaluar su vigencia o para ratificarla de manera compartida por el equipo de la empresa u organización. Si no tiene una declaración de misión, visión y valores, proceda a prepararla de alguna de las siguientes maneras: Prepare un borrador y sométalo a discusión por parte de su equipo gerencial. Si las circunstancias y el tiempo lo permiten, estimule una discusión más amplia entre el personal. Realice una reunión especial de trabajo y solicite sugerencias por escrito. Sométalas a discusión durante la misma reunión, o en otra ocasión después de haber procesado las sugerencias. Contrate los servicios de un facilitador experimentado que conduzca profesionalmente un taller para definir la misión, visión y valores de manera participativa. Recuerde que la declaración de misión, visión y valores es un excelente punto de partida y complemento de los procesos de planificación estratégica. Recuerde que la declaración de misión, visión y valores es un excelente recurso para promover la participación, la alineación del equipo y la motivación. Una vez que cuente con una declaración de misión, visión y valores utilícela, divúlguela, téngala presente, utilícela como una referencia permanente. Esta recomendación forma parte del manual “Auxilios Financieros” producido por Venezuela Competitiva, que pone al alcance de los empresarios y gerentes de pequeñas y medianas empresas un conjunto de recomendaciones para hacer frente inmediato a los problemas de sus empresas, para tratar de impedir que se agraven, mientras se logra darles una atención adecuada y profesional para hacer frente inmediato a

---

<sup>4</sup> JUAN BOSCH, El profesor, reflexiones actualizado, 15 de marzo de 2013 at 1:15 AM/foro8 edición completa

los problemas de sus empresas, para tratar de impedir que se agraven, mientras se logra darles una atención adecuada y profesional.

La formulación de la misión de la organización: El concepto de misión y su importancia es aceptado y no difiere mucho entre los autores contemporáneos de la temática. No obstante, en la revisión de la literatura sobre el tema se seleccionaron algunos conceptos dados por autores relevantes: James Stoner en su libro *Administración* plantea que la misión es la meta general de la organización, basada en las premisas de la planeación que justifica la existencia de una organización mientras que Peter Drucker señala que es la declaración duradera de objetivos que identifica una organización de otra similar. Félix Martínez Díaz plantea que la misión ha sido confundida a menudo con la responsabilidad social de la empresa. En este sentido, Sallenave plantea: “la responsabilidad de la empresa se establece en términos de utilidad social, lo cual implica un juicio de valor sobre la contribución eventual de la empresa a un conjunto de objetivos sociales o político – económicos, mientras que la misión de la empresa no es más que una delimitación del campo de acción que los dirigentes fijan a priori a la empresa y que no implica juicio de valor.

El autor Salvador García plantea que los autores sobre el tema de la dirección estratégica muestran una considerable confusión entre los términos visión, objetivos, finalidades tácticas, propósito estratégico, misión, metas, ambiciones, principios guías de comportamiento, etc. y señala que toda organización culturalmente estructurada ha de tener explícitamente definidos dos grandes grupos de valores o principios compartidos que orienten sus objetivos de acción cotidianos. Los valores finales asociados con la visión y la misión. Los valores instrumentales u operativos asociados a la forma de pensar y hacer las cosas con que la organización pretende afrontar las demandas de su entorno e integrar sus tensiones internas para alcanzar su visión y su misión, los cuales se ponen de manifiesto en la etapa de implementación de las estrategias de la organización. Lo que da coherencia a una organización es la claridad y consenso de sus metas y principios, o lo que es lo mismo, de sus fines y de sus valores operativos.

**Objetivos de la misión.** Prevenir los cambios que ejercerán una profunda influencia en la organización. Brindar a empleados, clientes y otros, una identidad y un entendimiento de las unidades de crecimiento. Brindar un vehículo para generar y proyectar opciones estratégicas. Desarrollar valores positivos en los miembros de la organización que facilite el cumplimiento de las tareas<sup>5</sup>.

**Proceso para la elaboración de la misión.** Iniciación y atención por la alta dirección. Participación y compromiso de otros niveles de dirección y representantes de los trabajadores. Preparación del equipo en su conceptualización. Elaboración de la expresión de la misión. Revisión y retroalimentación. Aprobación y compromiso.

---

<sup>5</sup> ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. *Objetivos de la misión*. (s.l.) [En línea] (s.f.) [citado el 15 marzo de 2015] disponible en: <http://www.oas.org/electoralmissions/MisionesElectorales/Colombia2010>. P. 1

**Normas para la aplicación de la misión.** Establézcala, hónrela y viva de acuerdo con ella, cree una cultura organizacional. Comprometa a los nuevos trabajadores. Hágala visible a todos, como un compromiso de todos. Úsela en decisiones, estrategias, estructuras, sistemas, estilos, y habilidades. Revísela periódicamente. Una vez analizados los aspectos teóricos sobre la misión sólo se agregará a ello la significación que la misma posee para cualquier organización, no solo como su razón de ser, sino como la guía para la acción, el camino para encausar los esfuerzos de todos los recursos para lograr el fin, la expresión de todos los valores que posee o necesita la organización para su aporte en beneficio de la sociedad. Posterior a su formulación se recomienda diagnosticar la misma.

**2.1.1 Historia del marco corporativo a nivel internacional.** La visión. En los primeros modelos de dirección estratégica no se tenía en cuenta la visión. En 1991 el Dr. Eugenio Yañez González define la misión como el primer paso del modelo que diseñó y sitúa la visión después de realizada la segmentación estratégica, el análisis de las relaciones internas y externas y de los escenarios, este modelo se convirtió en uno de los más usuales en CUBA y es seguido y fundamentado en los modelos de Carlos Lazo Vento, Glicería Gómez Cevallos y Reynaldo Fernández en su trabajo dirección estratégica territorial. Tecnología, así como en el modelo de los Doctores Fermín Orestes Rodríguez y Sonia Alemañy Ramos. En los últimos años de la década de los 90 autores como el Dr. Ángel Luis Portuondo Velez<sup>9</sup> y otros, sitúan la visión en segundo lugar después de formulada la misión. En 1997 los autores Joan Goldsmith y Kenneth Cloke, en el modelo de dirección estratégica que aportan sitúan la visión en primer lugar y en segundo lugar definen la misión de la organización. En 1999 en el volumen 1 de la revista La Gestión Estratégica EASDE, los autores sitúan los valores compartidos en el primer lugar y en segundo integran la misión y la visión de la organización. Como se aprecia en la década de los 90 ha existido una tendencia en los autores a ir integrando estos elementos, no obstante, se abordan por separado como tres pasos independientes.

Esta concepción fortalece el liderazgo debido a que el líder logra transmitir y retroalimentar su visión de futuro al colectivo, compartiendo el consenso que exprese los anhelos, deseos e intereses colectivos<sup>6</sup>.

Para la formulación de la visión se recomiendan los siguientes pasos:

Evaluación de la información. Consiste en evaluar toda la información obtenida en los pasos anteriores, es decir, las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades, el esbozo del problema estratégico general, la solución estratégica general y los escenarios con su variante positiva, intermedia y negativa.

---

<sup>6</sup>NUÑEZ POLANCO, Domingo. Publicado por EL PROFESOR el 11 de julio de 2012 en educación/ actualizado 15 de marzo del 2014. Sao Paulo, Brasil. [en línea] 2014 [citado el 15 de marzo de 2015] Disponible en <https://movimiento30juniord.wordpress.com>. P.1.

Definición y validación de la visión. Posterior al análisis de la información se recomienda realizar tormenta de ideas mediante la cual se definirá la expresión de la visión, validándose a través de técnicas para lograr consenso.

Retroalimentación y fijación.

Por último es recomendable realizar una retroalimentación misión visión donde se comprueba si el resultado que se desea obtener es compatible con la misión definida, si realmente contribuye a su materialización y si está en manos de la organización su logro.

**Principales insuficiencias en la determinación de una visión.** Definir una visión ajena a la misión, es necesario después de generada la visión compatibilizarla con la misión.

Insistir en cifras cuando éstas no aparecen, lo fundamental puede ser cualitativo.

Desarrollar procesos de generación de ideas sin retroalimentación y ajuste.

Énfasis excesivo en elementos externos, pasar de lo que se puede a lo que se quiere.

Establecer una visión sin haber realizado un análisis de las relaciones entre los factores internos y externos.

**Los factores claves para el éxito.** Una vez que la organización conoce su razón de ser, la siguiente pregunta clave a la que se debe dar respuesta es ¿Qué es imprescindible para cumplir con su objeto social? Es esencial para la empresa saber qué necesidad espera satisfacer el público objetivo al que se dirige, qué es lo que valora y qué es lo que no valora, es decir, definir los factores claves de éxito. Conociendo los factores claves para el éxito, la empresa puede dirigir sus acciones hacia el logro de los mismos lo que evidentemente le facilitará alcanzar la satisfacción de las necesidades de sus clientes y con ello alcanzar rasgos distintivos con respecto a su competencia, alcanzando la lealtad en sus consumidores y reduciendo la amenaza de los productos sustitutos.

**Los objetivos.** Con la realización de los pasos anteriores se conoce la razón de ser de la organización, es decir, su misión, el estado deseado que se quiere lograr, su posición estratégica, ahora es necesario definir cómo lograr el tránsito de la misma, del estado actual al estado futuro deseado. En el siguiente paso se establecen los objetivos estratégicos. Los objetivos constituyen una de las categorías fundamentales de la actividad de dirección, debido a que condicionan las actuaciones de la organización y en especial de sus dirigentes<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> APRENDICES COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES. Como establecer objetivos en tu empresa. Los objetivos. [En línea] 2010 [citado el 15 de marzo de 2015] Disponible en: <http://www.emprendices.co/como-establecer-objetivos-en-tu-empresa/>. P.1



Un objetivo constituye la expresión de un propósito a obtener. Los objetivos tienen varias categorías para su clasificación, entre ellas, están: Colectivos e individuales. Generales y particulares. Principales y secundarios. Largo y corto plazo.

Por su precisión los objetivos se clasifican en: Objetivos trayectoria. Son de importancia para fijar políticas, orientaciones hacia donde nos dirigimos y para plantear estrategias globales, pero para realizar un proceso de dirección en un marco de tiempo determinado, es imprescindible guiarnos por objetivos tareas. Expresan un carácter continuo del objetivo en el tiempo y que es una trayectoria que debemos seguir, pueden convertirse en funciones de personas o departamentos. Objetivos normativos. El grado cuantitativo o cualitativo que debe satisfacer un objetivo trayectoria o cualquier otro objetivo que deseamos alcanzar. Expresan cual es el estado deseado del objetivo, el cual garantiza lo que deseamos. Objetivos tareas. Expresan en tiempo. Cantidad y/o cualidad lo que se quiere alcanzar. Estos son los más usuales, sin estos no es posible planear, organizar y controlar un proceso. Algunos pueden ser expresados cuantitativamente, otros se hacen más difíciles y se requiere precisión cualitativa de forma adicional o solamente de forma cualitativa se pueden expresar. Desde el punto de vista jerárquico, el primer nivel de objetivo está definido por la misión de la organización como la expresión más general de su razón de ser en cuanto a su papel económico y social. El segundo nivel de los objetivos de una organización son los objetivos generales, los cuales expresan los propósitos o metas a escala global, y a largo plazo, en función de su misión, pero también en función de la situación del entorno y sobre todo de su evolución futura, en especial de las oportunidades y amenazas que éste presenta, así como de la propia situación interna de la organización.

Los cuatro principios fundamentales que rigen la previsión y la planeación de los objetivos pueden ser resumidos de la siguiente forma:

**Precisión:** Deben ser entendidos por todos los subordinados e implicados y poder ser verificados, cuando no puedan ser cuantificables, deben definirse los criterios para evaluar su logro.

**Participación.** Uno de los elementos más importantes de la efectividad de la planificación pues entre más participen los subordinados mayor compromiso existirá en el cumplimiento de los objetivos.

**Integración:** Es necesario integrar el mayor número de aspectos relacionados, de manera que en una formulación se consideren las tareas para el aseguramiento de este.

**Realismo:** Es necesario que sean decisivos, retadores y factibles, que todos los esfuerzos se orienten hacia ellos, pero que sean posibles de alcanzar<sup>8</sup>.

**Misión.** La misión de una organización establece para qué existe. Su origen parece ser la escuela del funcionalismo en antropología y sociología. El funcionalismo se enfoca en las

---

<sup>8</sup> *Ibíd.* P. 2

necesidades de los actores del sistema social y de las diversas estructuras que emergen en respuesta a esas necesidades. De la misma manera como en biología un órgano o grupo de células tiene una función determinada para mantener la vida del organismo, una organización tiene una función dentro de una sociedad. Para Parsons (1951), cada actor tiene cierta posición dentro del sistema social y desempeña ciertos roles que tienen un significado en el sistema social, como un todo. El funcionalismo ha sido criticado por no manejar adecuadamente la historia, el cambio y el conflicto. Se ha presentado como una teoría para explicar el orden social de manera estática. Para Campbell y Nash (1992), una misión incluye los siguientes elementos: propósito, estrategia, valores, políticas y estándares de comportamiento. Tanto la estrategia como los valores son conectores entre el propósito de la organización y los patrones de comportamiento resultantes. Existe una misión fuerte cuando los cuatro elementos se refuerzan entre sí. Hay un sentido de misión cuando los participantes tienen un compromiso emocional con la organización, resultado de la coincidencia entre valores organizacionales e individuales. En este marco, la estrategia es una parte de la misión. Mientras algunas organizaciones y ejecutivos enfatizan la estrategia, otros enfatizan la cultura y valores. A diferentes niveles de la organización puede haber distintos énfasis, ya que en el ámbito corporativo es necesario reforzar los valores organizacionales y en el de negocio puede tener sentido darle más peso a la estrategia. Sin embargo, como vimos en la sección anterior, la misión puede verse como un elemento de la estrategia. El elemento fundamental de la misión es el propósito organizacional, entendido como la definición de su razón de ser que puede incluir: producir bienes, atender necesidades, servir a una clientela organizacional, un segmento de mercado, explotar un recurso o competencia, etc. Visto así, el propósito es similar a la definición del dominio, uno de los componentes de la estrategia. Ambos términos explican el papel que tiene la organización en la sociedad. En la práctica existen muchas organizaciones con múltiples beneficiarios, o mixtas. Por esto, es necesario que en la misión quede claro cuál es el propósito fundamental de la organización. Para que la misión sirva a propósitos motivacionales, es preferible que enfatice la creación de valor en la organización, más que su apropiación por algunos de los posibles beneficiarios. Se entiende que si se crea valor habrá algo que repartir. En la mayoría de las organizaciones de negocios se entiende que los beneficiarios primarios son los accionistas o dueños, por lo cual su propósito es producir utilidades y maximizar el valor de la empresa. Sin embargo, maximizar el valor de la organización es un propósito genérico que no distingue entre organizaciones, y muchas veces no es suficiente para dar dirección y motivar a la firma, por lo que la misión generalmente enfatiza los medios que permitirán maximizar el valor; es decir, a través de servir a qué clientela y atender qué necesidades es como se va a lograr esa maximización del valor. Otras misiones evitan el concepto de beneficiario y se van directamente a la idea de identidad con la organización buscando generar un sentimiento parecido al nacionalismo o al apoyo que ofrecen los fanáticos de un equipo deportivo<sup>9</sup>.

**Objetivos, estrategias y políticas.** Los objetivos establecen que es lo que se va a lograr y cuando serán alcanzados los resultados, pero no establecen como serán logrados. Estos objetivos afectan la dirección general y viabilidad de la entidad. La estrategia como ya se definió es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización

---

<sup>9</sup> Ibíd. P. 3

y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Establecen como se van a lograr los objetivos. Las estrategias pueden ser intentadas (planeadas) o las emergentes (no planeadas). El objetivo básico de la estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva. Esta no es más que cualquier característica de la organización que la diferencia de la competencia directa dentro de su sector. Toda empresa que obtiene beneficios de un modo sostenido tiene algo que sus competidores no pueden igualar, aunque en muchos casos lo imiten. (Folleto de planeación estratégica Linda Kasuga-Luis Humberto Franco calidad y excelencia). Una habilidad distintiva se refiere a la única fortaleza que le permite a una compañía lograr condiciones superiores en eficiencia, calidad, innovación o capacidad de satisfacción al cliente. Las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de los cuales debe ocurrir la acción. Muchas veces toman la forma de acciones de contingencia para resolver conflictos que existen y se relacionan entre objetivos específicos. Las políticas estratégicas son aquellas que guían a la dirección general y la posición de la entidad y que también determinan su viabilidad. Una vez establecidos los anteriores podemos definir el paso a paso o programas de trabajo, o planes operativos, que son los que especifican la secuencia de las acciones necesarias para alcanzar los principales objetivos. Los programas ilustran como dentro de los límites establecidos por las políticas serán logrados los objetivos, se aseguran que se les asignen los recursos necesarios para el logro de los objetivos y permiten establecer una base dinámica para medir el progreso de tales logros. Las decisiones estratégicas son aquellas que establecen la orientación general de una empresa y su viabilidad máxima a la luz, tanto para los cambios predecibles como de los impredecibles que, en su momento, puedan ocurrir en los ámbitos que son de su interés o competencia.

**2.1.2. Historia a nivel nacional. Cooperativa de recicladores de Bogotá (Colombia).** Los recicladores bogotanos asociados en 24 organizaciones cooperativas de base, que conforman la Asociación Cooperativa de Recicladores de Bogotá, se propusieron conseguir el reconocimiento real ciudadano para que la inclusión social del gremio dedicado al reciclaje de residuos les permita la articulación de la actividad con el Sistema Público de Servicio de Aseo y por ende la generación de renta para este segmento de población, que ha vivido de esta actividad desde hace 60 años<sup>10</sup>.

Ya después de estar establecida se implementó el perfil competitivo para lograr lo que la empresa se había propuesto pero debido al poco conocimiento en esta área fueron creadas con deficiencia la misión, visión, principios, valores y políticas.

En el año 1996, revisando el quehacer de la entidad gremial, se puso en evidencia que no se estaba cumpliendo con el objeto establecido de la búsqueda de las mejoras de las condiciones y de los intereses comunes de los recicladores, elemento por el cual se tomaron decisiones importantes, tales como generar un proceso paralelo de organización con un número mayor de recicladores y mejorar la organización existente. Los recicladores estaban perdiendo de

---

<sup>10</sup> VALDÉS-SERRANO, Ernesto A.R.B. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas. [en línea] Actualizado el 9 de septiembre del 2013 [citad el 15 de marzo de 2015] Disponible en: <http://asociacionrecicladoresbogota.org/>

manera progresiva tanto las posibilidades de mantenerse en la actividad como la justa paga por el precio del material recolectado<sup>11</sup>.

De acuerdo a lo mencionado la empresa decayó por lo que no tenían en claro quiénes eran, a dónde querían ir, cómo lo querían lograr y dónde lo lograrían.

De cuatro organizaciones, existentes y apoyadas por algunos programas, como el de la Fundación Social (que en los diez años anteriores había promovido la organización y el desarrollo de las agrupaciones acompañadas por esta), se pasó a 14 en cuatro años y a 23 en seis años; habiendo pasado por un trabajo de reconocimiento de la ciudad para detectar los asentamientos de los recicladores por vivienda, trabajo o comercialización de sus productos. A partir de este proceso se dio inicio a una tarea de organización por localidades para que de los 32 asentamientos localizados se pudiera constituir como mínimo una organización zonal y fortalecer las existentes. Se ha obtenido una respuesta de gran respaldo a la convocatoria, ya que de 400 asociados cabeza de familia en las cooperativas, se pasó a 2.500 en tan solo seis años; se logró con las nuevas organizaciones montar cinco nuevos puntos de acopio para pasar a diez centros de compra de propiedad del gremio y para su propio beneficio, y se estableció un proceso de acercamiento a los generadores para obtener los residuos separados en la fuente o por lo menos para obtener el acceso a las basuras.

De igual manera se ideó y programó una plataforma de pensamiento político basada en la necesidad de generar incidencia gremial para posicionar el tema de la inclusión de los recicladores y su actividad en la agenda de la planeación de los municipios, a través de los procesos de mejora de los sistemas de aseo y manejo de residuos, por estar intrínsecamente relacionados.

Como resultado de este proceso se lograron las modificaciones de la ley de Servicios Públicos, el establecimiento de decretos reglamentarios, la generación de una política nacional de reciclaje y las modificaciones de las estructuras de pagos tarifarios del servicio. No sólo pueden establecer ayudas a los propósitos de los recicladores, sino que brindan alivios a los usuarios y pueden empezar a contribuir a la mitigación del impacto ambiental generado por el mal manejo que hasta hoy se da a las 22.000 toneladas de basuras producidas en el país, de las cuales los recicladores en condiciones totalmente adversas logran rescatar el 10%.

Se posibilitó la capacidad de reclamación de los derechos fundamentales, usando las diversas vías constitucionales y legales con que cuenta la población nacional, logrando importantes pronunciamientos que pueden ser usados por los grupos para proteger y mejorar sus condiciones de trabajo y generar renta. Los casos más relevantes son: detención de la salida a los conductores de tracción animal (carretas) a las vías nacionales, sin ninguna garantía de reubicación laboral; la salida de los recicladores de las calles y de los botaderos, igualmente sin ninguna alternativa; pero la más importante ha sido lograr la sentencia C-742 de la Honorable Corte Constitucional, en la cual se ordena a la administración distrital de Bogotá

---

<sup>11</sup> Ibíd. P. 6

a establecer acciones afirmativas en relación a la población recicladora en los procesos licitatorios y contractuales del Servicio Público de Aseo.

Finalmente, los recicladores en Colombia han generado una dinámica de participación ciudadana, que ha logrado penetrar en la conciencia de la nación para presionar los cambios sociales, políticos, culturales y económicos que promocionen la reforma del comportamiento humano hacia un desarrollo humano si no sostenible por lo menos sí más humano y más compasivo con el entorno; el triunfo o el poder superarse esta cooperativa se fundamentó en replantear su perfil competitivo tener claro que es lo que querían proporcionarle a la comunidad, la empresa, el comercio y el gobierno.

En la actualidad la cooperativa cuenta con el siguiente marco corporativo.

**Misión.** La ARB ESP, es una entidad prestadora de servicios públicos de aseo, conformada por organizaciones de recicladores de oficio, que trabaja por el reconocimiento y remuneración del Gremio Reciclador en el marco del servicio y contribuye al mejoramiento de las condiciones de vida y trabajo digno del Reciclador promoviendo mejoras en habitabilidad, trabajo, salud, educación y cultura; mediante la representación gremial, sensibilización y motivación a procesos organizativos que permiten la gestión de proyectos económicos y sociales, para el beneficio de sus comunidades y de la sociedad en general.

**Visión.** Ser la instancia de representación gremial, política y social de los recicladores de oficio en Bogotá, ante las instancias públicas y privadas del orden local, nacional e internacional, asegurando la gestión para la defensa del Reciclador y su familia, el desarrollo tecnológico, económico, organizativo, que logre para el Gremio el reconocimiento del oficio y su remuneración dentro de la prestación del servicio público de aseo.

**Objetivos institucionales.** Garantizar la permanencia en la actividad. Trabajar por conseguir la remuneración del servicio prestado en recolección, transporte y aprovechamiento de residuos. Promocionar los esquemas de reconocimiento social y económico. Promover y desarrollar r canales y esquemas de comercialización. Crecer en la cadena de valor de los materiales y del servicio de Aseo. Promover la organización formal. Promover esquemas de mejoramiento social, hábitat y formación<sup>12</sup>.

**Principios y Valores.** La ARB como entidad prestadora de servicios públicos hace énfasis en el mejoramiento continuo del personal trabajando siempre en los siguientes principios y valores: Responsabilidad, compromiso, amor al trabajo, visión, trabajo en equipo, enfoque, positivo y política de calidad.

La ARB ESP, en cumplimiento de su misión, debe contribuir al mejoramiento de las necesidades de los recicladores, buscar el beneficio de sus agremiaciones y defensa de sus intereses de manera oportuna y confiable, superando las expectativas de calidad, optimizando los recursos técnicos y del reciclaje, actuando conforme a las directrices fijadas por la

---

<sup>12</sup> *Ibíd.* P. 7

asociación, respetando los acuerdos y trabajar fundamentados en la mejora continua que conduzca a lograr mayor eficacia, eficiencia y efectividad en todos sus procesos directos e indirectos.

**2.1.3 Historia a nivel local.** Nuestros Principios se encuentran inmersos en cada acción de quienes hacemos parte de la Fundación de la mujer, son la carta de navegación que nos permite transformar vidas mediante la aplicación de una acertada metodología microcrediticia. Ellos consolidan nuestra cultura y afianzan nuestro quehacer diario.

La Fundación de la mujer Ocaña es consciente de la importancia que tiene el Buen Gobierno Corporativo para las instituciones micro financieras, y por ello establece y aplica materialmente el “Código de Buen Gobierno Corporativo” en donde se estructuran y compilan las políticas, normas y principios éticos que deben orientar las actuaciones de todas y cada una de las personas vinculadas a la Fundación de la mujer en ejercicio de sus funciones. Todo esto para la adecuada administración de sus asuntos y el conocimiento de su gestión, labor mediante la cual se divulga al público con el que se realizan actividades comerciales, las directrices generales sobre Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo que se establecen en la institución.

El objeto del Código de Buen Gobierno es establecer y revelar el cuerpo de instrumentos, mecanismos y reglas por medio de los cuales se maneja la Fundación de la mujer internamente, dentro del marco de los principios de justicia, responsabilidad, transparencia y equidad.

En este sentido se propende por el cumplimiento de principios, reglas o estándares en el manejo de la entidad que a la vez que permitan el alcance de los objetivos y su permanente evaluación, constituyan una plataforma de protección a los grupos de referencia y de interés<sup>13</sup>.

**Integridad en Valores.** La fundación de la mujer actúa en correspondencia con la integración de valores éticos, que promovidos en cada uno de sus colaboradores, se complementan para generar un impacto positivo.

**Compromiso con la Calidad.** El personal de la Fundación de la mujer está comprometido con el logro de los mejores resultados a través de la gestión efectiva de los procesos y recursos.

**Responsabilidad Social.** La Fundación de la mujer está comprometida con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores, sus familias y la comunidad en general; por ello funciona dentro del marco social, aportando a cada actor y medio con justicia y pertinencia.

---

<sup>13</sup>PRADA GONZÁLEZ, Teresa Eugenia. Ocaña, Historia de la fundación de la Mujer. (En línea] 2013 [citado el 16 de marzo de 2015] Disponible; <<https://www.fundaciondelamujer.com/>>. P. 1

Los valores corporativos de la Fundación de la mujer son las creencias que nos unen en torno a nuestros clientes y orientan acerca de lo que es apropiado para la institución. A través de ellos se rige una conducta y un actuar de cada integrante de esta gran familia; acciones que se enmarcan dentro de una ética social que facilita el logro de los objetivos.

El proceso de definición del marco corporativo, corresponde a la cultura de la participación, la transparencia y la responsabilidad practicada en todos los ámbitos de la Organización

**CREDISERVIR** debido a la poca información suministrada en Ocaña en el tema del marco corporativo se tomó como ejemplo la cooperativa CREDISERVIR donde dicha información fue tomada vía web, y para conocer cómo fue el impacto o cómo le ha beneficiado la aplicación de la misión, visión, valores, principios y valores fue necesaria una pequeña investigación.

**La Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDISERVIR** comenzó con un perfil muy distinto al que hoy se tiene, inicialmente se conformó como La Cooperativa Integral de Servicios Campesinos COOPSERVIR LTDA., como fruto de un arduo y extenso trabajo que realizaron todas las personas que confiaron en el futuro del Cooperativismo en la provincia de Ocaña.

La organización de la cooperativa se le debe en gran parte a Monseñor Ignacio Gómez Aristizabal, como gestor principal y animador permanente del proceso cooperativo en la Diócesis de Ocaña a través del Secretariado de Pastoral Social, dirigido por el presbítero Eduardo Alfonso Toscano C, quien respaldado por otro sacerdote, el padre Elías Atehortúa recorrió las veredas motivando a quienes fueron los primeros asociados para que emprendieran juntos este recorrido. Monseñor Ignacio Gómez Aristizabal Obispo de la Diócesis e iniciador de la obra en 1981.

La idea se empieza a gestar en 1980 con un proyecto financiado por Misereor de Alemania, abriendo el camino a través de la capacitación para que se impulsara la idea de Monseñor Ignacio Gómez, el cual encomendó al Secretariado de Pastoral Social (SEPAS), con sus colaboradores Pbro Eduardo Toscano, Pbro Elías Atehortúa, Hna Luisa Martínez y los laicos José Lozano, Valentín Leal y Trino Ramírez, quienes iniciaron saliendo a las veredas y convocando mediante charlas en la Casa de Ejercicios Villa María, donde se daban cursos de concientización, liderazgo, relaciones humanas, cooperativismo, organización y participación comunitaria<sup>14</sup>.

Siguiendo el trabajo, durante los días 5,6 y 7 de noviembre de 1982 se realiza un curso de cooperativismo en la Casa de Ejercicios Villa María y se nombra la junta organizadora integrada por:

---

<sup>14</sup> CARREÑO BUENO, Eduardo. Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDISERVIR. Ed. Ocaña, Norte de Santander. [En línea] Actualizado 26 de Febrero del 2015] Disponible en <<http://www.crediservir.com/index1.php>> P. 1

Presidente: Trino Ramírez – Promotor. Vicepresidente: Isidro Sánchez -Vereda el Salado. Secretaria: Fidelina Martínez -Vereda la Rinconada. Tesorero: Evelio García - Municipio de González. Fiscal: Sanín Arias -Vereda la Rinconada.

Igualmente se nombró en cada vereda un delegado para recolectar los aportes de socios, y otra persona para promocionar la Cooperativa. Este trabajo recibe un gran impulso por parte del equipo de SEPAS San Gil quienes asesoraron en la elaboración técnica de muchos documentos, así como preparar el grupo para la Asamblea de Constitución de la Cooperativa. En el siguiente paso de la constitución, entidades como Misereor y la CRS aportaron un grano de arena financiado este proyecto que finalmente después de varios años de cursos de capacitación aquí en Ocaña, y reuniones de cooperativismo en San Gil se le da forma al proyecto cuando el 29 de abril de 1984 se celebra la Asamblea de Constitución de COOPSERVIR (Cooperativa Integral de Servicios Campesinos), pues el objetivo era una cooperativa para los campesinos y administrada por los mismos. Ese día se nombra el cuerpo directivo y su primer gerente inicia su trabajo. En adelante se iniciaron los trámites para la legalización de la Cooperativa, siendo el 19 de julio de 1984 cuando se recibe la personería jurídica y se constituye como tal contando con cuarenta y cinco (45) asociados y un capital de setenta y nueve mil diez pesos (\$79.010,00).

La naciente cooperativa inició sus labores en un rinconcito de la oficina de Pastoral Social de la Diócesis de Ocaña con unos muebles y equipos de trabajo en regular estado prestados por ésta, ya que los escasos recursos no permitían conseguir nuevos al momento.

Aunque en octubre de 1991 el espacio físico que se ocupaba como oficina era adecuado, al conseguir una mayor divulgación de la Cooperativa vino una preocupación que desde mediados de 1992 se convirtió en un afán de la administración y se empezó a tocar diferentes puertas para encontrar un lugar apropiado. Esta necesidad se convirtió en un cuello de botella y por lo tanto requirió de mucha dedicación por parte de la administración, quienes después de averiguar 6 ó 7 sitios, concentraron sus esfuerzos para que uno de éstos lugares finalmente se obtuviera. La administración logró con esfuerzos concretos la negociación del local ubicado en la calle del Dulce Nombre, pasos arriba de la otra oficina y donde se instaló la cooperativa por varios años.

El florecimiento de la cooperativa fue tan positivo en la región que de nuevo surgió la inquietud de unas instalaciones que proporcionaran comodidad al asociado y se comenzó la construcción del edificio que hoy conocemos como la sede de la Cooperativa<sup>15</sup>.

La participación en el sistema financiero de la ciudad hizo que la cooperativa se fortaleciera en el servicio de ahorro y crédito, razón por la cual al entrar en vigencia la ley 454 de 1998 la cooperativa deja de ser integral para convertirse en cooperativa especializada en la actividad de ahorro y crédito, y pasa de Cooperativa Integral de Servicios Campesinos COOPSERVIR LTDA a Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPSERVIR LTDA, manteniendo la misma sigla que ya estaba posicionada en el mercado, de tal manera que no

---

<sup>15</sup> *Ibíd.* P. 2.



impactará muy fuerte el cambio en los asociados. Lo importante es anotar que las Cooperativas movilizan recursos financieros dentro de la economía regional, mostrando un avance altamente notorio en los últimos años.

El cambio de razón social no sólo quedó allí, luego de muchos estudios con el problema de la homonimia con la cooperativa multiactiva de trabajadores de drogas la rebaja COPSERVIR, de nuevo la administración emprende otra batalla para cambiar la sigla y así evitar la confusión de identidad en los asociados, teniendo en cuenta que la cooperativa COPSERVIR tiene su sede principal en la ciudad de Cali, muy distinta de nuestra entidad. Luego de múltiples estudios en la Asamblea Extraordinaria de Delegados del 04 de Julio de 2004 y en conmemoración de sus 20 años de vida jurídica, la cooperativa cambia su sigla de COOPSERVIR a CREDISERVIR, manteniendo la misma razón social Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDISERVIR.

Los Aportes Sociales indican que en la Cooperativa los asociados asumen en mayor proporción el riesgo que implica la intermediación financiera, es decir, existe mayor confianza en el sistema cooperativo por parte de los asociados.

Los logros que hasta el momento se han obtenido son muy importantes, han contribuido a consolidar la entidad y constituyen un reto para seguir adelante, dentro de los cuales se destacan la apertura de sucursales en los municipios de Ábrego y Convención en 1.996 y la sucursal de Aguachica (Cesar) en el 2006.

En relación a sus administradores la Cooperativa contó con su primer gerente el señor Trino Ramírez, luego fue nombrado el señor Alirio Alfonso y después de varios años de trabajo se nombró al señor Eduardo Carreño Bueno, actual gerente, con quien se han obtenido grandes logros.

En el año 2010 se traza como meta la construcción de una nueva sucursal en la ciudad de Ocaña, la cual beneficiaría a toda la comunidad y en especial a los habitantes de la zona norte; es así como el día 13 de noviembre de 2010 se inaugura la sucursal de Crediservir en Santa Clara.

La duración de CREDISERVIR será indefinida, pero puede disolverse y liquidarse en cualquier momento, cuando se presenten las causales que para el efecto establece la Legislación de la Economía Solidaria y el Estatuto<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Ibíd. P. 3.

## Organigrama.



Fuente: Crediservir

**Principios cooperativos.** Los principios cooperativos son la base del movimiento cooperativo y lineamientos de las cooperativas, mantenidos por la Alianza Cooperativa Internacional. Adhesión abierta y voluntaria. Control democrático de los asociados. Participación económica de los asociados. Autonomía e independencia. Educación, entrenamiento e información. Cooperación entre cooperativas. Compromiso con la comunidad.

**Misión.** La Fundación Crediservir es una entidad sin ánimo de lucro creada por la cooperativa de ahorro y crédito Crediservir LTDA, para la implementación y ejecución de sus programas de educación y solidaridad, conforme a los principios filosóficos, cooperativos y los marcos legales establecidos que fomenten y fortalezcan el sentido de identidad y pertenencia, la cultura participativa y cooperación, la cultura de ahorro y organizativa, fortaleciendo su base social y la comunidad en general.

**Visión.** Ser líder en programas rentables sociales y económicamente viables que permitan impacto social de mejoramiento en la calidad de vida de los asociados de Crediservir, familiares y comunidad en general<sup>17</sup>.

Los grandes logros que la cooperativa menciona se debe a tener en claro cada uno de los antes mencionados como lo son la misión, ya que les permite mirarse en realidad quiénes son y que son capaces de ofrecer a la sociedad, a los trabajadores y a la economía de Ocaña. La visión, proyectarse, mirar lo que quieren alcanzar con la ayuda de sus asociados y trabajadores considerados como un todo. Los principios, de donde se basan para llevar una adecuada regulación de su cooperativa. Valores, fundamentales para la sana convivencia y el crecimiento de la empresa. Organigrama, esencia ya que esta se indica en forma esquemática,

<sup>17</sup> *Ibíd.* P. 4.

las áreas que la integran, las líneas de autoridad, relaciones de personal, líneas de comunicación y de asesoría.

Teniendo en cuenta la historia o los inicios de esta cooperativa se puede reflejar que en los últimos años se ha presentado grandes avances o logros debido a que se detuvieron a analizar de forma más detallada cada uno de los antes mencionados y de ahí plantear las debidas estrategias necesarias para que dicha cooperativa lograra ser lo que es ahora y lo que esperan ser mañana.

## **1.2 MARCO CONTEXTUAL**

**La creación de un negocio propio.** La creación del negocio propio es el paso gigantesco que dan los emprendedores, luego administrarla y conducirla es ya otro paso, que muchas veces se vuelve un tanto estresante si no tenemos las cosas muy claras y organizadas. Conducir una empresa no tiene que ser una tarea difícil, sin embargo se hace así cuando los directivos (empresarios, administradores o gerentes) no conocen o estructuran bien su negocio desde el inicio, es ahí cuando se generan diversas confusiones y problemas internos los cuales no aportan nada para mejorar la productividad de la empresa, generando pérdida de tiempo y dinero<sup>18</sup>.

Teniendo en claro esta situación Ocaña se ha hecho presente en una asociación RECICLAN donde su objetivo principal es dar más oportunidades a los actuales miembros, generar empleo y ayudar con el medio ambiente; sumado a lo anterior se puede decir que esta es una empresa de años pero solo se ha constituido legalmente hace poco tiempo, para ser más exactos el 8 de octubre del 2014 por tal motivo no cuenta con una organización administrativa apropiada para el buen funcionamiento de la asociación, pues no tiene plasmadas la misión, visión, los objetivos organizacionales, manual de funciones, organigrama, lores y principios detallados en el marco corporativo que orienten a la empresa para organizar sus actividades y así alcanzar los logros deseados.

De igual manera la empresa tiene la necesidad de crear estrategias en el área de salud ocupacional debido a que la cooperativa no está promoviendo y protegiendo la salud de los trabajadores tanto en cuestiones físicas como psicológicas, del mismo modo se ve la necesidad de la creación de estrategias relacionadas con el marketing mix ya que actualmente la asociación cuenta con personas capacitadas para elaborar manualidades con el producto reciclado y no se están dando a conocer en la comunidad Ocañera debido al poco conocimiento en esta área; sumado a lo expuesto los recuperadores no poseen con un lugar apropiado para el almacenamiento de material reciclable por lo que hoy en día lo ejercen inadecuadamente en lugares inapropiados perjudicando el embellecimiento de los barrios, y así mismo, la salud de la comunidad.

---

<sup>18</sup> PRADO, Javier. administración management, organización. La creación de negocio propio. San Isidro, Lima. [proyecto de grado en línea] 2009 [citado el 17 de marzo de 2015] disponible en: p. 166.

Los aspectos mencionados anteriormente deben tenerse en cuenta para dar solución a las diferentes problemáticas. Los objetivos principales de este proyecto buscan darle solución a estas falencias donde se considera la creación del marco corporativo, para cumplirlo se llevara a cabo la elaboración de la misión, la visión y los objetivos de la cooperativa con el propósito de orientarla en el cumplimiento de sus metas y en los ideales que desea alcanzar. También se diseñará el organigrama, manual de funciones, políticas y se formularán los valores y principios aplicados a la organización de RECICLAN, y se dará a conocer al personal el trabajo desarrollado y su aplicación socializando con ellos los temas que hacen parte del marco corporativo diseñado y por último se implementaran estrategias orientadas a la salud ocupacional y al marketing mix, las cuales ayudaran al fortalecimiento de sus actividades, ya que son aspectos importantes en el funcionamiento de las organizaciones y que son la base para una buena gestión empresarial.

Los alcances de este proyecto están enfocados hacia el desarrollo del marco corporativo y creación de estrategias relacionadas con salud ocupacional y marketing mix de la cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales (reciclan) en el municipio de Ocaña donde se tendrán en cuenta todos y cada uno de los detalles para dar los mejores resultados y así poder brindar la total satisfacción a la cooperativa ya que es la que necesita de nuestros servicios y por ende para enriquecer nuestros conocimientos y adquirir experiencia.

### **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

**Teorías Administrativas.** Son diversos los enfoques teóricos que se han adoptado a la hora de estudiar los fenómenos organizacionales, esto se acentúa más en la actualidad debido a la complejidad presentado por el sector, haciendo que su estudio se enfoque de diversas maneras, permitiendo gran cantidad de variables.

En la actualidad, la teoría administrativa estudia la administración de empresas y demás tipos de organizaciones desde el punto de vista de la interacción e interdependencia de las cinco variables principales, cada una de las cuales es objeto específico de estudio de una o más corriente de la teoría administrativa.

Las cinco variables básicas, (tarea, estructura, personas, tecnología y ambiente) constituyen los principales componentes en el estudio de administración de las empresas. El comportamiento de estas variables es sistémico y complejo: cada una ellas influye y es influenciada por las demás; si se modifica una ellas, las otras también se modifican en mayor o menor grado<sup>19</sup>.

**Teoría del valor.** Para Marx y otros autores que le anteceden como Smith y Ricardo, el trabajo es el único que produce el valor. La teoría del valor está compuesta por principios que describen las relaciones que se presentan en un sistema económico y que se manifiestan

---

<sup>19</sup> MONOGRAFIAS.COM. Administración de empresas. Teoría del valor. (s.l) [En línea] (s.f) [citado el 23 de marzo de 2015] disponible en: <<http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas/administracion-empresas.shtml>>. P .1

exclusivamente en magnitudes, es decir, que se pueden expresar de manera cuantitativa. Así, con la condición de la existencia de un conjunto de individuos en relación con una lista de bienes dados a priori, la teoría del valor busca asociar valores o precios a estos bienes conocidos.

**Cooperativa Multiactiva:** es aquella que maneja varios tipos de cooperativas o que maneja diversas Unidades Estratégicas de Negocio, como ahorro, aporte, crédito comercialización de productos y servicios. Al tomar la Cooperativa, la decisión de ampliar su portafolio de productos y servicios, eso la convierte en una MULTIACTIVA<sup>20</sup>.

**Cooperativa:** Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las experiencias cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada. Su intención es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a todos los socios mediante una empresa. La diversidad de necesidades y aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.) de los socios, que conforman el objeto social o actividad corporativizada de estas empresas, define una tipología muy variada de cooperativas<sup>21</sup>.

**Teoría económica.** La teoría económica institucional estudia la creación de empresas bajo el supuesto de que “la decisión de convertirse en empresario y, por lo tanto, la creación de nuevas empresas está condicionada por factores externos o del entorno”. De esta manera, la capacidad para crear una empresa es percibida como un acto deliberado, circunscrito a un momento y lugar determinado, en el que las limitaciones formales e informales son importantes para el desarrollo de la capacidad emprendedora y la creación de nuevas empresas. La legislación sobre la actividad emprendedora, constituida por normas, leyes y organismos, hace parte de las limitaciones formales pues pueden fomentar o inhibir la propensión de una nación o región a crear nuevas empresas<sup>22</sup>.

**Teoría contable.** Según Pooper las teorías "son redes que lanzamos para apresar aquello que llamamos "el mundo", para racionalizarlo, explicarlo y denominarlo. Tratamos de que la malla sea cada vez más fina".

---

<sup>20</sup>LEÓN NAVIA, Hernán. Escuela vallecaucana de ventas. Colombia. [En línea] Actualizado el 9 de septiembre del 2013 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en: <cooperativamultiactivacesam.weebly.com/blog-cesam/que-es-una-cooperativa-multiactiva>. P. 1

<sup>21</sup> INCOOP. Cooperativas colombianas. Colombia. [En línea] 2010 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en <<http://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa>>. P. 1

<sup>22</sup> VECIANA. Teoría económica. (s.l.) [En línea] 1999. Modificada por última vez el 8 oct 2014 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en: <[http://www.academia.edu/5288793/Medidas\\_de\\_apoyo\\_para\\_la\\_creaci%C3%B3n\\_de\\_empresas\\_en\\_el\\_Caribe\\_Colombiano-Liyis\\_G%C3%B3mez](http://www.academia.edu/5288793/Medidas_de_apoyo_para_la_creaci%C3%B3n_de_empresas_en_el_Caribe_Colombiano-Liyis_G%C3%B3mez)>. P. 1.

En general las teorías científicas son: "como invenciones humanas, redes creadas por nosotros para atrapar el mundo. Por supuesto, estas difieren de las invenciones de los poetas e incluso de la de los técnicos. Las teorías no son solo instrumento. A lo que aspiramos es a la verdad: contrastamos nuestras teorías con la esperanza de eliminar las que no son verdad, de esta manera podemos conseguir nuestro propósito de perfeccionar nuestras teorías; incluso como instrumentos: haciendo redes que estén cada vez mejor adaptadas para capturar nuestro pescado, el mundo real. Sin embargo nunca serán instrumentos perfectos para ese propósito. Son redes racionales hechas por nosotros mismos y no deben confundirse con una presentación completa del mundo real en todos sus aspectos, ni siquiera aunque tengan un gran éxito; ni siquiera aunque parezcan producir excelente aproximaciones a la realidad.

**Responsabilidad social:** Es un compromiso social con el medio que rodea a la empresa; la teoría dice que son esos compromisos legales o éticos por el impacto que la empresa a dado en el mundo; en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar nuestro negocio. Las compañías tienen un rol económico esencial en el mundo escaso de valores, las empresas tienen la oportunidad de hacer su parte en la búsqueda de valores, de convertirse en empresas responsables socialmente<sup>23</sup>.

**Integridad:** Deriva del término de origen latino *integrītas*, hace hincapié en la particularidad de íntegro y a la condición pura de las vírgenes. Algo íntegro es una cosa que posee todas sus partes intactas o, dicho de una persona, hace referencia a un individuo correcto, educado, atento, probo e intachable<sup>24</sup>.

**Equipo de trabajo:** Los equipos de trabajo sustituyen cada vez más al trabajador individual que toma decisiones y ordena, los grupos asumen decisiones con más riesgo y aprenden con más rapidez. Las organizaciones requieren normalmente equipos de trabajo multidisciplinarios para desarrollar los procesos productivos, los cuales utilizan una tecnología que evoluciona a un ritmo rápido y son cada día más complejos. El trabajo en equipo ha supuesto un cambio organizativo amplio, pues ha influido en aspectos como la dirección, la motivación, comunicación y participación, de hecho, es una de las técnicas de motivación laboral más empleada<sup>25</sup>.

**Responsabilidad:** Es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup>DUARTE, Catalina. Responsabilidad social. (s.l.) [En línea] (s.f.) [citado el 30 de marzo de 2015] disponible en: < <http://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>>. P. 1

<sup>24</sup> Diccionario de la real academia española disponible: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Derecho-a-La-Integridadteoria-F%C3%ADsica/4231107.html>. p. 1

<sup>25</sup> STEPHEN P. ROBBINS. Comportamiento organizacional. (s.l.) [En línea] Actualizado 2013 Bogotá D.C [Citado el 20 noviembre 2013] Disponible: <http://html.rincondelvago.com/equipos-de-trabajo.html>. P. 1

<sup>26</sup> DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 20 noviembre 2013] Disponible en: <http://es..org/wiki/Responsabilidad>. P. 1

**Medio ambiente:** Es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos, sociales, económicos y culturales capaces de causar efectos directos e indirectos, en un plazo corto o largo sobre los seres vivos. Desde el punto de vista humano, se refiere al entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o de la sociedad en su conjunto<sup>27</sup>

**Cooperativismo:** El Cooperativismo es una doctrina socio-económica que promueve la organización de las personas para satisfacer, de manera conjunta sus necesidades. El Cooperativismo está presente en todos los países del mundo. Le da la oportunidad a los seres humanos de escasos recursos, tener una empresa de su propiedad junto a otras personas. Uno de los propósitos de este sistema es eliminar la explotación de las personas por los individuos o empresas dedicados a obtener ganancias. La participación del ser humano común, asumiendo un rol protagonista en los procesos socio-económico en la sociedad en que vive, es la principal fortaleza de la doctrina cooperativista. El cooperativismo se rige por valores y principios basados en el desarrollo integral del ser humano<sup>28</sup>.

**Estrategia:** plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro<sup>29</sup>.

**Efectividad:** La efectividad es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado. En cambio, eficiencia es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable. La efectividad como el equilibrio entre la eficacia y la eficiencia, entre la producción y la capacidad de producción<sup>30</sup>

**Salud ocupacional:** es el conjunto de actividades asociado a disciplinas variadas, cuyo objetivo es la promoción y mantenimiento del más alto grado posible de bienestar físico, mental y social de los trabajadores de todas las profesiones promoviendo la adaptación del trabajo al hombre y del hombre a su trabajo<sup>31</sup>

**Marketing mix:** Es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. La mezcla de la mercadotecnia (en inglés marketing mix) son las herramientas que utiliza la empresa para

---

<sup>27</sup> UNESCO: Desarrollo Sostenible (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: [http://es.org/wiki/Medio\\_ambiente](http://es.org/wiki/Medio_ambiente) P. 1

<sup>28</sup> LIGAS DE COOPERATIVAS DE PUERTO RICO. Puerto Rico. [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.liga.coop/institucional?id=34>> P. 1

<sup>29</sup> Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <http://es..org/wiki/Estrategia>. P. 1

<sup>30</sup> Stephen Covey Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana disponible <<http://es.wikipedia.org/wiki/Efectividad>>. P. 1

<sup>31</sup> LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS). (s.l.) [En línea] Actualizado 2n 2014 [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.saludocupacional.com.co/>>. P. 1

implantar las estrategias de mercadeo y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las P del mercadeo<sup>32</sup>.

**Misión:** La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas<sup>33</sup>.

**Visión:** se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.<sup>34</sup>.

**La organización:** es una función administrativa que permite la integración y coordinación de todas y cada una de las actividades realizadas por los integrantes de una empresa, con el propósito inmediato de obtener el máximo aprovechamiento de los recursos, en pos de la consecución de los objetivos.

**Políticas organizacionales:** Es un proceso en el cual se utilizan las vías para hacer operativa las estrategias trazadas por una empresa. La política empresarial suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos. En pocas palabras: Tiene como objetivo facilitar la creación y el desarrollo de empresas o de industrias dentro de cada nación<sup>35</sup>.

**Cargo:** es una unidad de la organización, cuyo conjunto de deberes y responsabilidades lo distinguen de los demás cargos. Los deberes y responsabilidades de un cargo, que corresponden al empleado que lo desempeña, proporcionan los medios para que los empleados contribuyan al logro de los objetivos en una organización.

---

<sup>32</sup>E. J. MCCARTHY (1984). Basic Marketing: a managerial approach (8º edition). P. 46. Citado en Michael R. Czinkota; Masaaki Kotabe (2001). Administración de la mercadotecnia (2ª edición). Cengage Learning Editores.

<sup>33</sup> PROMONEGOCIOS.NERT. Ed. THOMSOM, Iván. Administración Estratégica Conceptos y Casos, 11va. Edition, de Thompson Arthur y Strickland A. J. III, Mc Graw Hill, 2001, Pág. 4. (s.l) [En línea] 2006 [citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>>

<sup>34</sup> PACHELAN, Vicente. (s.l.) [En línea] 2014 Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Visi%C3%B3n>>.

<sup>35</sup> MEDINA, Mariana – SISPRO S.A. comunicadores. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.ingridmararrobacantv.net>>. P. 1



**Descripción de Cargos:** Un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa; es la enumeración detallada de las funciones o tareas del cargo (que hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuando lo hace), los métodos aplicados para la ejecución de las funciones o tareas (como lo hace), los objetivos del cargo (por que lo hace). Básicamente, es hacer un inventario de los aspectos significativos del cargo y de los deberes y responsabilidades que comprende<sup>36</sup>.

#### 2.4. MARCO TEORICO

El marco corporativo es fundamental en toda organización ya que es la que orienta a la misma y así organiza sus actividades para alcanzar los logros deseados, planteando soluciones que beneficien a la empresa y sus asociados; la misión, visión, políticas, manual de funciones y organigrama son de vital importancia y por lo tanto hay que tenerlos bien plasmados en una empresa, ya que estos le permiten a las asociaciones tener en claro quiénes son en realidad, a donde quieren llegar, bajo que normas deben regirse y cuál es el debido proceso para cada una de sus actividades; de no contar con lo anterior se podría decir que es una empresa sin sueños y sin bases que anda vagando, ya que no tienen en claro que es lo que en verdad busca ser o llegar.

Las estrategias cumplen un papel importante ya que estas son acciones que una empresa realiza con el fin de alcanzar sus objetivos. Si los objetivos son los “fines” que busca una empresa, las estrategias son los “medios” a través de los cuales pretende alcanzar los objetivos. Por lo tanto se considera que una asociación debe tener bien estructuradas las estrategias con el fin de avanzar de una manera segura

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la salud ocupacional como una actividad multidisciplinaria que promueve y protege la salud de los trabajadores. Esta disciplina busca controlar los accidentes y las enfermedades mediante la reducción de las condiciones de riesgo; por tal razón RECICLAN debe tener estrategias de esta índole ya que su actividad principal requiere del mayor esfuerzo y dedicación física y mental del personal.

Para RECICLAN es importante manejar el marketing mix ya que actualmente hay trabajadores que hacen manualidades con la materia prima reciclada quedando como resultado una bella prenda para lucir como lo son bolsos, llaveros, carteras, etc. Por tal razón se hace necesario saber, conocer, aprender y aplicar esta clase de estrategias con el fin de dar a conocer los productos y así aumentar el capital de la asociación. Teniendo claro que el marketing mix es una herramienta que sirve para cumplir con los objetivos de la empresa. A este mismo se le conoce como mezcla de mercadotecnia y sus elementos originales son:

**Producto o servicio.** En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangibles o intangibles) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios,

---

<sup>36</sup> BARRERA HERNÁNDEZ José Leonel. Escrito por Chiavenato (1999) [En línea] Actualizado 2007 [Citado el 01 de abril de 2015] Disponible en: <<http://es.slideshare.net/llamaranapellido>>

personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras. Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia. Las fases del ciclo de vida de un producto son:

Lanzamiento  
Crecimiento  
Madurez  
Declive

**Precio.** Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costos. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto.

**Plaza o Distribución.** En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

**Promoción.** Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad, Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva<sup>37</sup>.

Tomando lo anterior se hace evidente que el Marketing Mix ayudara a RECICLAN a tener un mejor futuro punteando al éxito y la permanencia.

## 2.5. MARCO LEGAL

**Ley 79 de 1988.** Por la cual se actualiza la legislación cooperativa. Artículo 1o. El propósito de la presente ley es dotar al Sector Cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional, de acuerdo con los siguientes objetivos:

Facilitar la aplicación y práctica de la doctrina y los principios del Cooperativismo.

---

<sup>37</sup> PROMOCION EMPRESARIAL. Mezcal promocional (s.l.) [En línea] (s.f.) [citado el 1 de abril de 2015] Disponible en: <<https://promocionfme.wordpress.com/mezcla-promocional/>>. P. 1.

Promover el desarrollo del derecho cooperativo como rama especial del ordenamiento jurídico general.

Contribuir al fortalecimiento de la solidaridad y la economía social.

Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia, mediante una activa participación.

Fortalecer el apoyo del Gobierno Nacional, Departamental y Municipal al sector cooperativo.

Propiciar la participación del sector cooperativo en el diseño y ejecución de los planes y programas de desarrollo económico y social, y

Propender al fortalecimiento y consolidación de la integración cooperativa en sus diferentes manifestaciones.

**Artículo 2o.** Declárase de interés común la promoción, la protección y el ejercicio del cooperativismo como un sistema eficaz para contribuir al desarrollo económico, al fortalecimiento de la democracia a la equitativa distribución de la propiedad y del ingreso, a la racionalización de todas las actividades económicas y a la regulación de tarifas, tasas, costos y precios, en favor de la comunidad y en especial de las clases populares. El Estado Garantiza el libre desarrollo del cooperativismo, mediante el estímulo, la protección y la vigilancia, sin perjuicio de la autonomía de las organizaciones cooperativas<sup>38</sup>.

**Decreto 1482 de1989.** Por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, regímenes interno, de responsabilidad y sanciones y se dictan medidas para el fomento de las empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas<sup>39</sup>.

**Artículo 3º.** Es acuerdo cooperativo el contrato que se celebra por un número determinado de personas, con el objetivo de crear y organizar una persona jurídica de derecho privado denominada cooperativa, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro. Toda actividad económica, social o cultural puede organizarse con base en el acuerdo cooperativo.

**Artículo 4º.** Es cooperativa la empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores

---

<sup>38</sup> CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 79 de 1988. Por la cual se actualiza la legislación cooperativa. Colombia. [En línea] 1988 [Citado el 2 de abril de 2015] Disponible en: <[http://www.fondouniandes.com.co/WEB-FUA/NORMATIVIDAD/EXTERNA/Ley\\_79\\_1988.pdf](http://www.fondouniandes.com.co/WEB-FUA/NORMATIVIDAD/EXTERNA/Ley_79_1988.pdf)>. P. 2

<sup>39</sup> CONGRESO DE LA REPUBLICA. Colombia. Decreto 1482 de1989. Por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, regímenes interno, de responsabilidad y sanciones y se dictan medidas para el fomento de las empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas. Colombia. [En línea] 1988 [Citado el 2 de abril de 2015] Disponible en: <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14441>>. P. 3

de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. Se presume que una empresa asociativa no tiene ánimo de lucro, cuando cumpla los siguientes requisitos:

Que establezca la irrevocabilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente patrimonial.

Que destine sus excedentes a la prestación de servicios de carácter social, al crecimiento de sus reservas y fondos, y a reintegrar a sus asociados para los mismos en proporción al uso de los servicios o a la participación en el trabajo de la empresa, sin perjuicio de amortizar los aportes y conservarlos en su valor real.

**Artículo 5º.** Toda cooperativa deberá reunir las siguientes características:

Que tanto el ingreso de los asociados como su retiro sean voluntarios.

Que el número de asociados sea variable e ilimitado.

Que funcione de conformidad con el principio de la participación democrática.

Que realice de modo permanente actividades de educación cooperativa.

Que se integre económica y socialmente al sector cooperativo.

Que garantice la igualdad de derechos y obligaciones de sus asociados sin consideración a sus aportes.

Que su patrimonio sea variable e ilimitado; no obstante, los estatutos establecerán un monto mínimo de aportes sociales no reducibles durante la existencia de la cooperativa.

Que establezca la irrevocabilidad de las reservas sociales y en caso de liquidación, la del remanente.

Que tenga una duración indefinida en los estatutos, y

Que se promueva la integración con otras organizaciones de carácter popular que tengan por fin promover el desarrollo integral del hombre<sup>40</sup>.

**Artículo 6º.** A ninguna cooperativa le será permitido: establecer restricciones o llevar a cabo prácticas que impliquen discriminaciones sociales, económicas, religiosas o políticas.

---

<sup>40</sup> *Ibíd.* P. 4

Establecer con sociedades o personas mercantiles, combinaciones o acuerdos que hagan participar a estas, directa o indirectamente, de los beneficios o prerrogativas que las leyes otorgan a las cooperativas. Conceder ventajas o privilegios a los promotores o fundadores, o preferencias a una porción cualquiera de los aportes sociales. Desarrollar actividades distintas a las enumeradas en sus estatutos, y transformarse en sociedad comercial.

**Artículo 7º.** Serán actos cooperativos los realizados entre sí por las cooperativas, o entre estas y sus propios asociados, en desarrollo de su objeto social.

**Artículo 8º.** Serán sujetos de la presente Ley las personas naturales o jurídicas que participen en la realización del objeto social de las cooperativas, los organismos cooperativos de segundo y tercer grado, las instituciones auxiliares del cooperativismo, las pre cooperativas, en lo pertinente las formas asociativas previstas en el artículo 130 de la presente Ley y de manera subsidiaria las entidades de que trata el artículo 131 de esta Ley.

**Artículo 9º.** Las cooperativas serán de responsabilidad limitada. Para los efectos de este artículo se limita la responsabilidad de los asociados al valor de sus aportes y la responsabilidad de la cooperativa para con terceros, al monto del patrimonio social.

**Artículo 10.** Las cooperativas prestarán preferencialmente sus servicios al personal asociado. Sin embargo, de acuerdo con sus estatutos podrán extenderlos al público no afiliado, siempre en razón del interés social o del bienestar colectivo. En tales casos, los excedentes que se obtengan serán llevados a un Fondo social no susceptible de repartición

**Artículo 11.** Las cooperativas podrán asociarse con entidades de otro carácter jurídico, a condición de que dicha asociación sea conveniente para el cumplimiento de su objeto social y que con ella no se desvirtúe ni su propósito de servicio, ni el carácter no lucrativo de sus actividades.

**Artículo 12.** Las cooperativas acompañarán a su razón social las palabras “COOPERATIVA”, o “COOPERATIVO”.

Estas denominaciones sólo podrán ser usadas por las entidades reconocidas como tales por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, y en todas las manifestaciones públicas como avisos, publicaciones y propaganda, deberán presentar el número y fecha de la resolución de reconocimiento de personería jurídica o del registro que en su defecto reglamente el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas<sup>41</sup>.

**Capítulo II; De La Constitución y Reconocimiento de las Cooperativas.** Artículo 13. En desarrollo del acuerdo cooperativo, las cooperativas se constituirán por documento privado y su personería jurídica será reconocida por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

---

<sup>41</sup> Ibíd. P. 5

**Artículo 14.** La constitución de toda cooperativa se hará en asamblea de constitución, en la cual serán aprobados los estatutos y nombrados en prioridad los órganos de administración y vigilancia.

El Consejo de Administración allí designado nombrará el representante legal de la entidad, quien será responsable de tramitar el reconocimiento de la personería jurídica.

El acta de la asamblea de constitución será firmada por los asociados fundadores, anotando su documento de identificación legal y el valor de los aportes iniciales.

El número mínimo de fundadores será de veinte, salvo las excepciones consagradas en normas especiales.

**Artículo 15.** El reconocimiento de personería jurídica se hará con base en los siguientes requisitos:

Solicitud escrita de reconocimiento de personería jurídica.

Acta de la asamblea de constitución.

Texto completo de los estatutos.

Constancia de pago de por lo menos el veinticinco por ciento (25%) de los aportes iniciales suscritos por los fundadores, expedida por el representante legal de la cooperativa, y

Acreditar la educación cooperativa por parte de los fundadores, con una intensidad no inferior a veinte (20) horas.

**Parágrafo.** La educación cooperativa de los sectores indígenas y agropecuarios será impartida por el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

**Artículo 16.** El Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas deberá resolver sobre el reconocimiento de personería jurídica dentro de los sesenta (60) días siguientes al recibo de la solicitud. Si no lo hiciera dentro del término previsto, operará el silencio administrativo positivo y la cooperativa podrá iniciar actividades. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la ocurrencia del silencio administrativo, el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas deberá visitar la cooperativa a fin de verificar que esté totalmente ajustada a la ley y a los estatutos. En caso de encontrarse la ocurrencia de violaciones, se le formulará un pliego de observaciones para que se ajuste a él dentro del término previsto en las normas reglamentarias, cuyo incumplimiento dará lugar a que se aplique la escala general de sanciones<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> *Ibíd.* P. 5

**Artículo 17.** En el acto de reconocimiento de personería jurídica se ordenará el registro de la cooperativa, el de los órganos de administración y vigilancia y el de su representante legal, debidamente identificado, y se autorizará su funcionamiento.

**Artículo 18.** Para todos los efectos legales será prueba de la existencia de una cooperativa y de su representación legal, la certificación que expida el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas.

**Artículo 19.** Los estatutos de toda cooperativa deberán contener:

Razón social, domicilio y ámbito territorial de operaciones.

Objeto del acuerdo cooperativo y enumeración de sus actividades.

Derechos y deberes de los asociados; condiciones para su administración, retiro y exclusión y determinación del órgano competente para su decisión.

Régimen de sanciones, causales y procedimientos.

Procedimientos para resolver diferencias o conflictos transigibles entre los asociados o entre estos y la cooperativa, por causa o con ocasión de actos cooperativos.

Régimen de organización interna, constitución, procedimientos y funciones de los órganos de administración y vigilancia, condiciones, incompatibilidades y forma de elección y remoción de sus miembros.

Convocatoria de asambleas ordinarias y extraordinarias.

Representación legal; funciones y responsabilidades.

Constitución e incremento patrimonial de la cooperativa; reservas y fondos sociales, finalidades y forma de utilización de los mismos.

Aportes sociales mínimos no reducibles durante la vida de la cooperativa; forma de pago y devolución; procedimientos para el avalúo de los aportes en especie o en trabajo<sup>43</sup>.

**Ley 454 de agosto 4 de 1998.** Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

---

<sup>43</sup> *Ibíd.* P. 6

**Ley 1562 de 2012.** Sistema De Riesgos. Artículo 4°. Enfermedad laboral. Es enfermedad laboral la contraída como resultado de la exposición a factores de riesgo inherentes a la actividad laboral o del medio en el que el trabajador se ha visto obligado a trabajar.

**Artículo 8°.** Reporte de información de actividades y resultados de promoción y prevención. La Entidad Administradora de Riesgos Laborales deberá presentar al Ministerio de Trabajo un reporte de actividades que se desarrollen en sus empresas afiliadas durante el año y de los resultados logrados en términos del control de los riesgos más prevalentes en promoción y de las reducciones logradas en las tasas de accidentes y enfermedades laborales como resultado de sus medidas de prevención. Dichos resultados serán el referente esencial para efectos de la variación del monto de la cotización, el seguimiento y cumplimiento, se realizará conforme a las directrices establecidas por parte del Ministerio de Trabajo.

Organización Y Administración Del Sistema General De Riesgos Profesionales.

#### **DECRETO 1295 DE 1994**

**ARTICULO 5.** PRESTACIONES ASISTENCIALES. Todo trabajador que sufra un accidente de trabajo o una enfermedad profesional tendrá derecho, según sea el caso, a: a. Asistencia médica, quirúrgica, terapéutica y farmacéutica, Servicios de hospitalización, Servicio odontológico, Suministro de medicamentos, Servicios auxiliares de diagnóstico y tratamiento, Prótesis, Rehabilitaciones física y profesional, Gastos de traslado, en condiciones normales, que sean necesarios para la prestación de estos servicios.

**ARTICULO 35.** SERVICIOS DE PREVENCIÓN. La afiliación al Sistema General de Riesgos Profesionales, da derecho a la empresa afiliada a recibir por parte de la entidad administradora de riesgos profesionales: b. Capacitación básica para el montaje de la brigada de primeros auxilios<sup>44</sup>.

Formatos De Informe De Accidente De Trabajo Y De Enfermedad Profesional,  
**RESOLUCIÓN NÚMERO 0156 DE 2005**

**ARTÍCULO 10°.** RESERVA EN EL MANEJO DE INFORMACIÓN. Los organismos de dirección, vigilancia y control y los obligados a mantener y reportar la información, deberán observar la reserva que establece la ley para algunos documentos, por tal razón éstos deberán utilizarse única y exclusivamente para los fines de la presente resolución.

**ARTÍCULO 9°.** PRESENTACIÓN Y RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN. La información se presentará en medio magnético o por transferencia electrónica a la Dirección

---

<sup>44</sup> *Ibíd.* P. 7



General de Riesgos Profesionales del Ministerio de la Protección Social, dentro de los plazos señalados en la presente resolución. Los obligados a reportar la información a que se refiere la presente resolución deberán garantizar su consistencia, veracidad y el cumplimiento de la estructura definida en los anexos técnicos que forman parte integral de la presente resolución

Investigación De Incidentes Y Accidentes De Trabajo, **resolución número 1401 de 2007**

**Artículo 4°. Obligaciones de los aportantes.** Los aportantes definidos en el artículo anterior tienen las siguientes obligaciones:

Conformar el equipo investigador de los incidentes y accidentes de trabajo, de conformidad con lo establecido en el artículo 7° de la presente resolución.

Investigar todos los incidentes y accidentes de trabajo dentro de los quince (15) días siguientes a su ocurrencia, a través del equipo investigador, conforme lo determina la presente resolución.

Adoptar una metodología y un formato para investigar los incidentes y los accidentes de trabajo, que contenga, como mínimo, los lineamientos establecidos en la presente resolución, siendo procedente adoptar los diseñados por la administradora de riesgos profesionales.

Registrar en el formato de investigación, en forma veraz y objetiva, toda la información que conduzca a la identificación de las causas reales del accidente o incidente de trabajo.

**Ley 9 De 1979**, marco de la Salud Ocupacional en Colombia.

**Resolución 1016 de 1989**, que establece el funcionamiento de los Programas de Salud Ocupacional en las empresas.

**Decreto 1295 de 1994**, que establece la afiliación de los funcionarios a una entidad Aseguradora en Riesgos Profesionales (ARP).

**Decreto 1772 de 1994**, por el cual se reglamenta la afiliación y las cotizaciones al Sistema General de Riesgos Profesionales<sup>45</sup>.

**Artículo 2.** Afiliados. Son afiliados obligatorios al Sistema General de Riesgos Profesionales:

Los trabajadores dependientes nacionales o extranjeros, vinculados mediante contrato de trabajo o como servidores públicos.

---

<sup>45</sup> *Ibíd.* P. 8

Los jubilados o pensionados, excepto los de invalidez, que se reincorporen a la fuerza laboral como trabajadores dependientes, vinculados mediante contrato de trabajo o como servidores públicos.

El empleador está obligado a afiliar a sus trabajadores desde el momento en que nace el vínculo laboral entre ellos.

**Artículo 4º.** Formulario de afiliación. Efectuada la selección el empleador deberá adelantar el proceso de vinculación con la respectiva entidad administradora, mediante el diligenciamiento de un formulario provisto para el efecto por la entidad administradora seleccionada, establecido por la superintendencia Bancaria.

**Artículo 10.** Obligatoriedad de las cotizaciones. Durante la vigencia de la relación laboral, los empleadores deberán efectuar cotizaciones obligatorias al Sistema General de Riesgos Profesionales.

**Decreto 1832 de 1994**, por el cual se adopta la Tabla de Enfermedades Profesionales.

**Ley 9 de 1979 del 24 de enero**, protección al medio ambiente

**Resolución 2309 de 1986**, define los residuos criterios de identificación tratamiento y registro y establece planes de cumplimiento y seguridad

**Artículo 33 prevé:** Los vehículos destinados al transporte de basuras reunirán las especificaciones técnicas que reglamente el Ministerio de Salud.

**ARTICULO 2o. RESIDUOS ESPECIALES.** Para los efectos de esta resolución se denominan Residuos Especiales, los objetos, elementos o sustancias que se abandonan, botan, desechan, descartan o rechazan y que sean patógenos, tóxicos, combustibles, inflamables, explosivos, radiactivos o volatilizables y los empaques y envases que los hayan contenido, como también los lodos, cenizas y similares<sup>46</sup>.

**Documentos, COMPES 2750 DE 1994** políticas de residuos solidos

Decreto 605 de 1996, manejo transporte y disposición de residuos sólidos.

**Ley 430 del 1989**, prohibiciones en cuanto al manejo de residuos solidos

Decreto ley 2811 de 1.974 Código nacional de los recursos naturales renovables RNR y no renovables y de protección al medio ambiente. El ambiente es patrimonio común, el estado

---

<sup>46</sup> *Ibíd.* P. 9

y los particulares deben participar en su preservación y manejo. Regula el manejo de los RNR, la defensa del ambiente y sus elementos.

**Artículo 58.** Función ecológica de la propiedad privada Establece que la propiedad es una función social que implica obligaciones y que, como tal, le es inherente una función ecológica.

**Decreto 2750 del 1994** políticas sobre el manejo de residuos solidos

**Decreto 4741 de 2005,** Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos.

**Decreto 2750 del 1994** políticas sobre el manejo de residuos solidos

**Decreto 4741 de 2005,** Por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos

**Resolución 0754,** por la cual se establece la metodología para la formulación, implementación, evaluación, seguimiento, control y actualización de los mismos planes de gestión, para el adecuado manejo de los residuos sólidos

**Resolución 2309 de 1986** Define los residuos especiales, los criterios de identificación, tratamiento y registro. Establece planes de cumplimiento vigilancia y seguridad<sup>47</sup>.

---

<sup>47</sup> *Ibíd.* P. 10

### 3. DISEÑO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACION

El desarrollo del marco corporativo y creación de estrategias relacionadas con salud ocupacional y marketing mix de la cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales (RECICLAN) Se realizará teniendo en cuenta la investigación descriptiva, el propósito es que tengan un orden administrativo en cada procedimiento implementado, y a su vez se busca la creación de estrategias para garantizar las condiciones ambientales de trabajo, teniendo en cuenta la salud física y mental del recurso humano en aras de lograr reconocimiento y posicionamiento de la imagen en la región.

#### 3.2 POBLACION Y MUESTRA

Para este ítem se tendrá en cuenta tanto la población interna como externa.

**Interna.** La población objeto de estudio está conformada por el personal que hace parte de la cooperativa de recuperadores RECICLAN, Cuenta con cuatro (4) administrativos, (Gerente, tesorero, fiscal, secretario) y veinticinco (25) asociados. Tomando como referente la información anterior y determinando que la cantidad de empleados y socios con los que cuenta la cooperativa es un número mínimo, se tendrá en cuenta toda la población de la cooperativa para recolectar la información necesaria.

**Externa.** La población objeto de estudio estará conformada por las unidades familiares de la ciudad de Ocaña equivalente a 34.192 hogares a encuestar según datos registrados por centrales eléctricas de Ocaña

**Determinación de la muestra.** Para el amplio número de elementos que conforman la población objeto de estudio, se hace necesario la aplicación de la fórmula estadística que permitió una mayor precisión relacionada con el análisis de la información de la población

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

Dónde:

n = Muestra

N = Población dada en el estudio = 34192

Z = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 9% = 0.09

### Fórmula para la población finita

$$n = \frac{(34192) (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(34192 - 1) * (0.09)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{32837.9968}{277.9075}$$

$$n = 118.162$$

$$n = 118$$

Debido a la amplitud de la población (34192) se utilizará la técnica de muestreo sistemático con el fin de que la muestra dada (118) encuestas, sea aplicada a cada uno de los sectores y así disminuir errores.

**Muestreo sistemático.** En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población. Al elegir una muestra aleatoria se espera conseguir que sus propiedades sean deducibles a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían un estudio de toda la población. Sea:

N= el tamaño de una población

n= el tamaño de la muestra que deseamos elegir.

Sea  $k=N/n$  y sea h un número al azar entre los k primeros de una lista de todos los elementos poblacionales.

K= es un valor fijo que indica la separación entre los elementos sucesivos de la muestra en la población y que permite obtener la muestra del tamaño deseado.

h= se debe elegir aleatoriamente e indica el punto de inicio para seleccionar los elementos de la muestra.

**Formula aplicada:  $h+[(n+1)*289]$**

N	34192
n	118
h	43
k	N/n
K	289

## Resultado del Salto sistémico

Elemento 1=43	Elemento 32=9002	Elemento 63=17961	Elemento 94=26920
Elemento 2=332	Elemento 33=9291	Elemento 64=18250	Elemento 95=27209
Elemento 3=621	Elemento 34=9580	Elemento 65=18539	Elemento 96=27498
Elemento 4=910	Elemento 35=9869	Elemento 66=18828	Elemento 97=27787
Elemento 5=1199	Elemento 36=10158	Elemento 67=19117	Elemento 98=28076
Elemento 6=1488	Elemento 37=10447	Elemento 68=19406	Elemento 99=28365
Elemento 7=1777	Elemento 38=10736	Elemento 69=19695	Elemento 100=28654
Elemento 8=2066	Elemento 39=11025	Elemento 70=19984	Elemento 101=28943
Elemento 9=2355	Elemento 40=11314	Elemento 71=20273	Elemento 102=29232
Elemento 10=2644	Elemento 41=11603	Elemento 72=20562	Elemento 103=29521
Elemento 11=2933	Elemento 42=11892	Elemento 73=20851	Elemento 104=29810
Elemento 12=3222	Elemento 43=12181	Elemento 74=21140	Elemento 105=30099
Elemento 13=3511	Elemento 44=12470	Elemento 75=21429	Elemento 106=30388
Elemento 14=3800	Elemento 45=12759	Elemento 76=21718	Elemento 107=30677
Elemento 15=4089	Elemento 46=13048	Elemento 77=22007	Elemento 108=30966
Elemento 16=4378	Elemento 47=13337	Elemento 78=22296	Elemento 109=31255
Elemento 17=4667	Elemento 48=13626	Elemento 79=22585	Elemento 110=31544
Elemento 18=4956	Elemento 49=13915	Elemento 80=22874	Elemento 111=31833
Elemento 19=5245	Elemento 50=14204	Elemento 81=23163	Elemento 112=32122
Elemento 20=5534	Elemento 51=14493	Elemento 82=23452	Elemento 113=32411
Elemento 21=5823	Elemento 52=14782	Elemento 83=23741	Elemento 114=32700
Elemento 22=6112	Elemento 53=15071	Elemento 84=24030	Elemento 115=32989
Elemento 23=6401	Elemento 54=15360	Elemento 85=24319	Elemento 116=33278
Elemento 24=6690	Elemento 55=15649	Elemento 86=24608	Elemento 117=33567
Elemento 25=6979	Elemento 56=15938	Elemento 87=24897	Elemento 118=33856
Elemento 26=7268	Elemento 57=16227	Elemento 88=25186	
Elemento 27=7557	Elemento 58=16516	Elemento 89=25475	
Elemento 28=7846	Elemento 59=16805	Elemento 90=25764	
Elemento 29=8135	Elemento 60=17094	Elemento 91=26053	
Elemento 30=8424	Elemento 61=17383	Elemento 92=26342	
Elemento 31=8713	Elemento 62=17672	Elemento 93=26631	

Fuente: autores del proyecto

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACION**

#### **Fuentes primarias:**

**Observación.** Esta técnica consiste en la recopilación de datos e información consistente en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades presentes, y a actores sociales en el contexto real (físico, social, cultural, laboral, etc.) en donde desarrollan normalmente sus actividades. Mediante la observación se intentan captar aquellos aspectos que son más significativos de cara al problema a investigar para recopilar los datos que se estiman convenientes. Para llevar a cabo esta técnica se realizaran las visitas necesarias a las actuales instalaciones donde se realizan dichas actividades con el propósito de aplicar la técnica de

observación e inspección del estado de la información física que posee la cooperativa y si cumple con los requerimientos básicos en la seguridad de la misma.

**Entrevista.** Se realizará con la gerente para recibir información del funcionamiento y manejo de la cooperativa a nivel local.

**Encuesta.** Para la recolección de la información se utilizará la encuesta como instrumento, para la que se elaboró un cuestionario dirigido al personal que hace parte de la cooperativa con el objetivo de conocer aspectos relacionados con sus labores dentro del manejo de la materia prima y su almacenamiento. El fin es determinar la necesidad para el diseño y la implementación de las políticas de seguridad que requiere la empresa.

**Fuentes secundarias:**

**Libros y artículos.** Fuentes que contengan la información necesaria que esté relacionada con la imagen corporativa, estructura de la empresa, salud ocupacional y marketing mix. Esta técnica servirá para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos específicos del proyecto.

### **3.4. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

La información se recolectará a través de la encuesta que estará analizada cuantitativamente mediante tablas que representadas adecuadamente darán mayor claridad y elevarán el grado de confianza a los interesados y encargados de la revisión, y cualitativamente mediante un análisis de cada tabla.

## 4. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS Y DISCUSIONES

Teniendo en cuenta que el presente proyecto se basa en la creación del marco corporativo y la formulación de estrategias relacionadas con salud ocupacional y márketing mix por tal razón, se optó por realizar una entrevista a la gerente de la cooperativa RECICLAN, para conocer el estado actual de misma; de la misma manera se realizaron encuestas, a nivel interno y externo para conocer la aceptación de la comunidad y para saber el manejo administrativo que llevan actualmente. Los resultados se muestran a continuación:

**4.1.1 Entrevista realizada a la gerente de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan.** Cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN, es el nombre que ha tomado un grupo de recicladores que con el deseo de que su trabajo sea reconocido decidieron unirse y formar la que hoy se conoce con el anterior nombre, debido a que es nueva se decidió hacer una entrevista a la actual gerente, donde solo lleva ejerciendo este cargo aproximadamente 6 meses desde que fue constituida.

La eficiencia en la toma de decisiones de la cooperativa por parte del gerente, han hecho de la cooperativa una empresa estable en el mercado. Tiene buenas aptitudes profesionales que lo hacen merecedor del cargo. Entre las actividades que más le gusta hacer son la gestión de recursos y el incentivar las buenas relaciones interpersonales.

Cuando el gerente tiene un problema con los procesos organizaciones o de otra índole que afecten el bienestar de la empresa, se reúne con el consejo de administración, comenta el problema, generan opiniones, se plantean soluciones y se escoge por voto cual es la mejor.

Dentro de los obstáculos que se le han presentado como gerente se encuentra: gente mal intencionada que le quitan las ideas, pero, lo afronta con elegancia, diplomacia, inteligencia y perseverancia. Así mismo, resalta las cualidades más importantes que debe tener un gerente, poder de convencimiento, buen léxico, muchas ganas, voluntad, perseverancia, astucia e inteligencia.

En la organización los trabajadores apoyan al gerente, colaborando en la realización de actividades e pro del cumplimiento de los objetivos, además de mantener una convivencia excelente.

El gerente menciona que una de las desventajas que tiene RECICLAN en sus actividades es el manejo de basuras pues las basuras crean enfermedades aunque se tiene el equipo de seguridad. Sin embargo, tiene ventajas como un alto porcentaje de recicladores, específicamente el 70% de la ciudad de Ocaña trabaja para cooperativa.



La cooperativa se visualiza en los próximos 5 años como un gran centro de acopio propio con todas las maquinas que necesitan. Actualmente la materia prima se selecciona según su producto y en un lugar no peligroso y aislado, en zona industrial. Pues el proceso de reciclaje se divide en selección al reciclaje, almacenar el reciclaje, se pasa por kilos, se prensa con la máquina para ahorrar espacio y luego DF.

Finalmente, el gerente menciona que el personal cuenta con el equipo necesario para su trabajo, es lo primero que se tiene en cuenta para con los empleados y se le hace el respectivo seguimiento para que se cumplan las normas de seguridad.

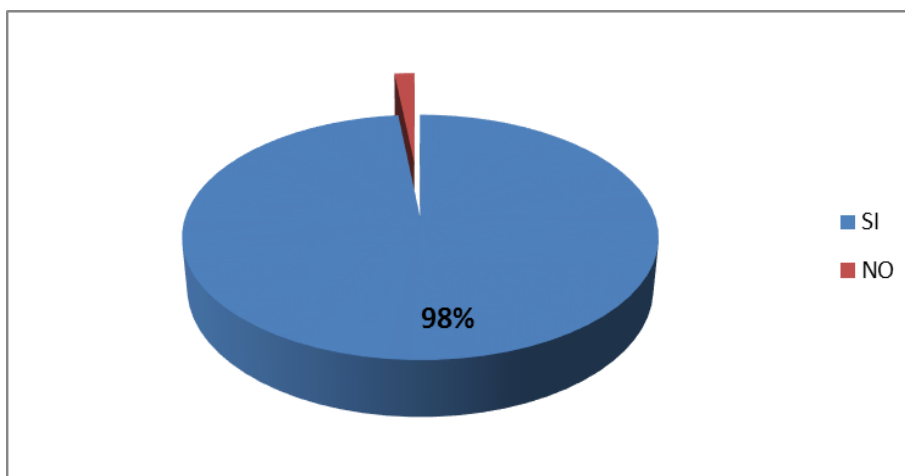
#### 4.1.2 Resultados arrojados según la encuesta dirigida a la comunidad ocañera del Norte de Santander.

**Tabla 1.** Consideración de la importancia de reciclar.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	116	98.
NO	2	2%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 1.** Consideración de la importancia de reciclar.



Fuente: autores del proyecto

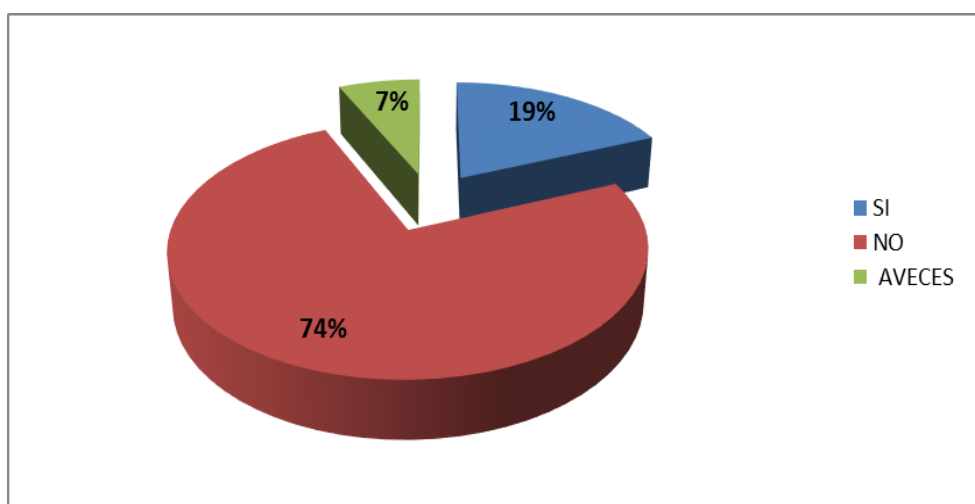
El 98 % de la comunidad encuestada considera que es importante reciclar ya que nuestro medio ambiente ha ido decayendo y es necesario realizar esta actividad para que de una manera u otra se pueda contribuir y ayudar a esta crisis que está pasando nuestro planeta; pero también cabe mencionar que un 2% expresó que no es importante reciclar, es más manifiesta poca importancia a este tema basándose en que se debe hacer que lo hagan los demás.

**Tabla 2.** Realización de la actividad de reciclar.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	19%
NO	88	74%
A VECES	8	7%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 2.** Realización de la actividad de reciclar.



Fuente: autores del proyecto

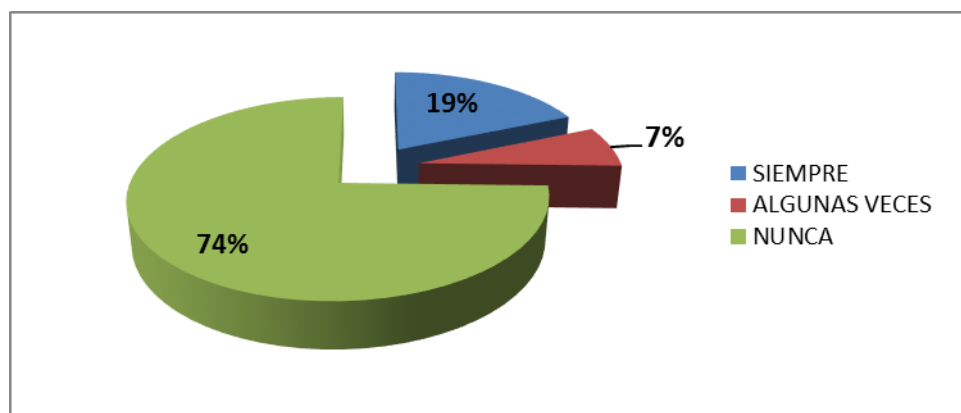
El 74% de la comunidad encuestada manifestó que no recicla debido a que no tienen el conocimiento para realizar dicha actividad, ya que las pocas charlas que dan no son para ellos suficiente información como para aprender a separar cada uno de los residuos y basuras; también encontramos un 19% que si recicla debido a que en sus casas tienen el hábito de separar las basuras, cabe mencionar que este porcentaje se arrojó al encuestar a las familias o negocios ubicados en zonas industriales y residencias de estrato 4 y 5; sin dejar de lado que encontramos una cantidad de personas que no le dan la importancia necesaria para este tema o actividad ya que manifiestan que a veces lo hacen pero poco después no lo vuelven hacer ya que sus costumbres no son esas, estos son los equivalentes al 7%.

**Tabla 3.** Separación de basuras en casa y/o lugar de trabajo.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	22	19%
ALGUNAS VECES	8	7%
NUNCA	88	74%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 3.** Separación de basuras en casa y/o lugar de trabajo



Fuente: autores del proyecto

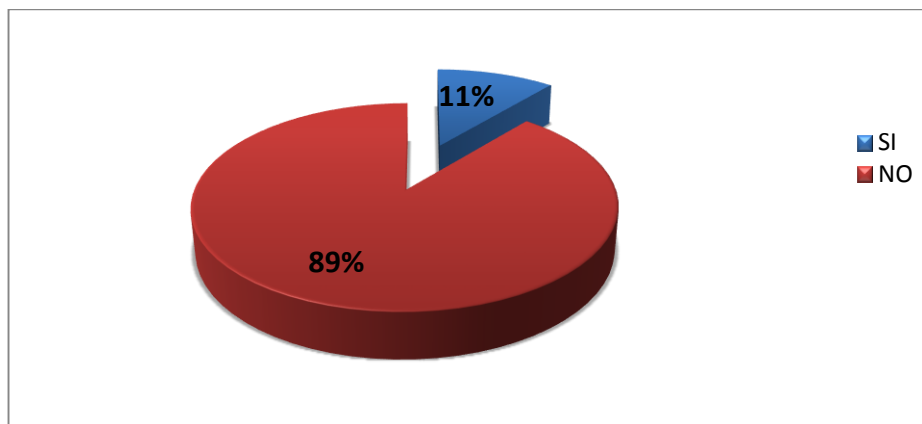
Los habitantes de la ciudad de Ocaña expresan que al momento de tirar las basuras y los desechos no tienen en cuenta el método de reciclar ya que no cuentan con el conocimiento necesario ni la disponibilidad para hacerlo, esta población se refleja 81% pero cabe destacar que un 19% si lo hace ya que tienen conciencia acerca de este tema y les preocupa la situación actual que está presentando nuestro planeta y consideran que reciclando es una forma de ayudar al medio ambiente que cada día decae más y más.

**Tabla 4.** Satisfacción de información recibida por los medios de comunicación sobre el reciclaje.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	11%
NO	105	89%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 4.** Satisfacción de información recibida por los medios de comunicación sobre el reciclaje.



Fuente: autores del proyecto

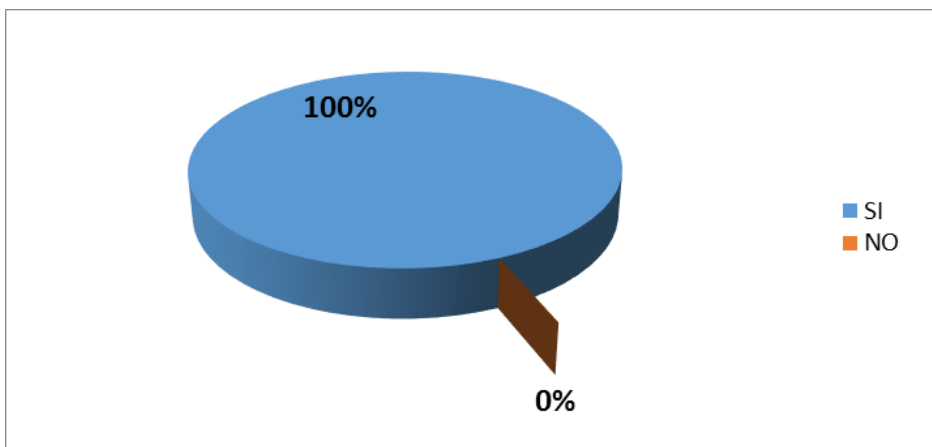
El 89% de la comunidad encuestada expresa a través de este medio, que no están conforme con la información que brindan los medios de comunicación ya sea TV , radio o la internet ya que estos medios le dan poco espacio a un tema que es tan importante hoy en día, es por eso que expresan su inconformismo al no tener la información necesaria para poder reciclar, con lo anterior quieren decir que en parte no reciclan porque no lo saben hacer y tampoco se hacen campañas consecutivas que motiven y concienticen hacer esta actividad, el 11% manifiesta lo contrario que si están conformes con la información que reciben de los medios y además consideran que si es poca la información también depende de nosotros mismos, ya que en los medios como la internet podemos encontrar amplia información acerca de este tema, si es que en verdad queremos contribuir con el medio ambiente.

**Tabla 5:** conocimiento de los días en que pasan por las casas o lugar de trabajo las personas recolectoras de basura

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	118	100%
NO	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 5.** Conocimiento de los días en que pasan por las casas o lugar de trabajo las personas recolectoras de basura



Fuente: autores del proyecto

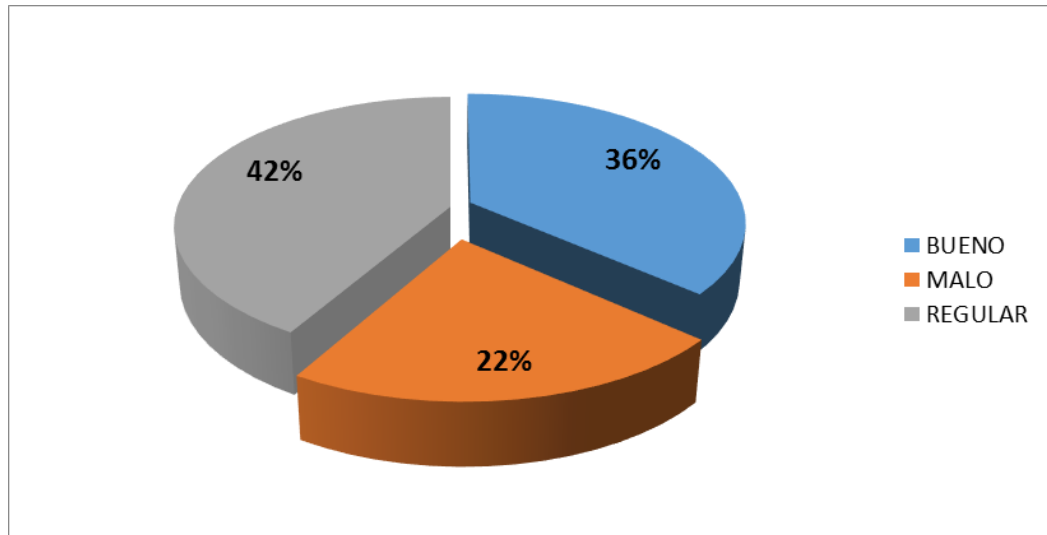
La totalidad de la comunidad encuestada expresa que conocen los días en que pasan las personas encargadas de recolectar las basuras, ya que esta costumbre ha venido por años y si en algún momento presentan cambios dan a conocer con tiempo y por varios días, por lo tanto es muy claro saber cuáles son los días en que pasan, destacando también que los recolectores tienen diferentes días para hacer el recorrido debido a la cantidad de barrios que cuenta la ciudad de Ocaña.

**Tabla 6.** Consideración del trato de las personas recolectoras de basura

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	43	36%
MALO	26	22%
REGULAR	49	42%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 6.** Consideración del trato de las personas recolectoras de basura



Fuente: autores del proyecto

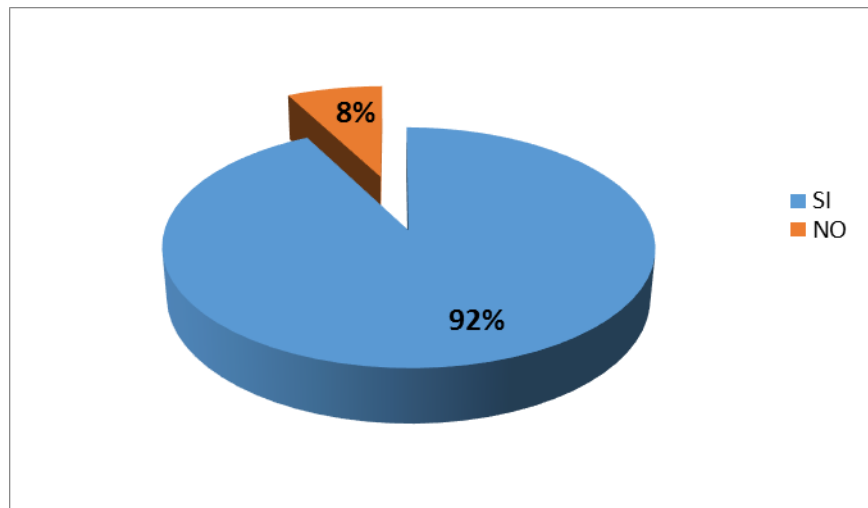
Del 100% de los encuestados el 64% manifestó que el trato de los encargados de recolectar las basuras es malo y en unas ocasiones regular ya que por el afán de no quedar atrasados por el carro recolector a veces dejan las canecas con residuos o basuras donde no las terminan de botar y en otra ocasiones dejan parte de las basuras en las calles al momento de desplazar las canecas desde las casas hasta los carros recolectores o a veces no dan tiempo para terminar de casar las basuras de las casas, ya que en ciertos sectores dichos recolectores pasan muy temprano y sus actitudes son poco amigables, pero 36% manifiesta lo mejor de ellos ya que su labor no es nada fácil de hacer ya que manejan todos los residuos y basuras de cada una de las casas y además consideran que son eficientes en su trabajo y son de gran utilidad para el embellecimiento de nuestras casas, barrios y ciudad; y en cuanto al trato es bueno ya que solo se dedican a su labor y no tienen ninguna queja o reclamo.

**Tabla 7.** Aceptación con la creación de una cooperativa que respalde la actividad de reciclar

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	109	92%
NO	9	8%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 7.** Aceptación con la creación de una cooperativa que respalde la actividad de reciclar



Fuente: autores del proyecto

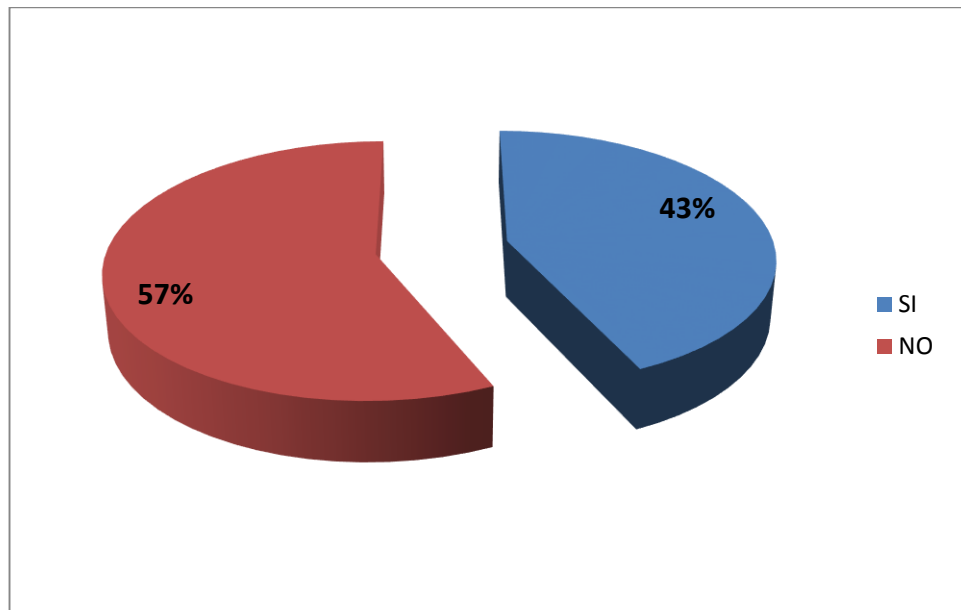
En el momento de preguntar a los ocañeros si estaban de acuerdo con la creación de una cooperativa que se dedicara al reciclaje el 92% que equivale a 109 familias dijeron que SI ya que hace falta una empresa que valore, vele y cuide el medio ambiente y nuestra ciudad y de esta manera ellos mismos se encargarían de informar, motivar e incentivar a los ocañeros a que realicen esta actividad, por tanto ellos darían de su parte para aprender y contribuir con el medio ambiente. Pero por otra parte 9 familias NO estuvieron de acuerdo debido a que ese tipo de empresas no se dedicarían específicamente en reciclar sino también en apoderarse de los recursos de los ocañeros, sería un ejemplo más de unas de las empresas que quieren aprovecharse de la poca economía que posee los de la provincia, y además los ocañeros no están acostumbrados a realizar este tipo de actividades.

**Tabla 8.** Conocimiento de la existencia de la nueva cooperativa de recuperadores reciclan en Ocaña

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	45	
NO	73	
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 8.** Conocimiento de la existencia de la nueva cooperativa de recuperadores reciclan en Ocaña



Fuente: autores del proyecto

El 57% de las familias encuestadas manifiestan saber de la existencia de RECICLAN ya que han escuchado de su constitución por los medios de comunicación como TV Y RADIO pero en lo que no están seguras es si ya están laborando en todos los barrios de la ciudad de Ocaña ya que no se han dado a conocer campañas que motiven a la comunidad y enseñen como reciclar, por otra parte el 43% declara que no sabía de la existencia de esta empresa o cooperativa dedica a recolectar basuras.

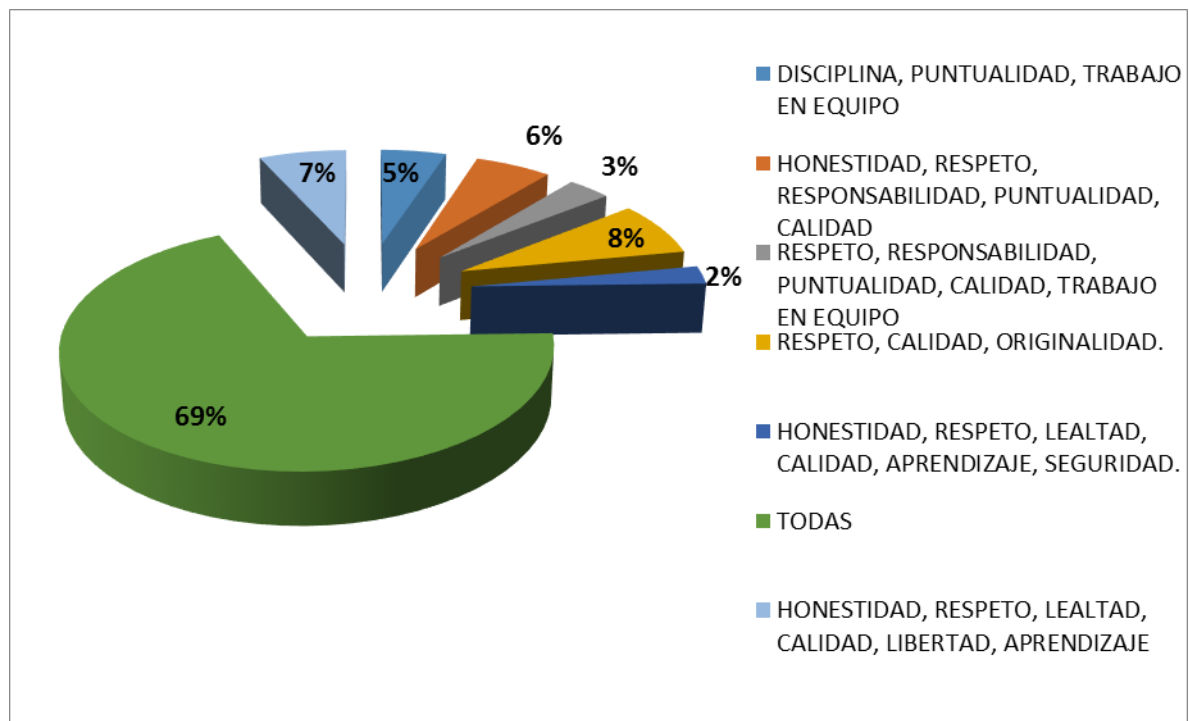


**Tabla 9.** Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (valores).

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HONESTIDAD, RESPECTO, LEALTAD, CALIDAD, LIBERTAD, APRENDIZAJE.	8	7%
DISCIPLINA, PUNTUALIDAD, TRABAJO EN EQUIPO.	6	5%
HONESTIDAD, RESPECTO, RESPONSABILIDAD, PUNTUALIDAD, CALIDAD.	7	6%
RESPECTO, RESPONSABILIDAD, PUNTUALIDAD, CALIDAD, TRABAJO EN EQUIPO.	4	3%
RESPECTO, CALIDAD, ORIGINALIDAD.	9	8%
HONESTIDAD, RESPECTO, LEALTAD, CALIDAD, APRENDIZAJE, SEGURIDAD.	3	2%
TODAS.	81	69%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 9.** Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (valores).



Fuente: autores del proyecto

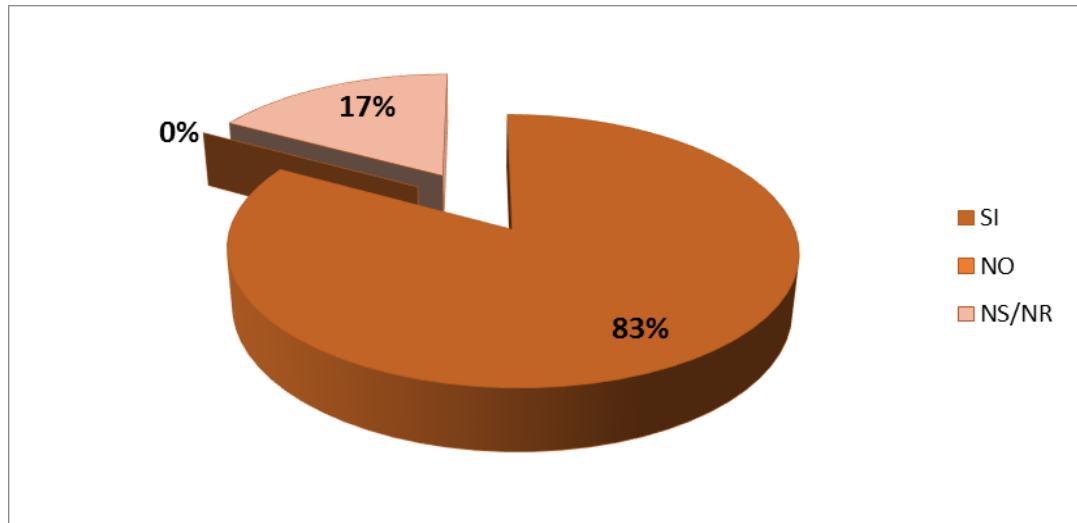
El 69% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que la cooperativa cuente con todos los valores mencionados ya que son de mucha importancia y que es necesario que toda empresa o cooperativa debe tener; por otro lado encontramos gran variedad en la preferencia de los objetivos de debe contar RECICLAN como son los casos: 7% se inclinaron por honestidad, respeto, lealtad, calidad, libertad, aprendizaje; el 5% disciplina, puntualidad, trabajo en equipo; el 6% honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, calidad; el 3% respeto, responsabilidad, puntualidad, calidad, trabajo en equipo; el 8% respeto, calidad, originalidad y 2% honestidad, respeto, lealtad, calidad, aprendizaje, seguridad.

**Tabla 10.** Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (principios).

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	98	83%
NO	0	0
NS/NR	20	17%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 10.** Consideración del marco corporativo de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales reciclan (principios).



Fuente: autores del proyecto.

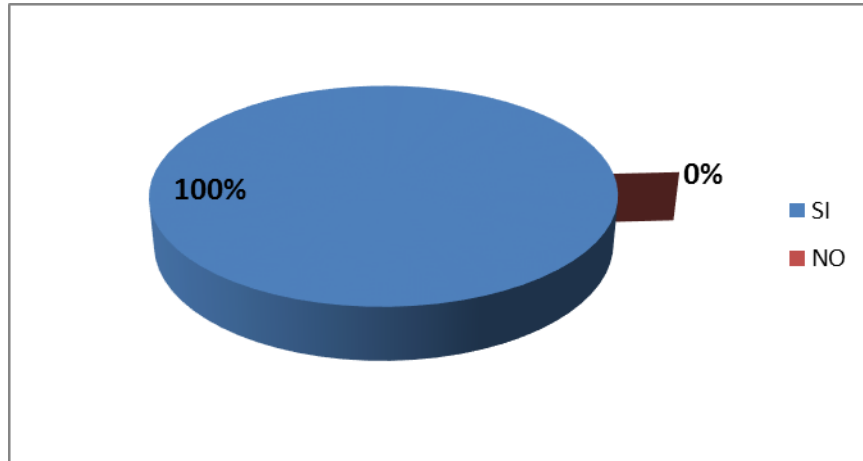
En la consideración de los principios para la cooperativa el 83% de las familias encuestadas están de acuerdo con los mencionados ya que manifestaron que son los que toda cooperativa o empresa deben tener y además son los requeridos por la ley como lo son Membresía abierta y voluntaria, Control democrático de los miembros, Participación económica de los miembros, Autonomía e independencia, Educación, entrenamiento e información, Cooperación entre Cooperativas, Compromiso con la comunidad; también se debe destacar que un 17% no quiso opinar respecto al tema porque manifestaron que no conocen acerca de esto es por eso que se abstuvieron de dar sus opiniones en las encuestas.

**Tabla 11.** Apoyo (reconocimiento y respeto) de la actividad recicladora en el municipio.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	118	100%
NO	0	0%
TOTAL	118	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafico 11.** Apoyo (reconocimiento y respeto) de la actividad recicladora en el municipio.



Fuente: autores del proyecto

La comunidad ocañera que participó de la encuesta está 100% de acuerdo en que este tipo de cooperativas sean reconocidas y respetadas, con el fin de que tengan valor y principios ya que este tipo de empresas son las que deben tener más apoyo del gobierno porque son las que se preocupan por el bienestar de mañana, las de nuestras futuras generaciones, las de cuidar el planeta tierra en la cual estamos hospedados en el transcurso de nuestras vidas; por lo tanto los ocañeros están dispuestos a dar su apoyo a este tipo de empresas para que surjan y den ese granito de arena para hacer un mañana mejor y juntos podamos cambiar este planeta de tanta contaminación empezando por nuestras casas, lugar de trabajo y cuando estemos en las calles de esta hermosa ciudad llamada Ocaña.

**Diagnostico situacional.** La comunidad ocañera en un 98% muestra su interés por reciclar ya que lo consideran de gran importancia debido a que nuestro planeta tierra está cada día más y más decayendo, aunque tristemente encontramos una pequeña porción de la población que no le da la importancia que merece este tema debido a que creen es trabajo de unos y no de todos.

Se puede también mencionar que los ocañeros poco reciclan ya que se tabuló un 81% de las familias ocañeras en las que se suman las que definitivamente no reciclan y las que poco lo hacen, debido a lo anterior, cabe decir, que ésta situación es preocupante para nuestro planeta y nuestras generaciones ya que no estamos preparando un mejor planeta para ellos y mucho menos personas para un mejor planeta.

Los ocañeros expresan que el motivo por el cual ellos no reciclan se debe a varios factores y uno de ellos son la poca información que reciben de los medios de comunicación (TV, RADIO Y REDES SOCIALES) acerca de este tema, pues debido a eso no saben cómo clasificar las basuras, por la cual a la hora de botar la basura lo hacen sin conocimientos, otro de los factores es que no hacen campañas que los induzca a hacer este tipo de actividades y los motive a reciclar ya que no tenían la información de que todo lo que echamos a la caneca

no es basura hay muchas cosas las cuales podemos reutilizar y hacer una obra de arte con ellas.

Sumado a lo anterior, la totalidad de los encuestados conocen el día por el cual pasan los recolectores por sus barrios ya que ésta costumbre la tienen por años, por lo tanto, es muy claro saber cuáles son los días en que pasan, se destaca también que los recolectores tienen diferentes días para hacer el recorrido debido a la cantidad de barrios que cuenta la ciudad de Ocaña. Pero un 64% de la comunidad está inconforme con el trato que dichos recolectores prestan a la comunidad ya que no son pacientes a la hora de recolectar las basuras porque en determinados barrios el carro recolector pasa en horas muy tempranas y además por el mismo afán y la velocidad que maneja dicho carro los recolectores dejan parte de las basuras en las calles y en las canecas y no las vuelven a recoger dejando una mala imagen en los barrios y de los que prestan este servicio.

La comunidad expresa estar de acuerdo que en la ciudad se cree una cooperativa que ayude al medio ambiente, que enseñe, motive y concientice el hábito de reciclar, y así de una manera u otra poder contribuir con el medio ambiente, cantidad representada en un 92%; las respuestas obtenidas anteriormente dieron paso para saber si los ocañeros sabían de la existencia de RECICLAN con la que se pudo conocer que solo un 57% de la comunidad conoce de su existencia ya que lo han escuchado por los medios de comunicación en el momento de las noticias, pero no tienen el conocimiento de que están prestando sus servicios en todos los barrios, ya que carecen de campañas o diferentes medios en los que se puedan dar a conocer y como realizar dicha actividad.

Debido a que RECICLAN es joven en la provincia de Ocaña no cuenta con el marco corporativo por lo tanto en la encuesta se hizo mencionar con qué principios y valores estarían de acuerdo que conformaran la cooperativa, se tiene en cuenta la opinión de los ocañeros ya que es una empresa de todos; con el 100% de los que estuvieron de acuerdo se pudo obtener los siguientes resultados: 7% se inclinaron por honestidad, respeto, lealtad, calidad, libertad, aprendizaje; el 5% disciplina, puntualidad, trabajo en equipo; el 6% honestidad, respeto, responsabilidad, puntualidad, calidad; el 3% respeto, responsabilidad, puntualidad, calidad, trabajo en equipo; el 8% respeto, calidad, originalidad; el 2% honestidad, respeto, lealtad, calidad, aprendizaje, seguridad, y un 69% estuvieron de acuerdo en que la cooperativa contara con todos los principios y valores mencionados en la encuesta.

Finalmente se puede observar y calificar como exitoso la aceptación o el apoyo que los ocañeros están dispuestos a darle a la cooperativa ya que dicha población equivale a un 100% donde están de acuerdo a que sean reconocidas y respetadas, con el fin de que tengan valor y principios, ya que este tipo de empresas son las que deben tener más apoyo del gobierno porque son las que se preocupan por el bienestar de mañana, las de nuestras futuras generaciones, las de cuidar el planeta tierra en la cual estamos hospedados en el transcurso de nuestras vidas.

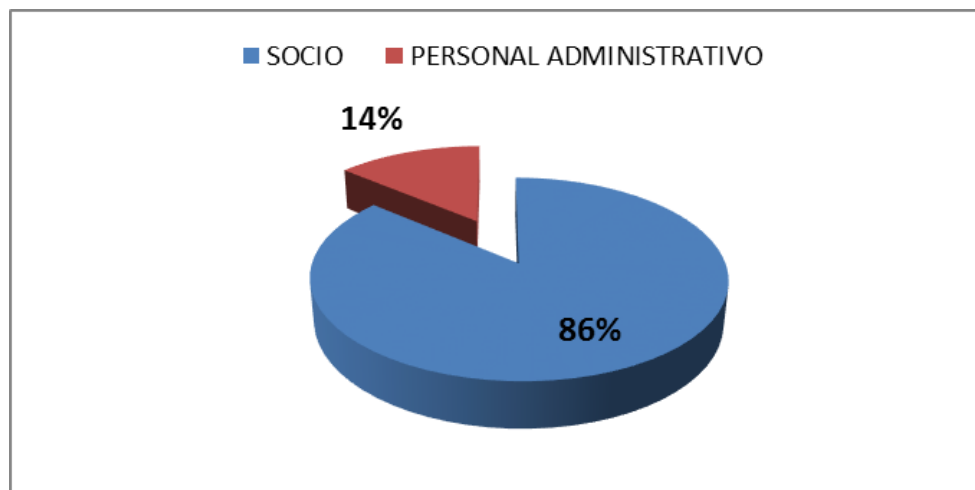
**4.1.3 Resultados arrojados según la encuesta dirigida al personal que hace parte de la cooperativa de recuperadores ambientales reciclan.**

**Tabla 12.** Cargo que ocupa dentro de la cooperativa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOCIO	25	86%
PERSONAL ADMINISTRATIVO	4	14%
TOTAL	29	100

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 12.** Cargo que ocupa dentro de la cooperativa.



Fuente: autores del proyecto

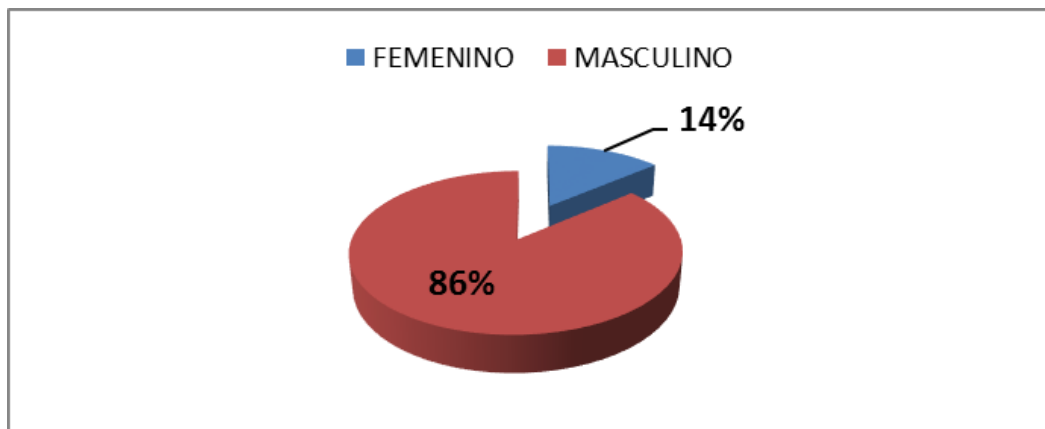
El 86% de la población encuestada hace parte de los socios de la cooperativa RECICLAN ya que estos mismos son los pertenecientes a la actividad propia de la empresa (reciclar); también se puede destacar que un 14% hace sus labores en la parte administrativa como lo son la gerente, tesorero, fiscal y secretario.

**Tabla 13.** Sexo perteneciente a los miembros que forman parte de la cooperativa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	4	14%
MASCULINO	25	86%
TOTAL	29	100

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 13.** Sexo perteneciente a los miembros que forman parte de la cooperativa.



Fuente: autores del proyecto

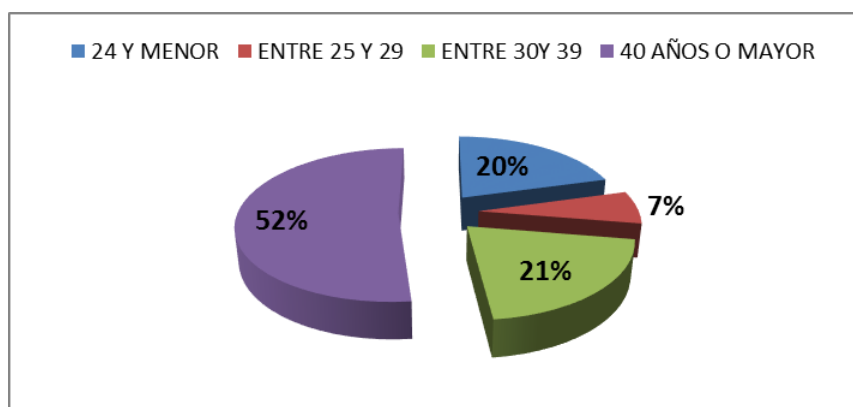
Teniendo en cuenta el personal encuestado se puede identificar que el 86% de los miembros que hacen parte de la cooperativa multiactiva de recuperadores son hombres y un 14% son mujeres contando tanto en la parte administrativa como en la actividad de reciclar.

**Tabla 14.** Edad de los socios y administrativos de la cooperativa RECICLAN.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
24 AÑOS Y MENOR	6	20%
ENTRE 25 Y 29 AÑOS	2	7%
ENTRE 30 Y 39 AÑOS	6	21%
40 AÑOS O MAYOR	15	52%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 14.** Edad de los socios y administrativos de la cooperativa RECICLAN.



Fuente: autores del proyecto

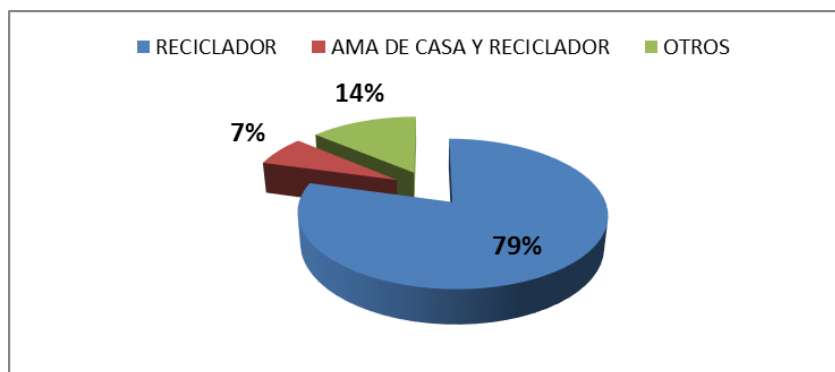
El 52% de los encuestados representan la mayor porción de esta grafica debido a que ésta cantidad hace parte de 15 socios que están en el intervalo de 40 años o más. También se destaca que encontramos 20% que están entre 24 años o menos y de la misma porción se cuenta que existe entre 30 y 39 años, sin dejar de mencionar que 7% se encuentra entre las edades de 25 y 29 años

**Tabla 15.** Actividad que realizan dentro de la cooperativa RECICLAN.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RECICLADOR	23	79%
AMA DE CASA Y RECICLADOR	2	7%
OTRO	4	14%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 15.** Actividad que realizan dentro de la cooperativa RECICLAN.



Fuente: autores del proyecto

Analizando lo anterior se puede mencionar que el 79% de los encuestados son recicladores por lo tanto forman la mayor parte de la población interna, y un 14% ejercen otras actividades como lo son: la gerente, el fiscal, el tesorero y secretario; sumado a lo anterior se observa que 7% ejercen doble actividad tanto en reciclar como en ejercer actividades pertenecientes al hogar.

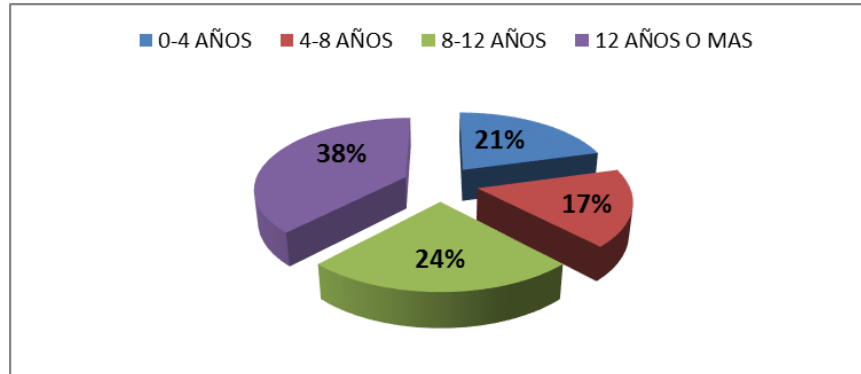
**Tabla 16.** Tiempo de ejercer sus actividades en la cooperativa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-4 AÑOS	6	21%
4-8 AÑOS	5	17%
8-12 AÑOS	7	24%
12 O MAS	11	38%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto



**Grafica 16.** Tiempo de ejercer sus actividades en la cooperativa.



Fuente: autores del proyecto

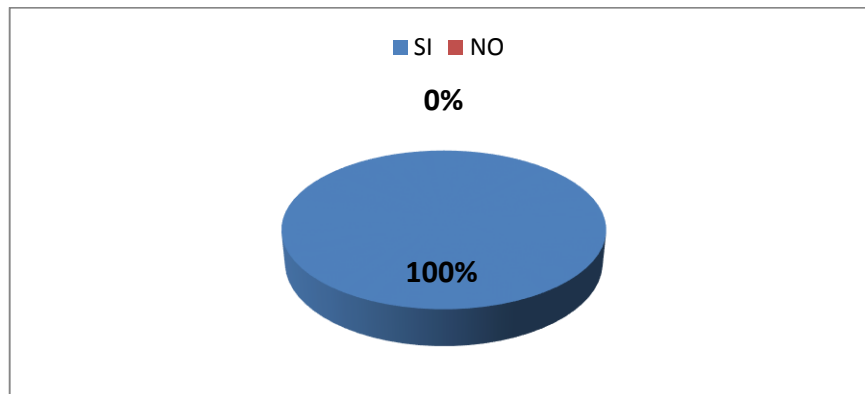
A pesar de que la empresa es joven en la provincia de Ocaña, con respecto a su constitución como cooperativa de recuperadores ambientales, se pudo observar que esta actividad la vienen ejerciendo desde hace algunos años como lo representa el 38% que tienen más de 12 años ejerciendo esta actividad que ha sido fuente de sus ingresos, también se encuentra una porción de 24% que laboran en esta rama desde 8 años sin dejar de lado a un 17% y 21% que lo vienen haciendo desde un tiempo menor a 8 años.

**Tabla 17.** Conocimiento de la legalización de la cooperativa RECICLAN.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	100%
NO	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 17.** Conocimiento de la legalización de la cooperativa RECICLAN.



Fuente: autores del proyecto

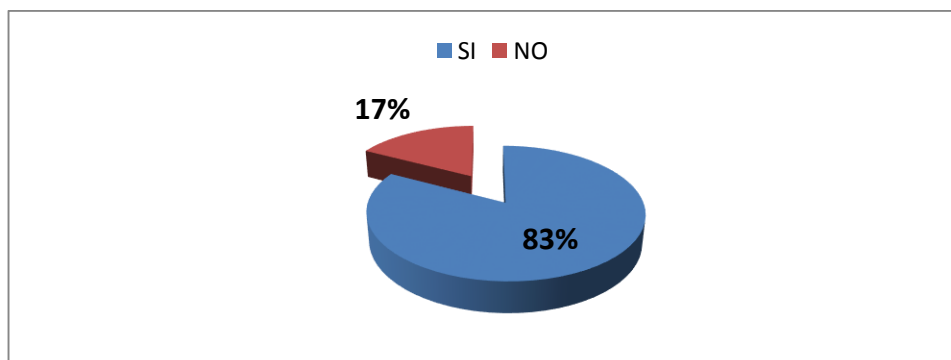
La totalidad de los miembros internos conocen la legalización de la empresa, ya que ellos son los mismos que han venido impulsando y gestionando su debida legalización ya que por años ejercieron sus actividades de forma ilegal, donde su trabajo era poco estimado y apreciado por la comunidad ocañera.

**Tabla 18.** Consideración si RECICLAN se encuentra debidamente organizada.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	83%
NO	5	17%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 18.** Consideración si RECICLAN se encuentra debidamente organizada.



Fuente: autores del proyecto

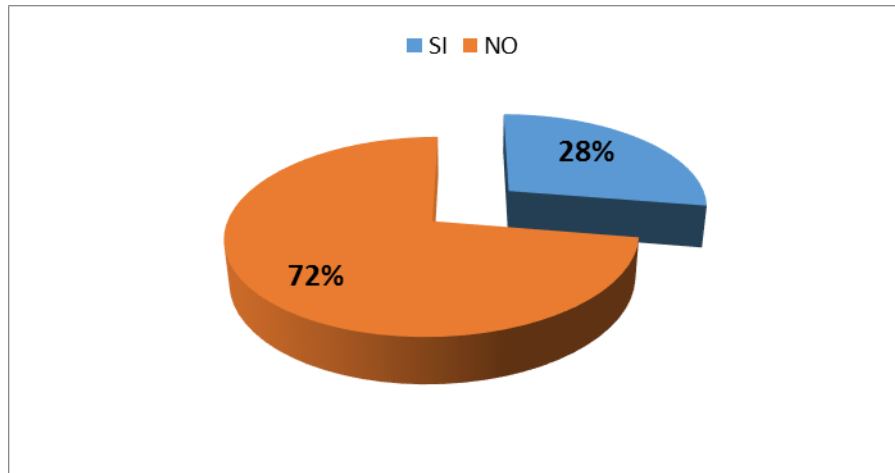
Se puede analizar que un 83% de los socios y administrativos consideran que la cooperativa se encuentra debidamente organizada debido a que ya cuentan con cámara de comercio, que están bien asociados, ejercen sus actividades como lo recomiendan sus líderes, cuentan con un consejo de administración y respectivos comités que permiten su buen manejo; pero también se encuentra una población representada en un 17% donde manifiestan que no están debidamente organizados por lo que en la actualidad la cooperativa no cuenta con un lugar adecuado de almacenamiento y oficinas, ya que solo sus adecuados manejos se encuentran en papeles y no en hechos.

**Tabla 19.** Conocimiento acerca si la cooperativa utiliza de implementos de seguridad para desarrollar dicha actividad (reciclar).

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	28%
NO	21	72%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 19.** Conocimiento acerca si la cooperativa utiliza de implementos de seguridad para desarrollar dicha actividad (reciclar).



Fuente: autores del proyecto

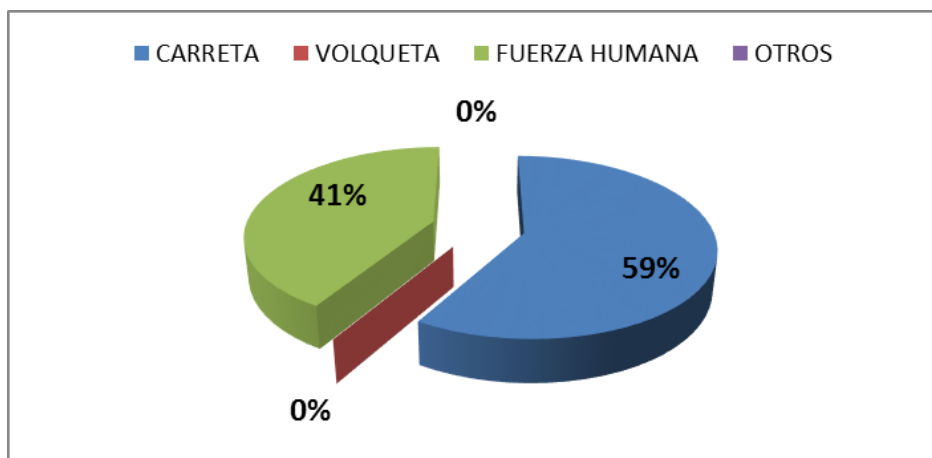
El 72% de los encuestados expresan no contar con elementos de protección personal para su adecuado control y manejo de materia prima, ya que no cuentan con guantes, bragas, tapa bocas, botas, etc. Pero un 28% si afirman lo contrario, en si lo que manifiestan es que ellos están acostumbrados a no utilizar ninguno de dichos elementos ya que todas sus vidas han ejercido esta labor sin ningún implemento de seguridad para su salud.

**Tabla 20.** Medios que utilizan para transportar la materia prima.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CARRETA	17	59%
VOLQUETA	0	0%
FUERZA HUMANA	12	41%
OTROS	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 20.** Medios que utilizan para transportar la materia prima.



Fuente: autores del proyecto

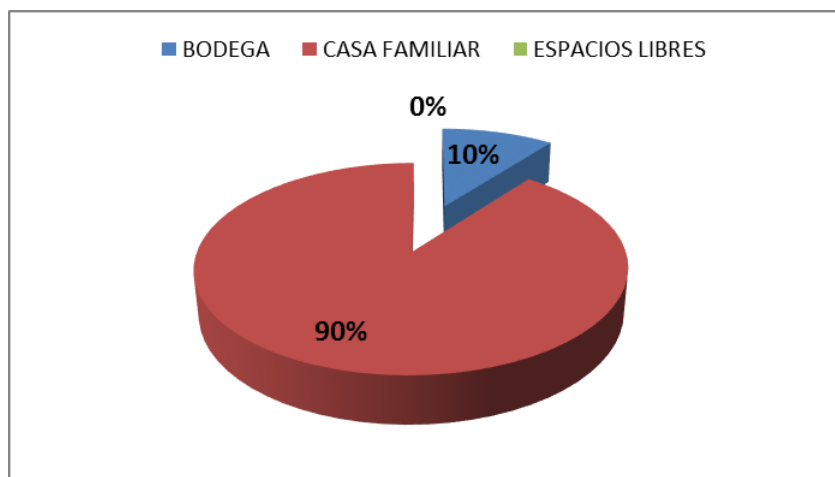
El 59% utiliza la carreta para transportar la materia prima ya que actualmente la empresa no cuenta con otros medios más adecuados, debido a que todavía no han empezado sus funciones como cooperativa ya constituida; y también se encuentra que un 41% transporta la materia prima con sus propias fuerzas por lo que no cuenta con los recursos para adquirir una carreta y mucho menos una volqueta y sumado a eso prefieren hacerlo de forma humana ya que no transportan grandes cantidades de materia prima para el lugar donde lo almacenan.

**Tabla 21.** Lugar de almacenamiento de la materia prima.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BODEGA	3	10%
CASA FAMILIAR	26	90%
ESPACIOS ABIERTOS	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 21.** Lugar de almacenamiento de la materia prima.



Fuente: autores del proyecto

El 90% de la población encuestada expresa que la materia prima es almacenada en casas familiares debido a que RECICLAN por el momento no cuenta con un lugar adecuado para el debido almacenamiento que deben tener dicho material reciclado; y un 10% lo almacena en bodegas que pueden adquirir por horas, ya que ellos compran en la mañana y lo venden en horas de la tarde.

**Tabla 22.** Calificación de la convivencia entre las personas que hacen parte de la cooperativa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	12	41%
BUENA	8	28%
REGULAR	9	31%
MALA	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 22.** Calificación de la convivencia entre las personas que hacen parte de la cooperativa.



Fuente: autores del proyecto

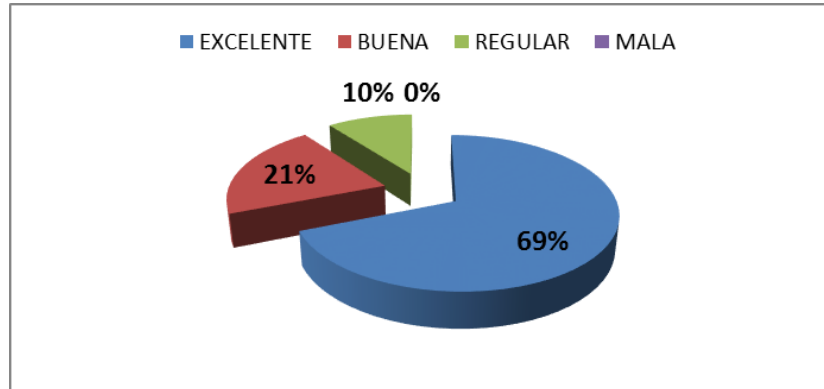
La convivencia entre las personas que hacen parte de la cooperativa se puede concluir de la siguiente manera: excelente un 41%, buena 28% y regular 31%. En esta última manifiestan que la convivencia es de ese modo debido a que no hay un plan de actividades para integrarse ya que cada quien, al momento de reunirse solo se limitan a tocar puntos de carácter laboral.

**Tabla 23.** Calificación de la relación entre recuperadores y la comunidad.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	20	69%
BUENA	6	21%
REGULAR	3	10%
MALA	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 23.** Calificación de la relación entre recuperadores y la comunidad.



Fuente: autores del proyecto

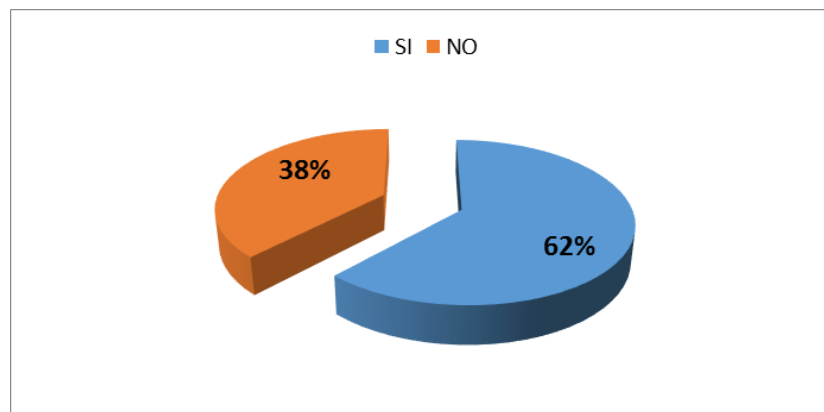
Referente a la relación entre recuperador-comunidad, podemos observar que la mayoría tiene buen manejo de sus relaciones con la comunidad, ya que sumados entre excelente y buena se da un 90% donde se resalta que dicha relación es considerable, pero debe mejorar hasta alcanzar el 100% de aceptación y compatibilidad entre los mencionados.

**Tabla 24.** Conocimiento si se encuentran debidamente organizados a la hora de la recolección de basuras.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	62%
NO	11	38%
TOTAL	29	100%°

Fuente: autores del proyecto

**Grafica 24.** Conocimiento si se encuentran debidamente organizados a la hora de la recolección de basuras.



Fuente: autores del proyecto

El 62% de los encuestados dieron a conocer que si están organizados a la hora de salir a recolectar ya que tienen una secuencias de los días por los cuales deben pasar y de los barrios, conociendo cuál es su horario de salida recalando que deben de ser puntuales; pero el 38% manifiestan lo contrario ya que dicen que solo están es en planeación y organización, pero no se ha llevado a la realidad.

**25. Compradores de la materia prima.** Chatarrería Misael, Chatarrería Cadejuan y Chatarrería circunvalar.

**26. Análisis sobre los aportes o mejoras que estarían dispuestos a brindar a la cooperativa RECICLAN.** que tanto los socios (recicladores) y personal administrativo tienen en claro lo que quieren lograr a través de esta asociación, claro está, si en sus manos estuviera el poder de hacerlo; unas de sus respuestas fueron:

Una tecnificación para dignificar la labor del recuperador para aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de vida.

Habilitar locales con la ayuda de la administración y los socios de la cooperativa.

Gestionar volquetas para ser más llevadero el transporte de la materia prima hacia las bodegas.

Organizar en lugares específicos actividades como: charlas, música, oración y deporte con el fin de poder integrarse más los socios y así alcanzar una mejor convivencia.

Concientización a la comunidad donde se les explique la importancia de reciclar por medio de volantes y charlas.

Debido a lo anterior es una clara manera de decir que RECICLAN carece de estos, ya que es una cooperativa muy joven por lo tanto no tienen acceso a estos beneficios.

**Diagnostico situacional.** De acuerdo con la anterior encuesta se puedo conocer de la cooperativa que: el 86% de la población encuestada hace parte de los socios de la cooperativa RECICLAN ya que estos mismos son los pertenecientes a la actividad propia de la empresa (reciclar); también que el 52% de los que hacen parte de la asociación son mayores de 40 años, que hay 38% de los mismos que tienen de estar ejerciendo esta labor más de 12 años, obviamente lo ejercían de forma empírica e ilegal.

También deja ver claro que 79% de los encuestados son recicladores por lo tanto forman la mayor parte de la población interna, y un 14% ejercen otras actividades como lo son: la gerente, el fiscal, el tesorero y secretario; sumado a lo anterior se afirma que la totalidad de los miembros internos conocen la legalización de la empresa, ya que ellos son los mismos que han venido impulsando y gestionando su debida legalización.

Se analiza que un 83% de los socios y administrativos consideran que la cooperativa se encuentra debidamente organizada debido a que ya cuentan con cámara de comercio, que



están bien asociados, ejercen sus actividades como lo recomiendan sus líderes, cuentan con un consejo de administración y respectivos comités que permiten su buen manejo; lo anterior es referente a las horas de salida pero en el caso de su seguridad el 72% de los expresan no contar con elementos de protección personal para su adecuado control y manejo de materia prima, ya que no cuentan con guantes, bragas, tapa bocas, botas, etc.; añadiéndole a lo anterior los recuperadores solo utilizan carretas para transportar la materia prima a sus lugares donde las van a vender, ya que no tienen un lugar de almacenamiento (bodega).

Se puede concluir que la convivencia entre los miembros que hacen parte de la cooperativa es de destacar ya que es excelente en un 41%, buena 28% y regular 31%. En esta última manifiestan que la convivencia es de ese modo debido a que no hay un plan de actividades para integrarse ya que cada quien, al momento de reunirse solo se limitan a tocar puntos de carácter laboral.

**4.1.4 Diagnostico general.** RECICLAN, es una cooperativa Multiactiva, ya que es una asociación sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general, y a su vez que generen empleo y respeto hacia ellos ya que el trabajo de reciclar es digno, lo que se pretende es tener un adecuado control de su parte administrativa y se les reconozca y respete por manejar un ente, apropiadamente conforme a la ley.

La cooperativa de recuperadores, fue constituida el 8 de octubre del 2014 y está conformada por el personal que hace parte de la cooperativa de recuperadores RECICLAN, Cuenta con cuatro (4) administrativos, (Gerente, tesorero, fiscal, secretario) y veinticinco (25) asociados, con el propósito de solventar dichas dificultades que presentan estas personas y a su vez brindarles una calidad de vida; las personas que conforman dicha cooperativa, son personas que trabajan empíricamente, como se puede evidenciar la cooperativa es joven en este municipio, por tal motivo no cuenta con una organización administrativa apropiada para el buen funcionamiento de la asociación, esto refleja una problemática notable en el municipio, ya que si no hay una debida organización no podrá surgir ni brindar un buen servicio al mismo tiempo no tiene plasmadas la misión, visión, los objetivos organizacionales, manual de funciones, organigrama, valores y principios detallados en el marco corporativo que orienten a la empresa para organizar sus actividades y así alcanzar los logros deseados planteando soluciones que beneficien a los asociados y comunidad en general, ya que al no tener estos términos plasmados afectan a todo el núcleo de la empresa desconociendo el compromiso de los funcionarios con el marco corporativo ignorando quienes son, adonde quieren llegar, como alcanzar metas propuestas y como crear conciencia en la comunidad; aplicando lo anterior todos los empleados trabajaran en la misma sintonía y se logra un accionar más eficiente de la empresa y consistencia en los procedimientos y políticas.

De igual manera la empresa tiene la necesidad de crear estrategias en el área de salud ocupacional debido a que la cooperativa no está promoviendo y protegiendo la salud de los trabajadores tanto en cuestiones físicas como psicológicas, del mismo modo se ve la necesidad de la creación de estrategias relacionadas con el marketing mix ya que actualmente

la asociación cuenta con personas capacitadas para elaborar manualidades con el producto reciclado y no se están dando a conocer en la comunidad Ocañera debido al poco conocimiento en esta área; sumado a lo expuesto los recuperadores no poseen con un lugar apropiado para el almacenamiento de material reciclable por lo que hoy en día lo ejercen inadecuadamente en lugares inapropiados perjudicando el embellecimiento de los barrios, y así mismo, la salud de la comunidad.

Resumiendo lo tratado RECICLAN tiene la necesidad de guiar a la empresa a trazar objetivos y a seguir tácticas de mercadotecnia conociendo las necesidades actuales y futuras de los asociados y comunidad en general y así poder tomar decisiones futuras que permitan el desarrollo de la cooperativa dándose a conocer en el mercado Ocañero.

Teniendo en cuenta lo anterior, es ahí donde nació este proyecto con el fin de brindar los nuestros conocimientos en estas áreas que están débiles y así poder ser de ayuda para una mejor cooperativa que cuente con su debido marco corporativo y las estrategias correspondientes, llevándola a cumplir sus objetivos como cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN.

#### **4.2 DISEÑO DEL MARCO CORPORATIVO DE LA COOPERATIVA, MISIÓN, VISIÓN, PRINCIPIOS, VALORES, POLÍTICAS, ORGANIGRAMA, MANUAL DE FUNCIONES, Y PROCEDIMIENTOS, CON EL FIN DE ORIENTAR LAS ACCIONES DE LA EMPRESA, BASADO EN LA ESTRUCTURA LEGAL Y JURÍDICA QUE LA LEY EXIGE, TENIENDO EN CUENTA SUS REQUISITOS, YA QUE EL GOBIERNO EVALÚA LA ESTRATEGIA, LA GESTIÓN Y LOS PROPIOS MECANISMOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO**

RECICLAN es una cooperativa nueva en el mercado de Ocaña, la cual no cuenta con el marco corporativo; esta entidad tiene sus respectivos estatutos, pero en estos no se especifica la misión, visión, valores, principios, política, organigrama, manual de funciones y procedimientos; por lo tanto se les propone un marco corporativo de acuerdo a su actividad, con el fin de orientar las acciones de la empresa basado en la estructura legal y jurídica que la ley exige, teniendo en cuenta sus requisitos ya que el gobierno evalúa la estrategia, la gestión y los propios mecanismos del proceso administrativo.

Teniendo en cuenta lo anterior, Se les planteo la misión y visión ya que estos términos ayudan a identificar a una empresa de lo que son y quieren ser en el futuro, para su desarrollo nos basamos en la entrevista y en la encuesta interna, a su vez tuvimos en cuenta ejemplos y experiencias de otras empresas que realizan la misión y visión para encaminarla a realizar los procesos conforme a la ley y así poder ser una empresa reconocida en el mercado.

Imagen 1. Marco corporativo



Fuente: UCAB Universidad Católica Andrés Bello

**Misión.** Somos una organización prestadora de servicios públicos de aseo, conformada por un grupo de asociados que pretenden contribuir y beneficiar su calidad de vida y la de sus familias, con el fin de mejorar las condiciones de vida y trabajo digno del Recuperador promoviendo mejoras en habitabilidad, trabajo, salud, educación y cultura y así mismo a la recuperación del equilibrio ambiental para beneficio de la comunidad en general; Prestando servicios y asesorías socio ambientales a los habitantes, relacionados con el manejo integral de residuos sólidos; con calidad humana y compromiso, aportando a la conservación del medio ambiente.

**Visión.** RECICLAN será en el 2020 una cooperativa fortalecida y reconocida en el ámbito local y nacional, auto sostenible, generador de calidad de vida para los Recuperadores, facilitador de alternativas de desarrollo en las áreas político, socio ambiental, desarrollo tecnológico y económico; con el fin de fortalecer y beneficiar a los asociados logrando reconocimiento del oficio y su remuneración dentro de la prestación del servicio público de aseo.

**Valores y principios corporativos.** RECICLAN como entidad prestadora de servicios públicos hace énfasis en el mejoramiento continuo, rigiéndose bajo los siguientes valores y principios corporativos.

Responsabilidad social  
 Respeto  
 Humanismo  
 Equidad  
 Calidad  
 Rentabilidad  
 Compromiso  
 Capacitación y entrenamiento

Para comprensión de los valores y principios corporativos, se explican en la siguiente matriz axiológica, donde se Permite evidenciar el significado para los diferentes grupos de referencia, ayuda y sirve de guía para la formulación de escala de valores y la verificación de los grupos de referencia.

**Matriz axiológica. Valores y principios corporativos**

Valor / grupo de referencia	Sociedad	Estado	Familia	Clientes	Proveedores	Colaboradores	Accionistas
Responsabilidad social	x		x	x		x	
Respeto	x	x	x	x	x	x	x
Humanismo	x	x	x	x	x	x	x
Equidad				x	x	x	x
Calidad	x			x			
Rentabilidad				x	x		x
Compromiso	x			x	x	x	x
Capacitación y entrenamiento				x	x	x	

Fuente: autores del proyecto.

Con lo anterior se puede evidenciar los principios y valores de los grupos de referencia de la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN, en la cual sirven de guía para formular la escala de valores de la misma, y a la vez permite evidenciar el significado de cada uno de los principios y valores establecidos, con el objetivo de mejorar las actividades de la cooperativa.

**Responsabilidad social:** para las familias, sociedad, clientes y colaboradores se tienen como propósito la búsqueda de un ideal común en el cual los une y los apoya con responsabilidad social para las actividades realizadas y adquiridas. Con esfuerzo y dedicación buscamos alcanzar nuestras metas.

**Respeto y Compromiso:** se pretende construir un ambiente donde el compromiso y la responsabilidad de cada persona es lo más importante ayudando a todos los grupos de referencia ya que la clave consiste en respetar y ser respetado; son valores que permite que el hombre pueda reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.

**Humanismo:** La estrecha conexión entre empresa y vida humana nos lleva a postular la necesidad de introducir una visión humanista en el mundo empresarial. No sería exagerado decir que el humanismo ha de ser el alma de la empresa para que ésta pueda cumplir su función social y funcionar de manera adecuada, contribuyendo así al bien común y a la realización de los seres humanos que en ella trabajan o con ella se relacionan. La cooperativa puede ser un foco de humanidad, funcionando como una auténtica comunidad, haciendo posible una buena y fructífera convivencia entre la Sociedad, Estado, Familia, Clientes, Proveedores, Colaboradores y Accionistas.

**Equidad:** Cada cliente, proveedor, colaborador y accionista de RECICLAN es una pieza fundamental y de igual importancia que las demás. Por esto, cada quien se esfuerza por realizar de la mejor manera sus labores, ayudar a sus compañeros y así, contribuir al excelente desempeño del equipo. Entre mejor es el trabajo de cada quien, mejor es el trabajo conjunto de todo el equipo, y mejores son los resultados obtenidos.

**Calidad y Rentabilidad:** Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos ayudando a tener más credibilidad y confianza a la hora de adquirirlos, y para el cliente satisfacción con cada producto ofrecido por la cooperativa. Al ofrecer productos de alta calidad se obtendrán beneficios tanto para la empresa, clientes y proveedores, ya que contribuirá al desarrollo sostenible, reduciendo pérdidas y así generar rentabilidad.

**Capacitación y entrenamiento:** La capacitación es una herramienta imprescindible de cambio positivo en las organizaciones. Hoy no puede concebirse solamente como entrenamiento o instrucción, supera a estos y se acerca e identifica con el concepto de educación; La tarea de la función de capacitación es mejorar el presente y ayudar a construir un futuro en el que la fuerza de trabajo esté formada y preparada para superarse continuamente. Esta debe desarrollarse como un proceso, siempre en relación con el puesto y con los planes de la organización ayudando Clientes, Proveedores y Colaboradores.

**Políticas.** Desarrollo integral del asociado.

Capacitar y motivar continuamente el recurso humano de RECICLAN.

RECICLAN, debe ser una cooperativa la cual contribuya al mejoramiento de las necesidades de los recuperadores, buscando el beneficio de la asociación en general, el cual defienda sus intereses de una manera oportuna y confiable, superando las expectativas de calidad,

optimizando los recursos técnicos y del reciclaje y actuando conforme a las directrices fijadas por la asociación.

Realizar inspecciones periódicamente internamente y externamente, en cuanto a los estándares de seguridad y salud en el trabajo.

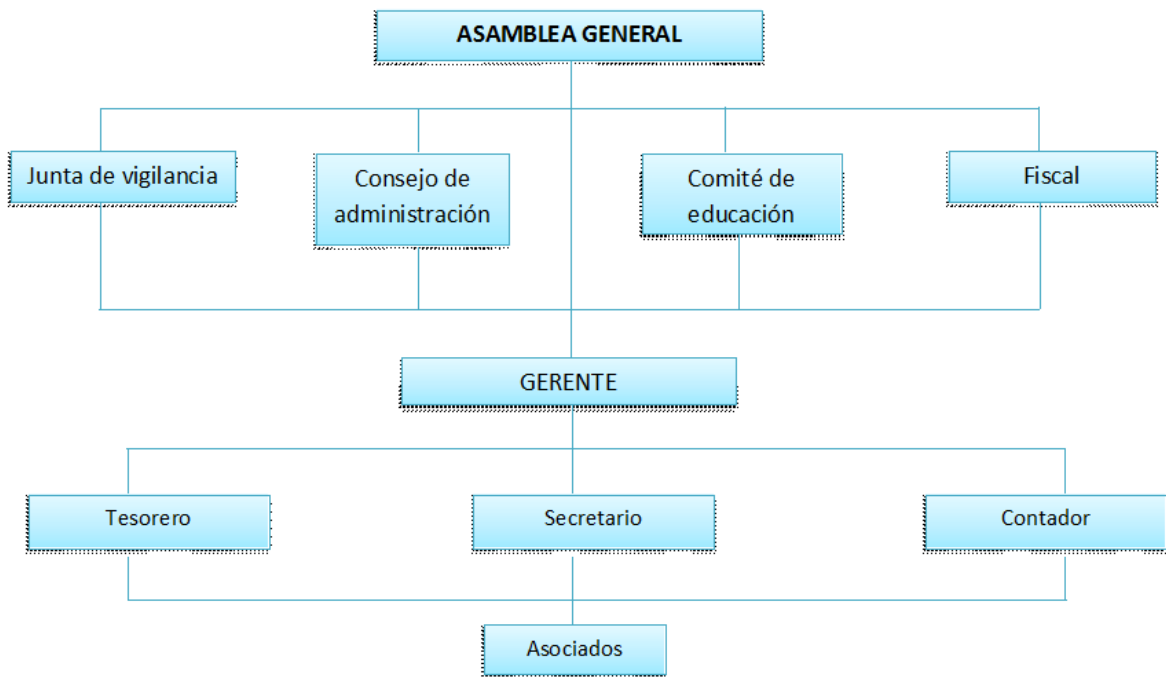
Velar por un ambiente de trabajo tranquilo, colaborativo y motivador.

Realizar todo trabajo con responsabilidad social y ambiental.

Mejoramiento continuo en cada una de las actividades y procesos de la cooperativa

### **Organigrama RECICLAN.**

**Imagen 2.** Organigrama de **RECICLAN**



Fuente: autores del proyecto

## **Manual de funciones**

### **GERENTE GENERAL**

#### PERFIL

Administrador de empresas, Ingeniero industrial o tecnólogo enfocado a las ciencias administrativas.

#### FUNCIONES

Asumir el control sobre el personal de servicio

Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo.

Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica.

Entregar informes mensuales y disposición de nuevas tareas asignadas.

Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.

Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.

Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.

Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día.

Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.

Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan.

## **SECRETARIO**

Es una persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, y llevarle la agenda, redactarle la correspondencia, ordenar y guardar los documentos y realizar otros trabajos de este tipo.

### **PERFIL**

Tecnólogo en ciencias administrativas.

### **FUNCIONES**

Elaborar planes y proyectos para el desarrollo de las actividades económicas y sociales de la Cooperativa.

Recepción de documentos.

Atender llamadas telefónicas.

Atender visitas.

Archivo de documentos.

Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones.

Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.

Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.

Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe.

## **TESORERO**

### **PERFIL**

Auxiliar Contable

### **FUNCIONES**

Recaudar todos los recursos que reciba el Fondo de Empleados de asociados y de terceros  
Desembolsar los pagos

Registrar su firma en las instituciones bancarias con los cuales el Fondo de Empleados tenga cuenta corriente y firmar los cheques conjuntamente con el representante legal.



Llevar el registro individual de aportes, ahorros y cartera de créditos de asociados

Diligenciar diariamente el libro auxiliar de caja

Preparar diariamente el estado de flujo de efectivo e informar al Gerente sobre los excesos de liquidez para la toma de decisiones en materia de colocación.

## **FISCAL**

El fiscal desempeña un papel de especial importancia en cualquier organización, a tal punto de ser una labor eficaz, independiente y objetiva, es importante para la inversión, el ahorro, el crédito y en general facilita el dinamismo y el desarrollo económico. Como órgano de fiscalización, la revisoría está estructurada con el ánimo de dar seguridad a los propietarios de las entidades sobre el sometimiento de la administración a las normas legales y estatutarias, así como acerca de la seguridad y conservación de los activos sociales.

## **PERFIL**

Contador publico

## **FUNCIONES**

Cerciorarse de que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la sociedad se ajustan a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la asamblea general y de la junta directiva.

Dar oportuna cuenta, por escrito, a la asamblea o junta de socios, a la junta directiva o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y en el desarrollo de sus negocios.

Velar por que se lleven regularmente la contabilidad de la sociedad y las actas de las reuniones de la asamblea, de la junta de socios y de la junta directiva, y por qué se conserven debidamente la correspondencia de la sociedad y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.

Inspeccionar asiduamente los bienes de la sociedad y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia a cualquier otro título.

Autorizar con su firma cualquier balance que se haga, con su dictamen o informe correspondiente.

## **JUNTA DE VIGILANCIA**

Tiene a su cargo controlar el funcionamiento de la Cooperativa en lo económico, social y cultural, La Junta de Vigilancia es elegida por la Asamblea General para el período de un (1) año, y está integrada por dos (2) socios hábiles con sus respectivos suplentes.

Cuidar el correcto funcionamiento y la eficiente administración de la Cooperativa.

Vigilar porque los socios cumplan sus obligaciones estatutarias y no violen las normas legales.

La Junta de Vigilancia será responsable del cumplimiento de sus funciones ante la Asamblea General de Socios a la cual rendirá un informe.

Velar porque los actos de los órganos de administración se ajusten a las prescripciones legales, estatutarias y reglamentarias y en especial, a los principios cooperativos.

Informar a los órganos de administración y al Revisor Fiscal sobre las irregularidades que existan en el funcionamiento de la Confederación y presentar recomendaciones sobre las medidas que en su concepto, deben adoptarse.

## **CONTADOR PÚBLICO**

### **PERFIL**

Contador publico

### **FUNCIONES**

Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera

Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios

Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de **RECICLAN** que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación

Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.

Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.

Presentar los informes que requiera la Junta Directiva, el Gerente el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.

Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido

**Manual de procedimientos.**

**Cuadro 1.** Procedimiento para el sistema de quejas, reclamos y sugerencias

<p><b>NOMBRE:</b> Sistema de quejas – reclamos y sugerencias</p> <p><b>OBJETIVO:</b> Diseñar un procedimiento que permita prestar un mejor servicio al cliente con el fin de mantenerlo satisfecho.</p> <p><b>ALCANCE:</b> Este procedimiento aplica para los clientes de la cooperativa (<b>RECICLAN</b>)</p> <p><b>RESPONSABLES:</b> Jefe de Servicio al cliente</p>		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>EVIDENCIA</b>
Recepción de la queja, reclamo o sugerencia del cliente.	Asesor al cliente	Hoja de sugerencias
Se transmite la hoja de sugerencias al secretario.	Asesor al cliente	Planilla de relación de hojas de sugerencias.
Análisis de la hoja de sugerencias, se identifica el problema y se da a conocer al responsable.	Supervisor	Acta de identificación del problema para con el cliente.
Se implementa un plan de mejora para satisfacer al cliente. Tiempo máximo (8 días)	Departamento de servicio al cliente y comercialización	Plan de mejora.
Verificación de satisfacción del cliente. Se hace (12) doce días después de haber recibido la hoja de sugerencia.	Asesor al cliente	Acta de satisfacción al cliente.
Se evalúa los planes de mejora implementados.	Supervisor	Acta de comité del servicio al cliente.

Fuente: autores del proyecto

**Cuadro 2.** Procedimiento para la selección y contratación de personal

<p><b>NOMBRE:</b> Selección y contratación de Recurso Humano</p> <p><b>OBJETIVO:</b> Establecer un mecanismo para la selección y contratación de personal calificado e idóneo a ocupar un cargo para la ejecución de las actividades de la cooperativa.</p> <p><b>ALCANCE:</b> Este procedimiento aplica para la selección de todo personal que laboren en el área administrativa de la COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN) EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA.</p> <p><b>RESPONSABLES:</b> gerente</p>		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	EVIDENCIA
Notificación y justificación de la necesidad de contratar personal de acuerdo a los requerimientos o necesidades de la cooperativa. Se debe anexar el formato del perfil del cargo.	Jefe de Recursos Humanos	Solicitud emitida por el jefe de recursos humanos. Formato de perfil del cargo.
Aprobación o desaprobarción de la solicitud.	Gerencia	Documento aprobado por la gerencia.
Se emiten anuncios informativos radiales y televisivos sobre la vacante para la recepción de hojas de vida.	Secretaria	Planilla de anuncio emitido por la entidad encargada de hacer la publicidad.
Se reciben las hojas de vida.	Secretaria	Planilla de firma de los postulados a la vacante.
Análisis de las hojas de vida para seleccionar los que cumplen con el perfil solicitado.	Jefe de recursos humanos.	Acta de selección de los postulados idóneos para el cargo.
Entrega del acta de selección al secretario para programar la fecha de las entrevistas.	Jefe de recursos humanos	Firma del recibido del acta por el secretario.
Se llaman a las personas seleccionadas y se programa la fecha de entrevista.	Secretaria	Acta de confirmación de citas a la entrevista.
Entrega al Gerente y Jefe de recursos humanos, del acta de confirmación de citas a la entrevista de los postulados seleccionados.	Secretaria	Firma del recibido del acta por el Gerente y el Jefe de recursos humanos.
Realización de la entrevista a los postulados para la selección de la persona que ocupará el cargo.	Jefe de recursos humanos	Planilla de asistencia de los postulados a la entrevista.


(Continuación)


Elaboración del contrato, se estipula la fecha de iniciación de trabajo y finalización del mismo.	Secretaria	Contrato de trabajo.
Firma y cierre del contrato	Jefe de recursos humanos	Contrato firmado por la persona y el Jefe de recursos humanos.
<b>ELABORÓ:</b> _____	<b>REVISÓ:</b> _____	<b>APROBÓ:</b> _____


Fuente: autores del proyecto


## MANUALES DE PROCEDIMIENTOS


### Símbolos


Operación.  Una secuencia de actividades o eventos que ocurren en una máquina o en una estación de trabajo, durante lo cual se alteran intencionalmente una o varias características de un objeto.

Transporte.  Los movimientos de un objeto de un lugar a otro, excluyendo el movimiento que es una parte integral de una operación o inspección. Por consiguiente, las transportaciones ordinariamente se efectúan entre operaciones, inspecciones, retrasos y almacenamientos.

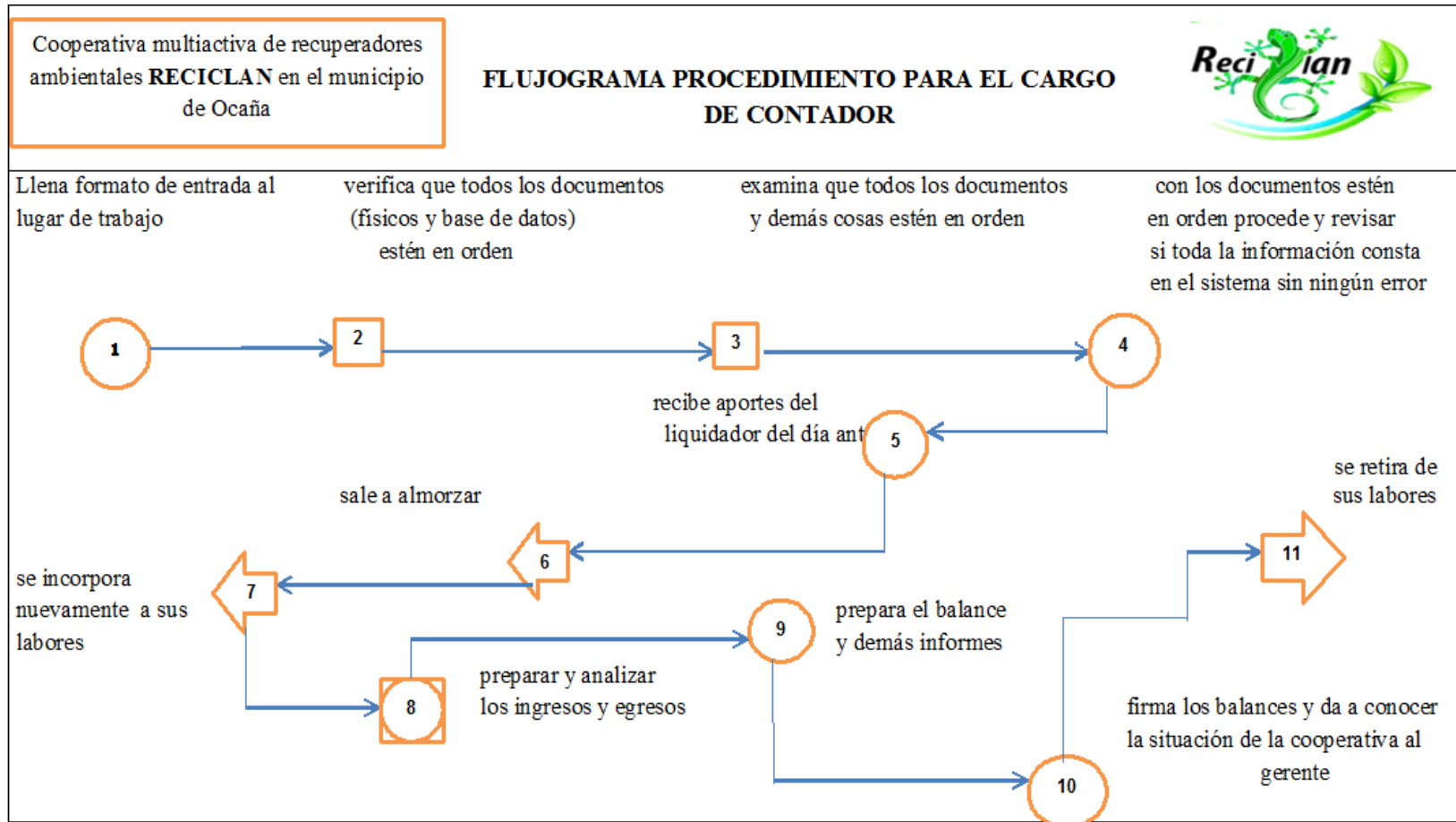
Inspección.  La comparación de una característica de un objeto con respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera.  Ocurre un retraso cuando al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato

Almacenaje.  La retención de un objeto en un estado y lugar, en donde para moverlo se requiere de una autorización.

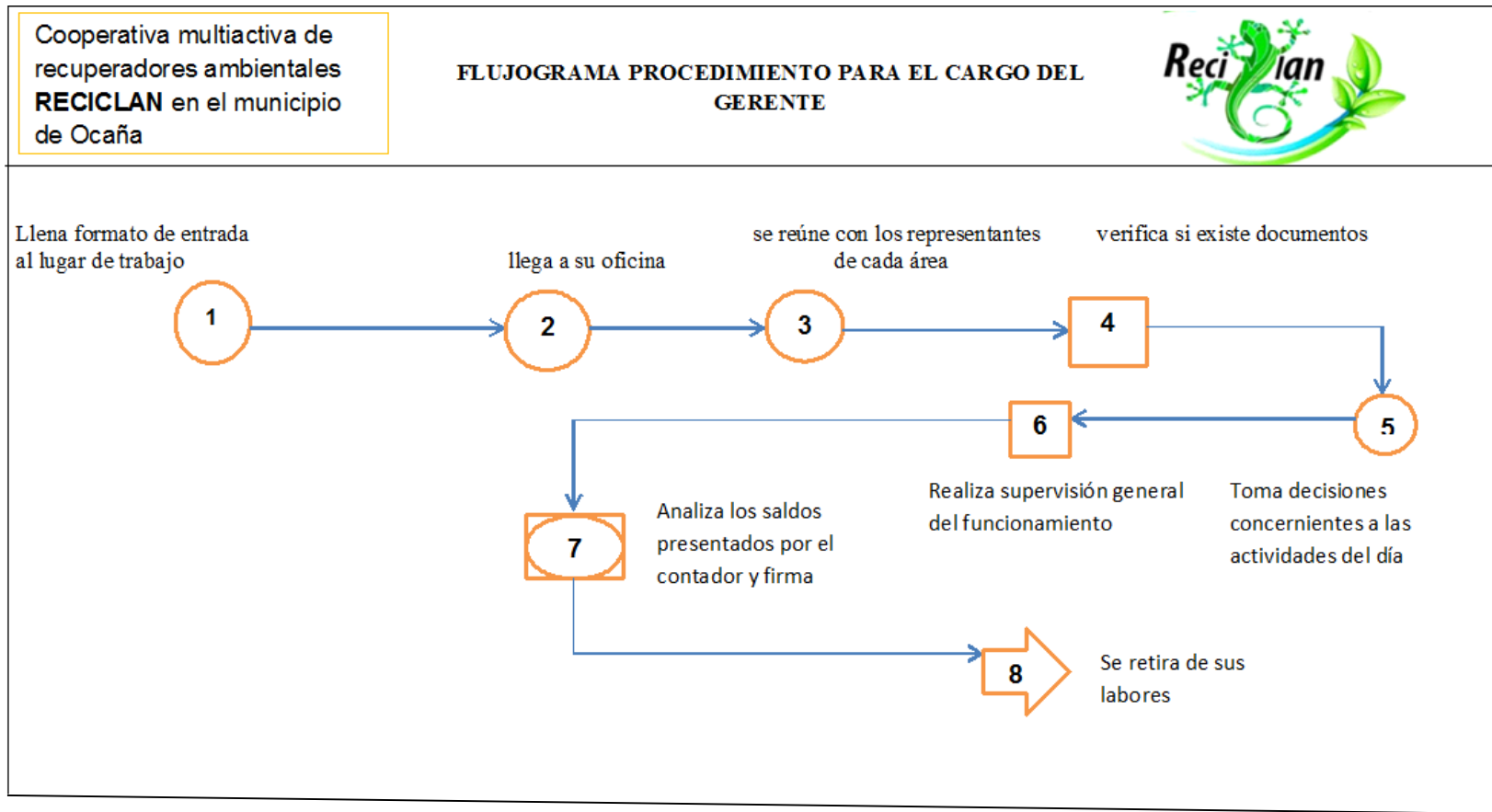
Combinación.  Se lleva a cabo cuando se realizan al mismo tiempo las actividades de inspección y operación.

Flujograma de procedimiento para el cargo de Contador



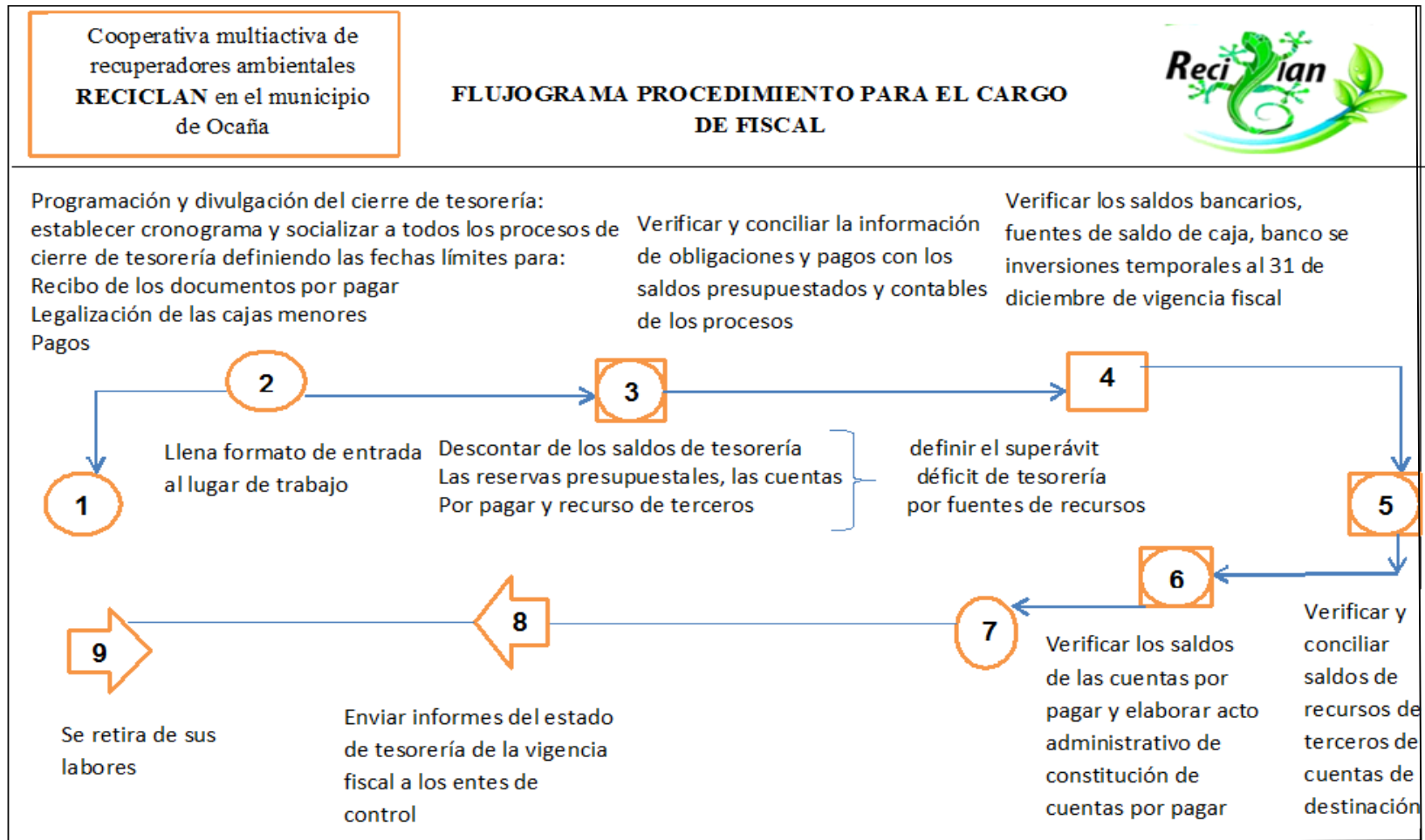
Fuente: Autores del proyecto

Flujograma de procedimiento para el cargo de Gerente



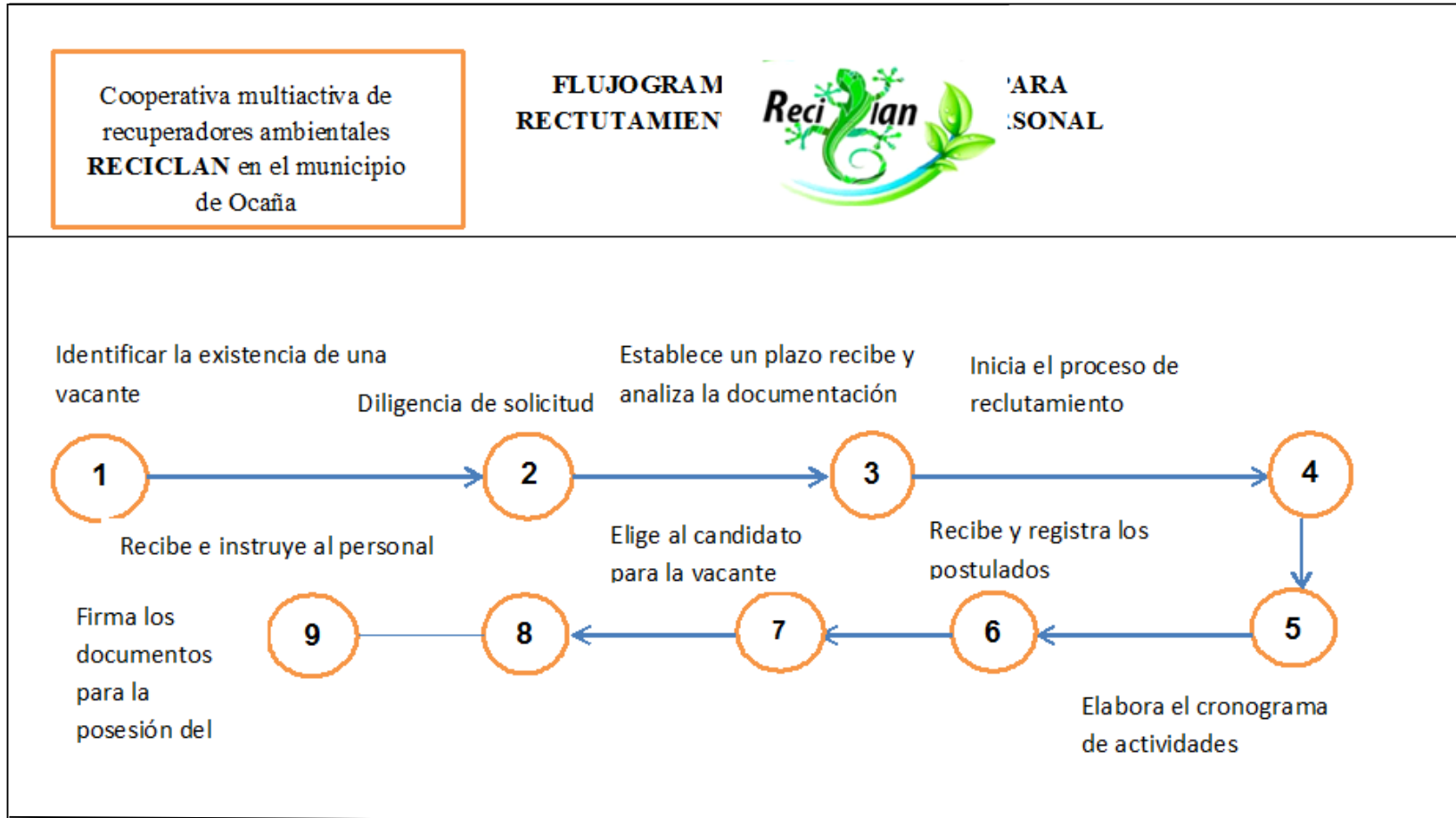
Fuente: Autores del proyecto

Flujograma de procedimiento para el cargo de Fiscal



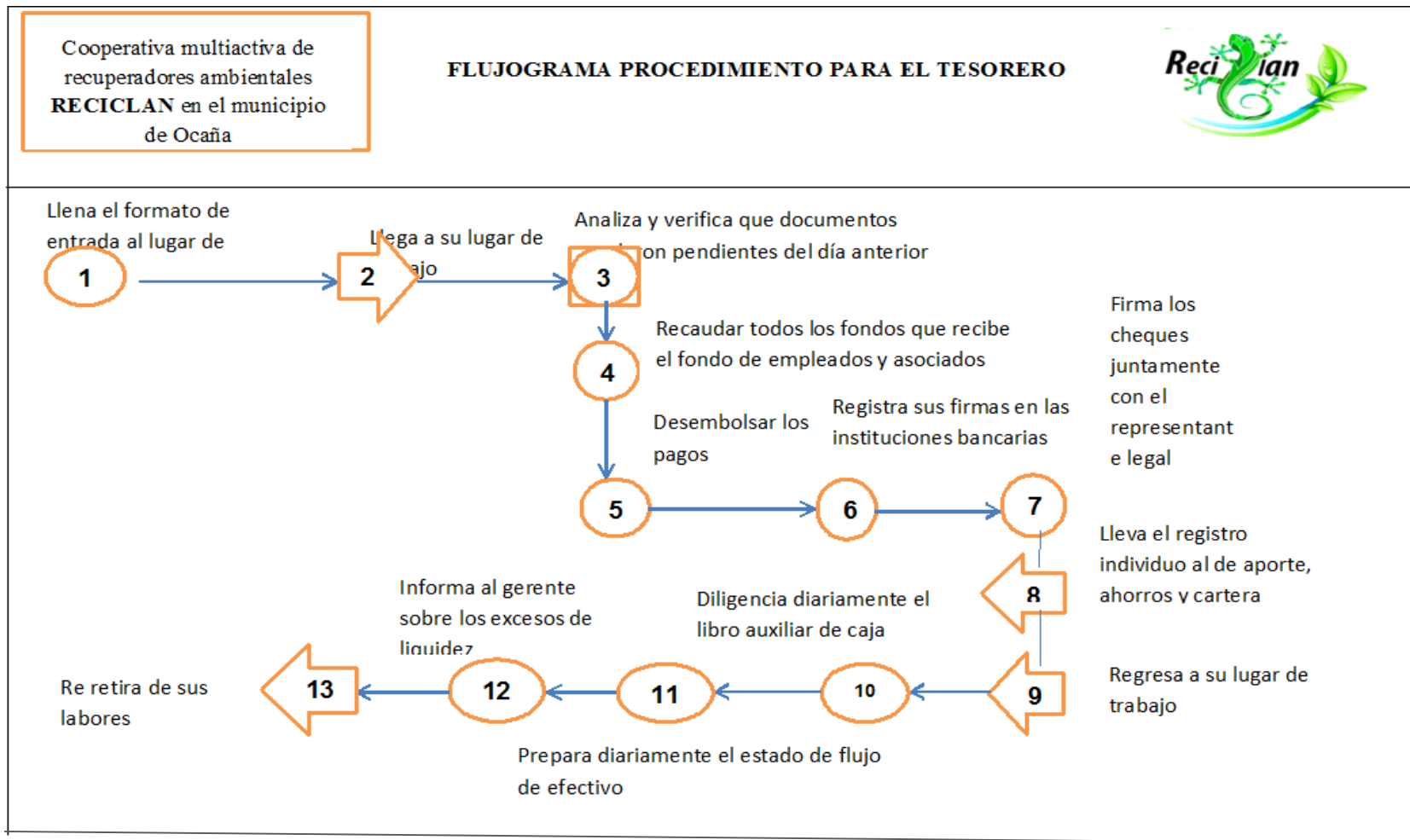


Flujograma de procedimiento para el reclutamiento y selección de personal

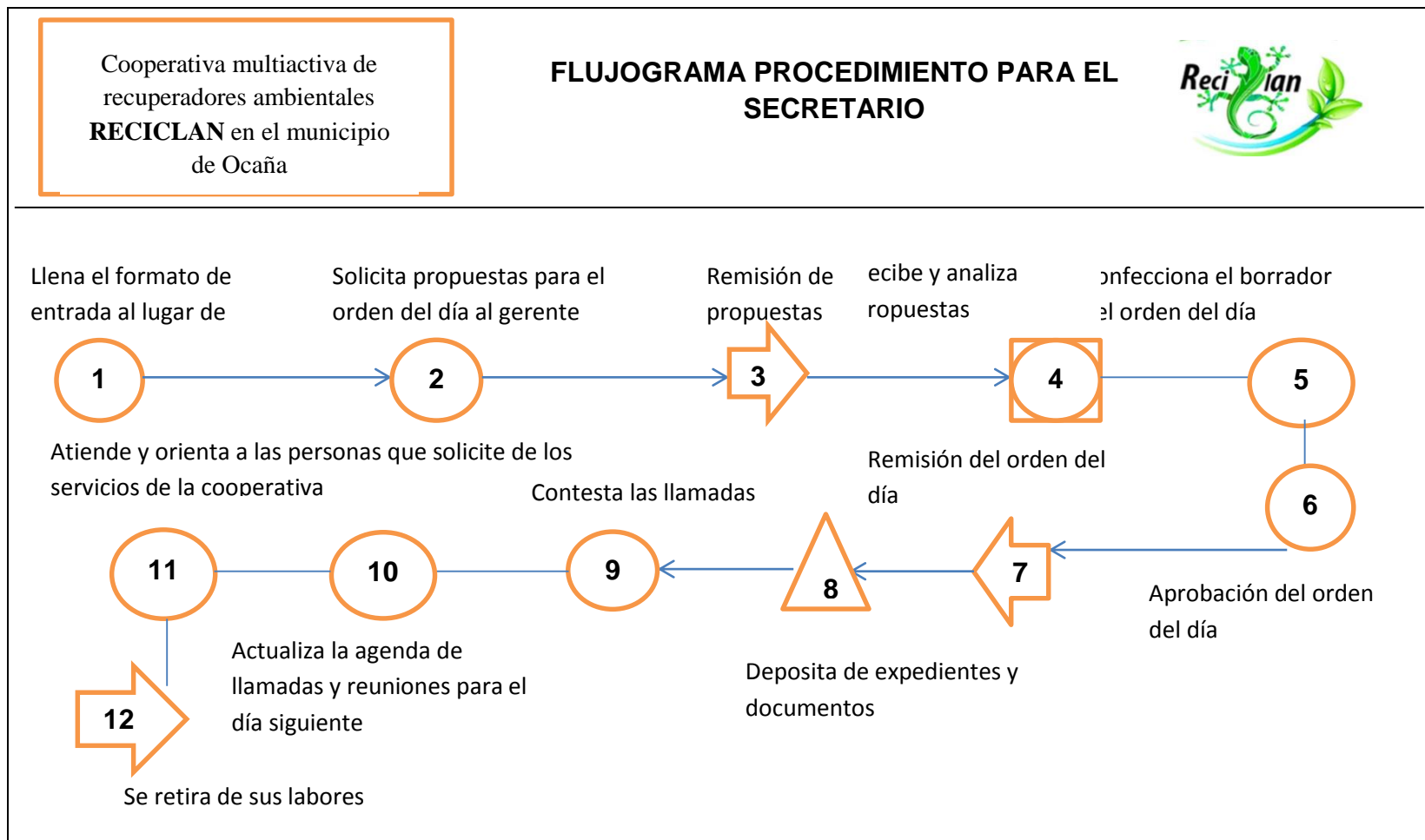


Fuente: autores del proyecto

Flujograma de procedimiento para el cargo de Tesorero



Flujograma de procedimiento para el cargo de Secretario



Fuente: Autores del proyecto



## **PARA LA COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN)**

### **Introducción**

Los códigos de ética, tal como se conocen en el mundo de las empresas, son sistemas de reglas establecidos con el propósito general de guiar el comportamiento y compromiso de los integrantes de las organizaciones, el código de ética está ligado con el marco corporativo de RECICLAN, Éste define la conducta esperada de los empleados en diversas situaciones, pautando sus acciones en la integridad y moral.

Todo el personal estará guiado por este código de ética ya que asegura un desarrollo sostenible basado en resultados económicos, gestión medioambiental y responsabilidad social. Todo el recurso humano de esta entidad se comprometerá, a ser sinceros con cada relación y comunicación con los demás. La transparencia y la honestidad serán los principios que nos guíen en la comunicación de todas nuestras actividades tanto internas como externas.

### **OBJETIVO**

Establecer normas de conducta y acciones en un marco de referencia general, oriente a todo el personal de RECICLAN, sin importar el puesto que se ocupe, con el propósito de generar una cultura de respeto así la cooperativa y a todo el personas que hacen parte de ella y que incrasen como clientes, proveedores y asociados, basada en principios, valores y compromisos éticos, los cuales los identificara.

### **ESTILO DE DIRECCIÓN**

El estilo de dirección que adopta el gerente será Democrático: el gerente debe mantener un equilibrio entre autoridad (dando orientaciones y marcando pautas) y la libertad de los empleados, que participan en la toma de decisiones, y se distinguirá por motivar día a día al personal, contribuyendo a una comunicación eficiente que permita guiar y orientar cada proceso en esta cooperativa

## VALORES ÉTICOS

Son un conjunto de normas establecidas que nos ayuda a actuar de manera responsable frente a diversas situaciones, para esta asociación tendremos en cuenta los valores éticos personales y los valores éticos públicos, los cuales se definen de la siguiente forma:

### **Valores éticos personales:**

**Autenticidad:** para los trabajadores de RECICLAN, Ser auténtico es ser uno mismo y saber que a la hora de la verdad es lo que nos hace realmente libres. No puede existir libertad sin autenticidad con nosotros mismos. La autenticidad es un privilegio, que cada empleado debe tener.

**Creatividad:** La **creatividad**, denominada también pensamiento original, todos el personal debe tener un pensamiento creativo, imaginación constructiva, es la capacidad de crear, de innovar, de generar nuevas ideas o conceptos, los cuales ayuden a la cooperativa al reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

**Felicidad:** cada empleado debe realizar sus labores con sentido de pertenencia, mostrando amor por la labor desempeñada.

**Profesionalidad:** todas las actividades realizadas en esta cooperativa deben hacerse correctamente como las políticas de la empresa lo exigen, realizando un trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia, o del trabajo así desempeñado.

**Valores Éticos Públicos: son los valores establecidos en la sociedad para la sana convivencia entre las personas.**

**Solidaridad:** Generalmente el bien común va planteando nuevas necesidades, consecuentemente la labor no termina, pero se crea un ciclo en el cual se va haciendo cada vez más efectiva la ayuda y participación de todos. En resumidas cuentas, para vivir la Solidaridad se requiere pensar en los demás como si fuera otro yo, pues no vivimos aislados y nuestros conciudadanos esperan que alguien se preocupe por el bienestar y seguridad de todos, tal vez de alguien como nosotros, como líderes emprendedores.

### **Igualdad:**

Dar a conocer metodologías de trabajo para que incorporen la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres a través de medidas y planes de igualdad.

Apoyar a las empresas y otras entidades en el proceso de elaboración y desarrollo de medidas y planes de igualdad.

Promover en las empresas una cultura basada en la igualdad de oportunidades y de trato como un elemento de calidad y como un valor estratégico de progreso.

**Respeto a las personas:** RECICLAN, rechaza cualquier manifestación de acoso físico, psicológico, moral o de abuso de autoridad, así como cualquier otra conducta que pueda generar un entorno intimidatorio u ofensivo con los derechos de las personas.

**Compromiso:** Actuación ética e integridad es deber de todos los empleados. la parte administrativa de RECICLAN debe declarar su compromiso y el compromiso de toda la compañía con la ética e integridad, no colaborando con la corrupción o con cualquier otro acto contrario a la ley o las políticas de la empresa.

## **DERECHOS Y DEBERES.**

Todos los derechos de la persona trabajadora, son obligaciones para la empresa y viceversa.

Los derechos y deberes más importantes del **trabajador/a** son los que se detallan a continuación:

### **Derechos del trabajador/a:**

A la ocupación efectiva durante la jornada de trabajo.

A la promoción y formación en el trabajo (ascensos, cursos de formación y adaptación, etc.)

A no ser discriminados/as para acceder a un puesto de trabajo.

A la integridad física y a la intimidad.

A percibir puntualmente la remuneración pactada.

A las vacaciones.

Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

### **Deberes del trabajador/a:**

Cumplir las obligaciones concretas del puesto de trabajo conforme a los principios de la buena fe y diligencia.

Cumplir las medidas de seguridad e higiene que se adopten.

Cumplir las órdenes e instrucciones de la empresa en el ejercicio de su función directiva.

No realizar el mismo trabajo para otra empresa que desarrolle la misma actividad.

Contribuir a mejorar la productividad.

Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

## **Respeto Mutuo y Sinceridad**

Todas las relaciones entre Gerentes y Empleados de cualquier nivel, deben estar marcadas por el respeto mutuo, la sinceridad, la honestidad y el espíritu de confianza y cooperación. Debemos ofrecer y buscar las opiniones y nos comunicaremos de forma sincera entre todos. Estamos comprometidos con el debate limpio y abierto y con la diversidad de opiniones. Motivamos a nuestros colegas para que expresen sus ideas y preocupaciones siempre que lo estimen oportuno.

El ambiente de trabajo debe ser de respeto y orden, cohibiéndose actos como; El asedio sexual o moral y discriminaciones en cuanto a la raza, color, religión, orientación sexual, status social, nacionalidad, edad o cualquier tipo de incapacidad mental o física.

Los empleados y terceros que actúen en nombre de la compañía deben repudiar todas las acciones que puedan considerarse como anticompetitivas, o contrarias a las leyes, valores y principios de la cooperativa.

## **Confidencialidad de las informaciones**

Debe ser mantenida la confidencialidad de las informaciones de la empresa y de sus empleados. Solamente las personas autorizadas pueden recibirla.

Los recursos de la empresa no deben ser utilizados para otros fines sino para lo cual fue definido por la empresa.

**Responsabilidad Social, no tendremos personal** en condiciones de trabajo deshumanas.

La asociación de RECICLAN, tienen una actitud responsable hacia el medio ambiente y el cumplimiento de normas asociadas. Para esto educa a sus colaboradores sobre el cuidado del medio y mantiene informados a sus clientes, visitas, proveedores y la comunidad en general sobre sus actividades y la manipulación de los productos que oferta, así como la correcta disposición final de los mismos.

RECICLAN, busca promover un clima laboral de respeto y buenas relaciones. Es por este motivo que está prohibido que los jefes se dirijan a los trabajadores utilizando apodosos ofensivos, señas que no demuestren consideración hacia el personal, deberán siempre referirse a las personas por su nombre y no podrán utilizar apodosos o formas de comunicación que no sean respetuosas.

**Nuestra empresa le da alta prioridad a:**

Cumplir con las leyes y regulaciones laborales

Respetar y propiciar el respeto absoluto por las diferencias y opiniones de los demás, con la consecuente prohibición de todo tipo de acoso y discriminación

Salvaguardar nuestra gente y las instalaciones a través de equipos, dispositivos, sistemas y procedimientos de seguridad, Proteger el medio ambiente y la salud ocupacional del personal, Definir, comunicar y hacer cumplir las políticas y reglamentos internos.

Se establece para el personal que hace parte de **RECICLAN**:

Apagar las computadoras al salir de su jornada laboral, no los dejes encendidos ni en hibernación.

Utiliza ambas caras del papel, tanto al imprimir como para anotar en el mismo. Tras su uso por qué no almacenarlos y llevarlos a área de producción de RECICLAN.

Evita el consumo de agua embotellada. Usa un contenedor reutilizable o toma del grifo.

Apaga las luces que no necesitas.

No utilices una guía telefónica de papel, usa un directorio en línea en tu computadora.

No derrochar artículos desechables como: servilletas, pañuelos, papel higiénico, etc...

Disminuir la cantidad de impresiones. En vez de apretar el botón de “imprimir” automáticamente, piense en si necesario tener esa información en una hoja de papel. Asimismo, se pueden utilizar otros medios alternativos como el correo electrónico o los SMS para enviar un mensaje o también se puede guardar la información en la memoria del computador; si se desea almacenar.

Utilizar lo menos posible los ambientadores; ya que éstos no eliminan los malos olores sino que desprenden otros más fuertes que nos impiden detectar los anteriores.

Al comprar productos de limpieza, es importante leer las etiquetas de los productos para poder elegir aquellos que sean biodegradables.

Asegurarse de no usar plásticos que sean PVC (Productos de Cloruro de Polivinilo); porque contaminan el ambiente durante todo su ciclo de vida. Incluso, cuando están siendo usados artículos elaborados con PVC se pueden desprender de ellos químicos tóxicos. Entre los productos que contienen PVC están: Los pisos, el mobiliario, el plástico para envolver, los marcos de las ventanas y otros materiales de construcción.

Para evitar el desperdicio de luz, ubiquemos los escritorios junto a las ventanas

Desarrollo profesional e igualdad de oportunidades



Cooperación y dedicación de todo el personal de RECICLAN.

### **Cuidado del medio ambiente.**

RECICLAN, tienen una actitud responsable hacia el medio ambiente y el cumplimiento de normas asociadas. Para esto educa a sus colaboradores sobre el cuidado del medio ambiente y mantiene informados a sus clientes, visitas, proveedores y la comunidad en general sobre sus actividades y la manipulación de los productos que oferta, así como la correcta disposición final de los mismos.

### **Faltas al Código de Ética.**

La observancia de este código es estrictamente obligatoria.

Los Jefes de la Empresa, en cualquier nivel, serán ejemplo intachable de su cumplimiento, de difundirlo constantemente y de tomar las medidas disciplinarias que correspondan cuando alguno de sus Colaboradores lo incumpla.

RECICLAN es también responsable por averiguar los casos de violación de las normas éticas.

A tomar conocimiento de actos que sean contrarios a este Código de Ética, el trabajador deberá informar inmediatamente al gerente de la empresa.

El trabajador que, habiendo tomado conocimiento de alguna transgresión, no informando, será considerado cómplice del infractor.

Podrán ser utilizados todos los canales de comunicación disponibles para la comunicación de transgresiones: e-mail, teléfono y correspondencia.

Las penalidades aplicables al descumplimiento de este Código de Ética serán definidas de acuerdo con la gravedad de la ocurrencia, pudiendo envolver advertencia, suspensión, anulación contractual por justa causa.

### **4.3 ESTRATEGIAS DE SALUD, HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL GARANTIZANDO LA SALUD FÍSICA Y MENTAL DEL RECURSO HUMANO.**

RECICLAN, es una cooperativa nueva en el municipio de Ocaña norte de Santander, donde su actividad se basa en la recolección de basuras, hasta el momento esta entidad realiza dicha labor empíricamente ya que no cuenta con un lugar de almacenamiento apropiado para la recolección y a su vez no cuentan con los implementos necesarios para su protección, en el momento los recuperadores realizan dicha labor reciclando en la mañana y venden en la tarde porque anteriormente estas personas recolectaban la materia prima en casas, la cual

perjudicaba la salud de la comunidad, y el embellecimiento de los barrios, y a su vez esta labor no es reconocida en nuestro municipio porque estas personas no están organizadas. Debido a este problema se optó por realizar el marco corporativo, y plantear estrategias de seguridad y salud en el trabajo y marketing mix.

Toda empresa debe contar con un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional, que permita el control de la seguridad de sus procesos y la protección de la salud de sus trabajadores; logrando un mayor respaldo para la empresa y contribuyendo a un mejor desempeño y mayores beneficios, La implementación y funcionamiento del programa dependerá de una correcta Planificación del mismo, un monitoreo permanente.

**4.3.1 objetivo 1. Identificar los factores y condiciones de riesgo a los que se ven expuestos los trabajadores, estableciendo las causas potenciales y reales que los generan, y formulando medidas de control de las mismas, para prevenir la ocurrencia o recurrencia de accidentes de trabajo y enfermedades laborales; es un objetivo de este proyecto el mantener un ambiente laboral seguro, mediante el control de las causas que pueden provocar daño a la integridad física del trabajador, y el medio ambiente.**

**Estrategia 1.** Establecer los adecuados elementos de (EPP) Programa de Elementos de Protección Personal. Esta es una entidad que realiza una actividad de muchos cuidados los cuales al no tener sus respectivos EPP, pueden perjudicar la salud de los empleados en la realización de dicha actividad por tal razón se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones para esta estrategia.

Proporcionar al trabajador una guía para el correcto uso y aplicación de los elementos de protección personal; La selección de los elementos se realizará luego de hacer visitas de inspección a las áreas de trabajo, evaluando el riesgo presente en cada actividad, Dentro del período de inducción, el personal nuevo recibirá entrenamiento sobre los Elementos de Protección Personal (EPP) que deben usar en sus áreas de trabajo. Así mismo, en cada una de las áreas se debe incluir dentro del programa anual de capacitación, las necesidades específicas de entrenamiento o actualización en materia de EPP, identificadas a través de las auditorías, las investigaciones de accidentes, etc. Todos los trabajadores deben participar activamente en estas jornadas de entrenamiento y se deben conservar registros de su asistencia a estas actividades. Quienes entreguen los elementos de protección personal deben brindar información básica al trabajador acerca del funcionamiento, ajuste y limitaciones de cada uno de los EPP entregados.

**Guía de EPP:** Contiene, para cada una de las áreas/cargos los riesgos a los que están expuestos y los Elementos de Protección Personal (EPP), y observaciones (si son requeridas) acerca del elemento.

**Elementos de protección personal (EPP).** Los Elementos de Protección Personal tienen como función principal proteger diferentes partes del cuerpo, para evitar que un trabajador tenga contacto directo con factores de riesgo que le pueden ocasionar una lesión o enfermedad.

Los Elementos de Protección Personal no evitan el accidente o el contacto con elementos agresivos pero ayudan a que la lesión sea menos grave<sup>48</sup>.

Algunos de los principales Elementos de Protección Personal se presentan a continuación:

#### PARA LA CABEZA

Casco de seguridad: Cuando se exponga a riesgos eléctricos y golpes

Gorro o cofia: Cuando se exponga a humedad o a bacterias

#### PARA LOS OJOS Y LA CARA

Gafas de seguridad: Cuando se exponga a proyección de partículas en oficios como carpintería o talla de madera.

Monogafas de seguridad: Cuando tenga exposición a salpicaduras de productos químicos o ante la presencia de gases , vapores y humos.

Careta de seguridad: Utilízela en trabajos que requieran la protección de la cara completa como el uso de pulidora, sierra circular o cuando se manejen químicos en grandes cantidades

Careta o gafas para soldadura con filtro ocular: Para protección contra chispas, partículas en proyección y radiaciones del proceso de soldadura.

#### PARA EL APARATO RESPIRATORIO

Mascarilla desechable: Cuando esté en ambientes donde hay partículas suspendidas en el aire tales como el polvo de algodón o cemento y otras partículas derivadas del pulido de piezas

Respirador purificante (con material filtrante o cartuchos): Cuando en su ambiente tenga gases, vapores, humos y neblinas. Solicite cambio de filtro cuando sienta olores penetrantes de gases y vapores

Respiradores auto contenidos: Cuando exista peligro inminente para la vida por falta de oxígeno, como en la limpieza de tanques o el manejo de emergencias por derrames químicos.

#### PARA LOS OÍDOS

Pre moldeado: Disminuyen 27 dB aproximadamente. Permiten ajuste seguro al canal auditivo

Moldeados: Disminuyen 33 dB aproximadamente. Son hechos sobre medida de acuerdo con la forma de su oído

Tipo Copa u Orejeras: Atenúan el ruido 33 dB aproximadamente. Cubren la totalidad de la oreja.

---

<sup>48</sup> ARL SURA. Elementos de protección personal. Colombia. [en línea] (s.l) [citado el 14 de abril de 2015] disponible en: <http://www.arlsura.com/index.php/component/content/article/75-centro-de-documentacion-anterior/equipos-de-proteccion-individual-/1194--sp-3393>. P. 1

## PARA LA MANOS

Guantes de plástico desechables: Protegen contra irritantes suaves

Guantes de material de aluminio: Se utilizan para manipular objetos calientes

Guantes dieléctricos: Aíslan al trabajador de contactos con energías peligrosas

Guantes resistentes a productos químicos: Protegen las manos contra corrosivos, ácidos, aceites y solventes. Existen de diferentes materiales: PVC, Neopreno, Nitrilo, Butyl, Polivinil.

## PARA LOS PIES

Botas plásticas: Cuando trabaja con químicos

Botas de seguridad con puntera de acero: Cuando manipule cargas y cuando esté en contacto con objetos corto punzantes

Zapatos con suela antideslizante: Cuando este expuesto a humedad en actividades de aseo

Botas de seguridad dieléctricas: Cuando esté cerca de cables o conexiones eléctricas

## PARA TRABAJO EN ALTURAS

Para realizar trabajos a una altura mayor de 1.8 metros sobre el nivel del piso use arnés de seguridad completo:

Casco con barbuquejo

Mosquetones y eslingas

Línea de vida

Antes de realizar algún trabajo en altura, todos los Elementos de Protección Personal deben ser inspeccionados. Cada equipo deberá tener una hoja de vida en la cual se registren los datos de cada inspección. Bajo ninguna circunstancia debe permitirse el uso de algún equipo defectuoso, éste deberá ser retirado inmediatamente.

Las personas que van a realizar trabajo en altura deben recibir entrenamiento sobre el uso y mantenimiento sobre el equipo de protección personal.

Para su buen mantenimiento, lávelos periódicamente en una solución jabonosa, déjelos secar al aire libre (lejos de los rayos solares), guárdelos en su respectivo estuche o bolsa, no los almacene cerca de superficies calientes y pida cambio cuando se percate de algún deterioro.

**Seguimiento y Control. Supervisión.** Con el fin de que el programa de EPP funcione adecuadamente, es necesario que los Jefes de área estén capacitados sobre la selección y manejo de EPP con el fin de multiplicar dicha información y hacer seguimiento al mismo.

Los profesionales del Área de Salud Ocupacional realizarán el seguimiento al cumplimiento de esta guía utilizando el formato INSPECCION DE ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL – EPP, para asegurar que todas las personas que trabajan en **RECICLAN** hagan uso efectivo de los elementos de protección personal.

**Revisión.** El programa de EPP será revisado y actualizado cada año o cada vez que se implemente un nuevo taller o proceso, con el fin de verificar que los elementos de protección establecidos sean apropiados y se ajusten a las normas técnicas de calidad. Esta revisión la realizará la ARL en conjunto con Salud Ocupacional a su vez se programan inspecciones bimensuales de seguimiento para evaluar su correcto uso.

**Cuadro 3.** Inspección de elementos de protección personal

INSPECCION USO DE ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL												
RESPONSA BLE												FECH A
NOMBRE DEL TRABAJAD OR	CAR GO	ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL										OBSERVACI ONES
		G A	C	G U	B S	CH S	T O	T B	I M	D T	OTR O	

Fuentes: autores del proyecto

**DEFINICIONES**

GA	Gafas	CHA	Chaleco antibalas
C	Casco	TO	Tapa oídos
CU	Guantes	TB	Tapa boca
BS	Botas de seguridad	IM	Impermeable
CHS	Chaleco refractivo	DT	Dotación

**Estrategia 2.** Identificación de peligros, evaluación de riesgos y determinación de controles.

RECICLAN debe tener mucho cuidado al almacenar la materia prima en bodega, ya que esto trae muchos riesgos de contraer enfermedades o caídas por su mal ubicación, Primero se debe designar un supervisor para que realice la identificación del riesgo y determine los controles necesarios

**Identificación de peligros.** Una vez definidas los cargos se procede a identificar los peligros que se generan en la ejecución de cada actividad, teniendo en cuenta las condiciones del sitio de trabajo En el cual se realizan, la periodicidad (rutinarias/no rutinarias o en situación de Emergencia), Esta identificación se realiza principalmente a través de:

- Revisión de los procedimientos para ejecución de las actividades
- Observación de las actividades en su desarrollo cotidiano

Entrevistas con los colaboradores  
 Historial de incidentes/accidentes en la empresa

#### Cuadro 4. Determinación del nivel de riesgo

Nivel de Riesgo	Escala de valoración	Significado
Riesgo tolerable	Menos de 40	No se necesita mejorar las medidas de control pero deben considerarse soluciones o mejoras de bajo costo y se deben hacer comprobaciones periódicas para asegurar que el riesgo aún es tolerable.
Riesgo moderado	Entre 40 y 120	Corregir y adoptar medidas de control. Se deben hacer esfuerzos por reducir el riesgo determinando las inversiones precisas. Las medidas para reducir el riesgo deben implementarse en un periodo determinado. Cuando el riesgo moderado está asociado con consecuencias <b>extremadamente dañinas</b> , se necesita una acción posterior para establecer, con más precisión, la probabilidad de daño como base para determinar la necesidad de mejora de las medidas de control.
Riesgo importante	Entre 120 y 500	Este es un riesgo en el que se deben establecer estándares de seguridad o listas de verificación para asegurarse que el riesgo está bajo control antes de iniciar cualquier tarea. Si la tarea o la labor ya se ha iniciado, el control o reducción del riesgo debe hacerse cuanto antes.
Riesgo crítico	Mayor a 500	Si no es posible controlar este riesgo debe suspenderse cualquier operación o debe prohibirse su iniciación.

Fuente: Norma técnica de salud ocupacional

**Control del riesgo.** Definidas las prioridades para implementar los controles, se procede a establecer las medidas de control operacional en cada caso, de manera que se reduzcan o eliminen las fuentes generadoras de peligro para la salud y seguridad de los trabajadores; éstas medidas pueden considerar tres tipos de controles principalmente:

**Controles en la fuente:** son medidas que buscan trabajar en la fuente que genera el peligro y eliminarlo como: modificaciones al diseño físico, eliminación de la tarea peligrosa, cambio de las materias primas peligrosas, etc.

**Controles en el medio:** son medidas que se establecen en el entorno laboral del Trabajador. Pueden ser controles técnicos o de ingeniería como: instalación de barreras ventilación, aislamientos en máquinas, rotación del trabajador, mantenimientos, o controles administrativos como: descansos o pausas, capacitación, procedimientos de trabajo seguro, señalización

**Controles en el individuo:** son las medidas que se implementan directamente en las Personas expuestas al peligro como: elementos de protección visual, auditiva, Respiratoria, para la cara, manos.

Para esta estrategia se aconseja que la cooperativa realice el mapa de riesgo.

## ELABORACIÓN DEL MAPA DE RIESGOS.<sup>49</sup>

Para la correcta elaboración del mapa de factores de riesgo se deben seguir los siguientes pasos básicos, adoptándolos de manera correcta y adecuándolos a cada una de las necesidades y/o exigencias propias de la empresa.

Se elabora un plano para cada una de las instalaciones en cuestión, oficinas, área de almacenamiento, planta de producción etc.

Se deben ubicar los puestos de trabajo, maquinarias, zonas de circulación y demás elementos representativos del espacio.

La obtención de la información de los riesgos, se realiza mediante inspección directa recorriendo y analizando detalladamente todas las áreas objeto, además teniendo en cuenta que son los trabajadores la razón de ser de los programas de prevención y son ellos quienes conocen mejor los riesgos ante los cuales se encuentran expuestos, se hace necesaria la conformación de un equipo que facilite el intercambio de información, una manera apropiada es hacerlo mediante entrevistas y dialogo con el personal de las diferentes áreas.

Se asigna un símbolo con imágenes, colores o números que representen cada uno de los factores de riesgo hallados en el estudio, de manera que permitan una interpretación sencilla e intuitiva.

Por último se ubican los símbolos en los planos, correspondiendo con los espacios físicos de las instalaciones para las cuales se encontraron y ubicaron los diferentes factores de riesgo.

**Estrategia 3. Inspecciones de seguridad.** Las inspecciones son observaciones sistemáticas para identificar los peligros, riesgos o condiciones inseguras en el lugar de trabajo que de otro modo podrían pasarse por alto, y de ser así es muy probable que suframos un accidente, por tanto podemos decir que las Inspecciones nos ayudan a evitar accidentes

La cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales (RECICLAN), debe tener en cuenta las siguientes inspecciones:

Inspección antes de Iniciar un Trabajo.  
Inspección Periódica (Por ejemplo Semanal, Mensual, etc.)  
Inspección General.  
Inspección previa al uso del Equipo.  
Inspección luego de una Emergencia. Etc.

Los beneficios que pueden traer estas Inspecciones a **RECICLAN** son:

---

<sup>49</sup> Mejía Quijano Rubí Consuelo, Administración de Riesgos Un Enfoque Empresarial.

Identificar peligros potenciales.  
Detectar y corregir a tiempo las condiciones o actos inseguros.  
Determinar cuándo el equipo o herramienta presentan daños.  
Prevenir lesiones / enfermedades al personal (empleados, contratistas, visitantes, etc.)  
Prevenir daños, pérdidas de bienes y/o la interrupción de las actividades de la empresa.  
Después de realizar las inspecciones la cooperativa debe;  
Registrar las fuentes de lesiones / daños  
Establecer las medidas correctivas  
Ser proactivos gerenciando seguridad: Prevención.  
Evaluar la efectividad de las prácticas y controles actuales (auditorías de cumplimiento).

### **Pasos que debe tener en cuenta RECICLAN, para la realización de las inspecciones:**

Planificación  
Ejecución (Identificación de desviaciones)  
Revisión, asignación de prioridad y acción con respecto a los resultados.  
Informe (reportar la situación actual y los progresos)  
Re-inspección (responsabilidad e implementación)  
Retroalimentación y seguimiento  
Conocimiento (procesos, equipos, reglamentos, estándares y procedimientos, etc).  
Objetividad (buscar no sólo fallas, dar también una retroalimentación positiva).  
Establecer el equipo de inspectores (gerencia, supervisión y trabajadores). Definir el Líder y secretario del equipo.

**Estrategia 4. Señalización de seguridad.** La cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales **RECICLAN**, debe tener bien estructurada su señalización tanto externamente (bodega y transformación de la materia prima) e internamente (parte administrativa).

Existen variedad de señalización mencionaremos algunas:

#### SEÑALES PREVENTIVAS<sup>50</sup>



Estas señales son utilizadas para indicar situaciones riesgosas, que tienen altas probabilidades de muerte y/o lesiones serias.



Estas señales son utilizadas para indicar situaciones riesgosas, con alguna probabilidad de muerte y/o lesiones serias.

---

<sup>50</sup> Ramiro Lenés Mejía, blog de señalizaciones actualizado el 9de agosto del 2014/ disponible en, <http://seguridad-saludeneltrabajo.blogspot.com>



(Continuación)



Estas señales son utilizadas para indicar situaciones riesgosas, que podrían en daños menores o moderados.

### SEÑALES DE EMERGENCIA

Estas señales son utilizadas para demarcar el lugar de elementos necesarios para ayudar a enfrentar una emergencia. También son utilizadas para indicar salidas de emergencias y rutas de evacuación.

### SEÑALES INFORMATIVAS Y EDUCATIVAS

Estas señales son utilizadas para notificar políticas de seguridad, higiene, orden y condiciones de trabajo de la compañía. No están asociadas con situaciones riesgosas y no son remplazo de señalizaciones preventivas

### SEÑALES CONTRA INCENDIOS

Estas señales son utilizadas para comunicar claramente la ubicación de elementos para el control de incendios, también son utilizadas para identificar instructivos para el correcto uso y manejo de los extintores.

### SEÑALES DE ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL<sup>51</sup>

Este tipo de señalización significa voz de mando, es decir obligatoriedad para utilizar los elementos de protección personal en la realización de determinados trabajos y/o para el ingreso a ciertas áreas.

Las señales de seguridad están diseñadas con base en los colores de seguridad y contraste y las formas geométricas y significados, determinados en las Normas Técnicas Colombianas NTC 1461: Higiene y Seguridad. Colores y Señales de Seguridad y NTC 1931: Protección contra Incendios. Así como en las normas ISO 3864-1 Parte 1: Principios de Diseño de Señales de Seguridad en Lugares de Trabajo y Áreas Públicas e ISO 16069: Sistemas de Señalización de Rutas de Evacuación.

Aplican para una amplia gama de necesidades del sector empresarial, industrial y productivo y con ellas se busca identificar los riesgos que puedan causar lesiones o enfermedades a los trabajadores, al público en general o daños a la propiedad, informar sobre condiciones de seguridad y equipos de protección, así como sobre instalaciones, servicios y equipos de uso privado o público.

---

<sup>51</sup> Concejo seguridad colombiano lcontec/disponible, <http://ciencias.uca.es/conocenos/seguridad/senales>

## COLORES DE SEGURIDAD.

Los colores de seguridad podrán formar parte de una señalización de seguridad o constituirlos por sí mismos. En el siguiente cuadro se muestran los colores de seguridad, su significado y otras indicaciones sobre su uso:

**Cuadro 4.** Colores de seguridad

Color	Significado	Indicaciones y precisiones
Rojo	Señal de prohibición	Comportamientos peligrosos
	Peligro-alarma	Alto, parada, dispositivos de desconexión de emergencia.Evacuación
	Material y equipos de lucha contra incendios	Identificación y localización
Amarillo, o amarillo anaranjado	Señal de advertencia	Atención, precaución.Verificación
Azul	Señal de obligación	Comportamiento o acción específica.Obligación de utilizar un equipo de protección individual
Verde	Señal de salvamento o de auxilio	Puertas, salidas, pasajes, material, puestos de salvamento o de socorro, locales
	Situación de seguridad	Vuelta a la normalidad

Fuente: Junta de Andalucía, consejería de educación.

Señales recomendadas para La cooperativa Multiactiva de recuperadores ambientales, RECICLAN:

### PARTE INTERNA



Fuente: SETON trabajar con seguridad

PARTE EXTERNA (bodega, transformación de materia prima)



Fuente: (NTC 1461). Solo en Colombia

## SEÑALES RELATIVAS A LOS EQUIPOS DE LUCHA CONTRA INCENDIOS

- *Señales relativas a los equipos de lucha contra incendios*

**Forma rectangular o cuadrada. Pictograma blanco sobre fondo rojo.**



**Dirección que debe seguirse.  
(Señal indicativa adicional a las anteriores)**

Fuente: Guía técnica para la evaluación y prevención de los riesgos relativos a la Utilización de los Equipos de trabajo

**4.3.2 Objetivo 2. Brindar la información en Salud Ocupacional (Higiene y Seguridad Industrial y medicina del trabajo) para la prevención de los factores de riesgos, mediante estrategias educativas para facilitar el reconocimiento, y así poder crear una cultura sana, segura y respetuosa para el reconocimiento de esta gran labor.**

**Estrategia 1.** Desarrollo de campañas educativas y de concientización acerca del impacto negativo generado por la producción y mal manejo del reciclaje.

Este es uno de los temas que muy poco se maneja en nuestro municipio, por tal razón RECICLAN, tomara una ventaja significativa con esta estrategia, Implementando estas iniciativas permitirán fortalecer el tejido social a través de actividades de educación y participación comunitaria en los sectores objeto del proyecto, generando procesos de inclusión social gracias a la promoción de acuerdos entre residentes y recuperadores que apunten a forjar una cultura de la separación en la fuente y el adecuado aprovechamiento de residuos sólidos.

La primera jornada que se puede implementar para el desarrollo de las campañas educativas es:

Elaboración de carteleras en cartón con ilustraciones en material reciclado alusivas al tema tratado y afiches relacionados con el proyecto.

Utilización de salones comunales, empresas, universidades y colegios.

Comenzar por los barrios más vulnerables donde se vea más el mal manejo del reciclaje

La segunda jornada se basa en:

Llegar hasta las viviendas directamente de cada familia y hablarles un poco de la forma más conveniente de reciclar y mantener un ambiente saludable.

Establecer jornadas específicas de limpieza para mantener limpio el sector basado en el slogan de la campaña **“TODOS A RECICLAR”**

**Tercera jornada,** se basa en Jornadas pedagógicas para incentivar a los niños a tener una cultura de reciclaje. Las actividades lúdicas de animación (Títeres, mimos, entre otros) se desarrollaron en colegios (salones y/o zonas verdes) conjuntos residenciales, para incentivar a estos niños se realizaron invitaciones anticipadamente y dichas invitaciones serán realizadas de material reciclable.

**Imagen 3.** Imagen de invitación para la tercera jornada



Fuente: autores del proyecto

**Estrategia 1.** Promover el manejo ambiental de residuos: **Reducir, reutilizar, reciclar, rechazar**, en esta estrategia tendremos en cuenta, La ley de las cuatro r (4r) del reciclaje.

**Reducir.** Definición clara significa rechazar distintos tipos de materiales tales como: envases o empaque cuando estos ya cumplan su función o también reducir el problema de la basura como si compro o consumo más por ende voy a generar más basura.

**Reutilizar.** En definición reutilizar es volver a usar consiste en darle la mayor utilidad a las cosas sin necesidad de destruirlas, por lo general muchos 19 materiales sirven para utilizarlas en otras cosa logrando así extender su vida de utilidad. Antes de desechar cualquier producto o envase desde mi punto principales se debería sacarle todo el provecho necesario si cada uno de reutilizara los objetos que se desechan, se produciría menos basura y así se gastaría menos recursos. Como ejemplo las bolsas de compras se pueden utilizar para la basura o también transportar algún objeto.

**Reciclar.** Es el proceso mediante el cual productos de desecho son nuevamente utilizados. Una definición bastante acertada indica que reciclar es cualquier proceso donde materiales de desperdicio son recolectados y transformados en nuevos materiales que pueden ser utilizados o vendidos como nuevos productos o materias primas.

**Rechazar.** Significa tratar de no comprar productos que afecten directamente contra el medio ambiente como empaques y productos que no se puedan reciclar<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> FREIRE. Planeación estratégica. (s.l.) [En línea] Actualizado 10/02/2013 [citado el 20 de abril de 2015] Disponible en: <<https://mpallarols.wordpress.com/2009/06/18/leyes-sobre-el-reciclaje/>>

**Objetivos del reciclaje:** Conservación y ahorro de energía. Ahorro de recursos naturales. Disminución de residuos. Protección al medio ambiente.

**Importancia del reciclaje:** El reciclaje es importante porque permite: Disminuir la contaminación ambiental. Evitar deforestaciones. Vivir en un mundo mejor. Dar minutos de tu tiempo más para estar en un lugar más limpio.

Conociendo estos términos RECICLAN puede realizar esta actividad de la siguiente forma:

**Reciclaje de vidrio.** Se considera el reciclado más fácil, porque las características del material son casi todas recuperables el vidrio puede reciclarse y volver a tomar la misma forma en que originalmente se encontraba.

Limpieza y separación por colores

Rotura y trituración del vidrio

Almacenamiento y transporte: Al momento de romper el vidrio se vuelve muy denso; por este motivo se necesitan de grandes contenedores para su almacenamiento.

**Procesamiento.** Las piezas se lavan perfectamente y se eliminan residuos como plástico, etiquetas, etc. en un horno a grandes temperaturas se empieza a fundir el vidrio; al momento de fundirse pasan a una maquina moldeadora para tomar forma de recipiente los recipientes enfriados pasan a las fábricas o embotelladoras de alguna marca en particular.

**Reciclaje de aluminio.** El aluminio es el más ligero de los metales, su temperatura de fusión es relativamente bajo, tiene miles de usos industriales, médicos y en la construcción. Además, por su ligereza, maleabilidad y por ser neutro, se usa para envases de bebidas y alimentos como es muy flexible y ligero, además de que su resistencia permite hacer envases muy delgados, el reciclaje de envases de aluminio es muy fácil para el consumidor, tanto en su separación, su almacenaje y su transporte.

Reciclar el aluminio reduce en un 95% la contaminación atmosférica generada durante su fabricación, fabricar aluminio a partir de aluminio reciclado requiere el 90% menos de energía minera.

**Reciclaje de cartón.** El reciclaje de este tipo de materiales son de los productos de uso cotidiano tienen un propósito luego de ser utilizados, ya que su reciclaje es posible en la fabricación de nuevos materiales, o en la disposición de nuevos usos.

Uno de los deshecho más comunes que se pueden observar en cualquier casa en grandes cantidades de cartón. La mayoría de los productos vienen en cajas que pueden ser fácilmente aprovechables o reciclables, representando un gran beneficio para el medio ambiente.

Cada tonelada de cartón reciclado representa un ahorro de dos metros cúbicos de vertedero, 140 litros de petróleo, 50.000 litros de agua y la emisión de 900 kilos de dióxido de carbono. Las cajas grandes y fuertes pueden ser forradas y utilizadas para colocar los juguetes de los chicos, también éstos mismos pueden personalizarlas pintándolas o haciéndole cartapesta con papel reciclado, de esta manera tendrán una actividad divertida para hacer en familia y así

ayudar al medio ambiente .Es importante reutilizarlo para prescindir que den una caja nueva en el sitio donde se compra.

**Estrategia 3.** Tener plena claridad sobre los símbolos del reciclaje, Identificarlos permite saber más sobre los productos y envases, cómo reciclarlos y concienciarse de la importancia de este hábito que cada día es más común en el alrededor.

## SÍMBOLOS DEL RECICLAJE<sup>53</sup>

### VIDRIO



#### ¿Qué significa?

Este símbolo que combina el anillo de Möbius con un muñeco depositando envases en un contenedor recuerda al consumidor la importancia de utilizar los contenedores verdes en forma de iglú para el reciclaje de vidrio.

Lo encontramos en botellas de vidrio

### PAPEL – CARTÓN



#### ¿Qué significa?

Papel reciclado y cartón.

Lo encontramos en platos y vasos de usar y tirar, hueveras, envases de tetraBrick, cajas y envases alimenticios de plástico.

### PLÁSTICOS



#### ¿Qué significa?

Polietileno tereftalato.

---

<sup>53</sup> Gary Anderson Fundación ambientalista, disponible en <http://www.ecointeligencia.com/2013/04/guia-de-los-simbolos-de-reciclaje-2/>

Lo encontramos en envases de alimentos y bebidas.



**¿Qué significa<sup>54</sup>?**

Polietileno de alta densidad.

Lo encontramos en productos de limpieza de hogar o químicos industriales, zumos de fruta o bolsas de basura.



**¿Qué significa?**

Vinílicos o Cloruro de Polivinilo

Lo encontramos en botellas de detergente, champú, aceites, equipamientos médicos, ventanas, tubos, mangueras, materiales para construcción, etc.



**¿Qué significa?**

Polietileno de baja densidad

Lo encontramos en objetos de decoración, muebles, bolsas para comida congelada y alfombras.



**¿Qué significa?**

Polipropileno

---

<sup>54</sup> Elaboración propia / [ecoembes.es](http://ecoembes.es) actualizado el 20 de enero del 2015 disponible <http://twenergy.com/a/que-significan-los-simbolos-de-reciclaje-158>



Lo encontramos en envases médicos, yogures, pajas para bebidas, botes de tomate, tapas, algunos contenedores de cocina.



**¿Qué significa<sup>55</sup>?**

Poliestireno

Lo encontramos en platos y vasos de usar y tirar, hueveras, bandejas de carne, envases de aspirina, cajas de CD, etc...

**¿Qué significa?**

Otros

Lo encontramos en materiales a prueba de balas, DVD, gafas de sol, MP3 y los PC.

Metal



**¿Qué significa?**

La lata o envase está hecha de aluminio reciclable.

Lo encontramos en latas de refrescos, latas de conservas, etc...



**¿Qué significa?**

El residuo está fabricado de acero reciclable.

Lo encontramos en utensilios de cocina, envases de comida y bebidas, electrodomésticos y aparatos eléctricos.

**APARATOS ELÉCTRICOS**



**¿Qué significa?**

Indica la recogida selectiva de los aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) una vez finalizada su vida útil para que entre en el circuito de reciclaje, y no acaben en contenedores de basura no autorizados.

---

<sup>55</sup> Silva Rodríguez p.6 EmpresariosdePlásticoCEP, <http://www.miltek.com.mx/Poliestireno.aspx?ID=15883>

Lo encontramos en grandes y pequeños electrodomésticos, pilas, baterías, acumuladores, equipos de informática, aparatos electrónicos de consumo, de alumbrado, herramientas eléctricas o electrónicas, juguetes, equipos médicos, instrumentos de vigilancia, etc.

#### PRINCIPALES SÍMBOLOS DEL RECICLAJE<sup>56</sup>



##### Punto verde

Un envase que lo lleve, acredita la pertenencia al Sistema Integrado de Gestión de Envases ECOEMBES.



##### Tidyman

Indica al consumidor que debe deshacerse del residuo de forma adecuada.



##### Möbius Loop

Representa que el producto es reciclable o que contiene material reciclado.



##### Papel y cartón

Utilizado en platos y vasos de usar y tirar, hueveras, cajas y envases alimenticios. Este último si se ensucia, no se puede reciclar.

**Estrategia 4.** Informar sobre los riesgos profesionales a los que va a estar expuesta la persona en el lugar y ambiente de trabajo, haciendo énfasis en las medidas de prevención y control.

Los recicladores se han posesionado como recuperadores ambientales, dado que con su oficio realizan valiosos aportes a la sociedad, a la economía y al ambiente, dándole con esto gran importancia a su labor. Con la reutilización de materiales reciclables su principal aporte es la

---

<sup>56</sup> Guía eco disponible en, <http://www.ecointeligencia.com/2013/04/guia-simbolos-reciclaje-1/>

preservación de los recursos naturales, en tanto que se disminuye la tala de árboles, la explotación de los suelos, la contaminación y el gasto de agua y energía eléctrica. Además, la utilización de materia prima secundaria reutilizada favorece la economía de las industrias y, por tanto, favorece a la población en general, por tal razón estas personas están expuestas a riesgos que alteran su salud, se deben hacer capacitaciones periódicamente, y llenar formatos que puedan evidenciar dichas capacitaciones.

**Se recomienda.** Garantizar la afiliación de los recicladores y sus familias al sistema general de seguridad social en salud y el acceso a los programas de salud pública y protección contra riesgos ocupacionales, como son programas de vacunación, nutrición, prevención de las enfermedades ocasionadas por factores de riesgo biológicos y otros riesgos, protección y seguridad en el trabajo, educación ambiental, entre otros, dirigidos a mejorar sus condiciones de salud y condiciones laborales.

**Control De Riesgos Higiénicos**<sup>57</sup>. Los riesgos higiénicos son aquellos derivados de la exposición a agentes químicos, físicos o biológicos potencialmente generadores de enfermedades, patologías o lesiones. En la mayoría de circunstancias sus efectos son función de la dosis recibida por los trabajadores en su trabajo cotidiano, o sea, los niveles de contaminación a los que han estado expuestos y del tiempo de exposición.

La evaluación de los riesgos higiénicos se suele basar en la realización de mediciones ambientales de los niveles de contaminación, comparándolos con estándares de referencia reglamentarios o, en su defecto, con los límites de exposición profesional para agentes químicos editados por el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo que permiten estimar la probabilidad de daños. La realización de tales mediciones corresponde a personal con formación superior en Prevención de Riesgos Laborales.

Los resultados de los estudios ambientales deben contrastarse con los resultados de la vigilancia de la salud, y posteriormente aplicar las medidas preventivas pertinentes y los correspondientes programas de control.

En nuestro país los riesgos higiénicos que disponen de reglamentación específica que establece los protocolos de control son: exposición a ruido, exposición a agentes químicos, biológicos, cancerígenos y específicos como cloruro de vinilo, amianto y exposición a radiaciones. En todo proceso preventivo, para tener un control eficaz de los riesgos higiénicos que puedan existir en el lugar de trabajo, es preciso, primero, identificar los factores de riesgo y, segundo, evaluarlos con el método preciso para conocer la magnitud real de los mismos. Será realizada por expertos en el tema con la información y la formación necesaria.

Para la evaluación se tendrá en cuenta lo siguiente:

---

<sup>57</sup> Luna, Pablo (1996), NTP 406: Contaminantes químicos: evaluación de la exposición laboral (I), INSHT, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales,.

Recopilación y análisis de las lesiones y enfermedades que hayan ocurrido en el pasado.

Análisis bibliográfico de riesgos higiénicos específicos de la actividad.

Verificación del cumplimiento de la legislación vigente.

Aplicación de medidas de prevención para evitar o minimizar la exposición.

Utilización de procedimiento específico de evaluación por parte de expertos en la materia y emisión del correspondiente informe en el que se prioricen las actuaciones a realizar.

**Criterios de control**<sup>58</sup>. Para poder controlar los riesgos higiénicos que pueden afectar a la salud de los trabajadores que puedan verse expuestos a los mismos se identificarán en primer lugar los contaminantes ambientales que existen en cada puesto de trabajo. Éstos pueden ser de tres tipos: Físicos (ruido, vibraciones, calor, radiaciones), Químicos (polvo, humo, fibras, gases y vapores) y Biológicos (virus, bacterias, hongos).

Para esta primera identificación se debe disponer de la siguiente información:

Actividad de la empresa, procesos que desarrolla y productos que manipula, contemplando la posibilidad de que se produzcan reacciones entre sí y con otros agentes.

Fuentes de generación y emisión de contaminantes al medio ambiente: instalaciones, equipos y operaciones.

Transformaciones que sufren los productos y posible formación de gases, vapores, polvo, etc.

Métodos de trabajo establecidos.

Trabajadores expuestos: número, sexo, edad y especialmente sensibles.

Tiempo diario de exposición y ocasionalidad de los trabajos.

Medidas de prevención y protección existentes y su grado de control (sistemas de aislamiento, ventilación, EPI, etc.).

**Establecer los debidos métodos de vigilancia.**

Tener una correcta vigilancia de cada tarea realizada.

Tener disponibles las listas y fichas de seguridad de cada trabajador.

---

<sup>58</sup> Ibíd. P. 3

Disponer de un programa de formación e información de los trabajadores expuestos.

Tener equipos de protección adecuados y controlar su eficacia.

Cumplir con los procedimientos de trabajo establecidos.

Disponer de un programa de mediciones y vigilancia ambiental cuando sea necesario en función de los resultados de la evaluación.

**4.4. ESTRATEGIAS DE MERCADEO ENFOCADAS CON EL PRODUCTO, LUGAR, PRECIO Y PROMOCIÓN DE LA COOPERATIVA, EN ARAS DE LOGRAR RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN EN LA REGIÓN. TENIENDO EN CUENTA EL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA QUE RESUME ESTOS TÉRMINOS, EL CUAL IMPLICA ORIENTAR A LA ORGANIZACIÓN EN SU TOTALIDAD HACIA EL GENERADOR DE INGRESOS: EL CLIENTE TANTO INTERNO COMO EXTERNO.**

Se propone las siguientes estrategias a la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales **RECICLAN**, como son las de fabricación, producto, precio, plaza, promoción y crecimiento integrativo, con el objetivo de lograr reconocimiento y posicionamiento en el mercado; para un desarrollo efectivo de estas estrategias será necesario la realización de un investigación de mercados donde se dé a conocer los gustos y preferencias de los clientes, por lo que la cooperativa inicia sus actividades en la elaboración de productos de material reciclable, por tal razón es de suma importancia tener información de la comunidad para conocer la aceptación, de cada producto ofrecido por la empresa.

De igual forma se les propone tener en cuenta los mercados más competitivos de nuestro país en donde podrá vender el producto al por mayor y detal, como lo son Bogotá, Medellín, Bucaramanga y demás ciudades de Colombia; también se debe tener en cuenta la oportunidad de ofrecer los productos fuera del país como lo han llevado acabo otras cooperativas que realizan la misma actividad como lo es ( **CYCLUS** ), ya que está a tenido gran éxito en muchos mercados como lo son el europeo y la parte Norte de América.

En este objetivo solo se dio una sencilla idea de lo que puede llevar a cabo la cooperativa al elaborar productos con el material reciclable, por lo que se da espacio a otros estudiantes que tengan el deseo de trabajar en esta idea, ya que se hace necesario la profundización en este objetivo para que **RECICLAN** tenga información más viable y segura; dicha información debe estar basado en una efectiva investigación de mercados donde se tenga en cuenta la aceptación de los productos que la empresa puede ofrecer, los precios adecuados por lo que la comunidad esté dispuesta a pagar y los gustos y preferencias de los mismos; en resumen es tener una recopilación de datos para interpretarlos y dar uso de ellos, beneficiando a la

empresa para la debida toma de decisiones, ya que estos tipos de investigación desprenden una serie de objetivos como lo son de carácter:

**-Social:** ya que consiste en Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien y servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

**-Económico:** Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener la cooperativa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

**-Administrativo:** Ayudar al desarrollo de RECICLAN, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno.

Sumado a lo anterior cabe mencionar la serie de beneficios que ofrece al realizar una efectiva investigación de mercados, tales como:

Se tiene más y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento de las empresas.

Proporciona información real y expresada en términos más precisos, que ayudan a resolver, con un mayor grado de éxito, problemas que se presentan en los negocios.

Ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto.

Sirve para determinar el tipo de producto que debe fabricarse o venderse, con base en las necesidades manifestadas por los consumidores, durante la investigación.

Determina el sistema de ventas más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado está demandando.

Define las características del cliente al que satisface o pretende satisfacer RECICLAN, tales como: gustos, preferencias, hábitos de compra, nivel de ingreso, etcétera.

Ayuda a saber cómo cambian los gustos y preferencias de los clientes, para que así la empresa pueda responder y adaptarse a ellos y no quede fuera del mercado.

A continuación se puede observar la actual idea planteada a la cooperativa multiactiva de recuperadores ambientales RECICLAN.

**4.4.1 Objetivo 1.** Identificar los factores de mercadotecnia, según la metodología del experto Richard L. Sandhusen, para el crecimiento del mercado, y así lograr ser una cooperativa líder en la producción, venta y distribución de productos diseñados en material reciclable, y a su vez ser una entidad reconocida en toda la región, con el fin de suplir las necesidades y expectativas del cliente.

**Estrategia 1. Estrategias de fabricación.** “RECICLAN” conoce que esta estrategia es clave para su funcionamiento y debe responder de manera efectiva al número de necesidades, deseos y expectativas, para los cuales es necesario diseñar formular y poner en práctica estrategias adecuadas y pertinentes;

**Estrategia de fabricación de un producto:**

Que satisfaga las necesidades de la comunidad

Se fabricarán productos para toda clase personas como (niños y adultos)

Determinarla ventaja competitiva: para que un producto pueda ser fácilmente reconocido y percibido favorablemente por las demás personas, deben tener atributos que lo hagan único en el mercado, estas principales características diferenciadoras son las que llaman la atención de la sociedad.

Evaluar los públicos potenciales, a través de un estudio de mercados se puede obtener información sobre los gustos y preferencias, así como también se pueden determinar sus hábitos y comportamientos del consumidor.

Identificar la competencia

**Estrategia 2. Estrategias de producto.** Se realizaran pruebas (encuestas, entrevista) a una cantidad de 100 personas incluido negocios que tengan relación con la venta de productos reciclables, dentro y fuera de la región, para que el producto sea comercializado, con el objetivo de identificar sus reacciones con respecto a la entrada de nuevos productos al mercado.

**Características del producto.** Descontaminación óptima y segura. Cuenta con un diseño innovador, llamativo, útil. Se diseñaran diferentes clases de productos con diferentes clases de usos. Y con una diversidad de material reciclable como (botellas cartón vidrio entre otros)

MARCA

**RECICLAN:** es la marca de esta cooperativa que además de ser prestadora de un servicio, sacara al mercado productos de gran importancia, los cuales beneficiaran a esta entidad.

Se eligió este nombre en conjunto con los socios, por tener características de ser llamativo corto y sencillo de recordar pronunciar y escribir.

**Calidad del producto.** Para esta etapa se recomienda utilizar una etiqueta para la identificación del producto, y así informar al cliente como fue y que material fue hecho el producto.

### **Etiqueta que debe utilizar RECICLAN**

**Etiquetas descriptivas o informativas.** Es una de las más completas e ideales para una gran variedad de productos (alimentos, medicamentos, productos electrónicos, muebles, etc...) porque brindan información que es de utilidad para el cliente (nombre o marca, componentes o ingredientes, recomendaciones de uso, precauciones, fecha de fabricación y de vencimiento, procedencia, fabricante, etc...) y también, porque este tipo de etiquetas son las que generalmente cumplen con las leyes, normativas o regulaciones para cada industria o sector (cuando siguen el formato establecido).



Fuente: autores del proyecto

### **IDEAS QUE PUEDE IMPLEMENTAR RECICLAN**

#### **Imagen 4.** Jarrones con botellas de plástico



Fuente: manualidades RED FACILÍSIMO



**Imagen 5.** Escoba con botellas de plástico



Fuente: manualidades RED FACILÍSIMO

**Imagen 6.** Mosaico con tapas

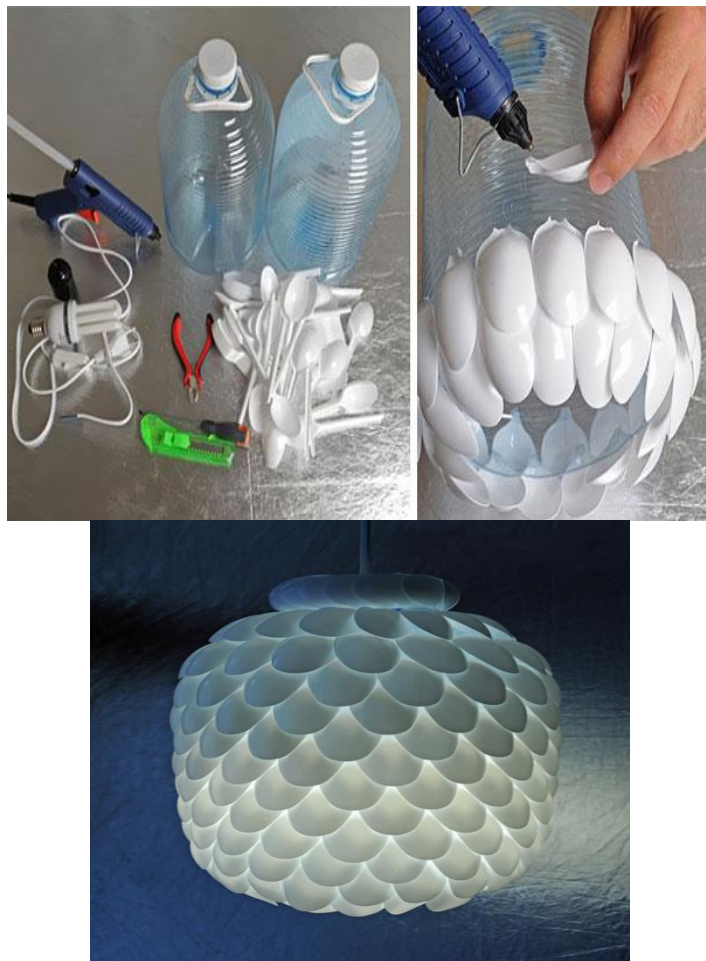


Fuente: manualidades RED FACILÍSIMO



Fuente: manualidades RED FACILÍSIMO

**Imagen 7.** Lámpara de cucharas



Fuente: empresa recicladora de productos para el hogar PET

**Imagen8.** Lámpara de ramo de flores



Fuente: empresa recicladora de productos para el hogar PET

**Imagen 9.** Canecas de basura con botellas de plástico.



Fuente: empresa recicladora de productos para el hogar PET

**Imagen10.** Porta lapiceros



Fuente: manualidades cuidado infantil.

**Imagen 11.** Descansa pies



Fuente: empresa recicladora de productos para el hogar PET

**Imagen 12.** Pintura estampada de flores de cerezo



Fuente: manualidades cuidado infantil

**Estrategia 3. Estrategias de promoción.** “RECICLAN” además de desarrollar un buen producto debe fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de los clientes, debe esmerarse por entregar el mejor producto y ofrecer una excelente atención a todos los clientes que visiten la cooperativa, pero así mismo debe establecer una amplia variedad de incentivos para corto plazo cuyo fin es estimular a los clientes; es importante:

Dar a conocer el producto a través de anuncios que aparezcan en diversos medios de comunicación.

Crear redes sociales para dar a conocer nuestros servicios vía internet.

Usar estímulos para retener a nuestros clientes realizando promociones de ventas del servicio; Por ejemplo: Ofrecer descuentos en los respectivos productos.

Realizar campañas publicitarias por medios masivos a la comunidad con el fin de dar a conocer el producto en toda la ciudad y lugares aledaños.

Conocer las necesidades, deseos actuales y futuros de los clientes, y así, lograr la aceptación y reconocimiento del producto.

**Estrategia 4. Estrategias de precio.** Todas las empresas que persiguen beneficios fijan precios a sus productos y servicios. A lo largo de la historia, el precio ha representado un papel importante en la elección de los consumidores y estos se han fijado a través de un proceso de negociación entre compradores y vendedores, por tal razón RECICLAN, debe poner gran importancia en este tema ya que de estos depende la evolución del producto, debe brindar productos con precios abcequibles a los clientes y a su vez atractivos para la sociedad en general.

El precio es la variable del marketing mix que se manipula a menudo para obtener resultados en términos de marketing. Esta estrategia muy utilizada, se utiliza por tres motivos fundamentales:

El precio es de las variables más cambiantes.

En determinados escenarios económicos comerciales, el precio es una de las herramientas más eficaces.

El precio es muy visible para el consumidor, es decir, fácil de apreciar.

**RECICLAN**, tendrá en cuenta para la fijación del precio lo siguiente;

El coste de producción del producto a veces lo marca el responsable de marketing mediante el análisis de coste-beneficio.

Las condiciones económicas del mercado, es decir, la ley de oferta y demanda de un producto que, hasta cierto punto, marcarán el precio del mercado.

Los precios de la competencia, no sólo de productos muy parecidos sino de cualquier otro producto que vaya destinado al mismo consumidor.

**Estrategia 5. Estrategias de Crecimiento Integrativo.** Consiste en aprovechar la fortaleza que tiene una determinada compañía en su industria para ejercer control sobre los proveedores, distribuidores y/o competidores. En ese sentido, una compañía puede desplazarse hacia atrás, hacia adelante u horizontalmente<sup>59</sup>.

**Integración hacia atrás.** Ocurre cuando la compañía incrementa su control sobre sus recursos de suministro; es decir, que controla a sus proveedores o por lo menos a su principal proveedor.

**Integración hacia adelante.** Ocurre cuando la compañía aumenta su control sobre su sistema de distribución. Por ejemplo, cuando una compañía de gran tamaño es propietaria de una red de estaciones o tiendas de servicio y la controla.

**Integración horizontal.** Ocurre cuando la compañía aumenta su control con respecto a sus competidores. Por ejemplo, cuando los hospitales o centros médicos negocian arreglos de consorcio con médicos especialistas para que cada médico brinde servicios en una especialidad determinada (cirugía plástica, ginecología, pediatría, etc...), pero dentro del hospital o centro médico.

---

<sup>59</sup> THOMSOM, Ivan. Estrategias de Mercado. [En línea] Artículo Publicado en Mayo 2006 en promonegocios.net. [citado el 21 de abril de 2015] disponible en: <<http://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>>

Se recomienda a **RECICLAN**, utilizar la **integración hacia adelante**. Porque puede establecer su propia red de distribución. La empresas pueden utilizar la integración hacia adelante con el fin de diferenciarse de sus rivales. Se puede ofrecer soporte técnico, garantías, entre otros. Asimismo, se adquiere un mayor conocimiento del comportamiento de los consumidores. Debido a esta nueva cercanía al cliente, la integración hacia adelante puede generar una relación duradera con él cliente en distintas partes.

## **5. CONCLUSIONES**

Con el desarrollo de este proyecto se puede decir que es importante y necesario que el tema de reciclaje, se abordado debidamente en nuestro municipio, ya que la población viene utilizando practicas no favorables en este tema, se invita a que tengan en cuentas estas estrategias elaboradas en este proyecto ya que ayudaran a preservar la salud de las personas y a cuidar el medio ambiente.

Con relación a la estrategia de mercadotecnia es importante este proceso porque ayuda a planear y ejecutar las acciones necesarias para una efectiva promoción y distribución de bienes y servicios, a fin de crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y empresariales. En la realización del trabajo pudimos conocer las diferentes conceptualizaciones de la mercadotecnia, pudiendo conocer los diferentes términos que la componen como son: necesidades, deseos y demanda, y así poder dar estrategias para RECICLAN, y así poder progresar con este nuevo producto en el mercado.

Al implementar el reciclaje como un elemento de gestión se puede reducir y mejorar muchos factores que determinan el bienestar de una sociedad como por ejemplo la necesidad de energía, agua y materias primas para la elaboración de un producto, la preocupación por la contaminación ambiental a nivel mundial ha generado la utilización del reciclaje como un elemento de gestión más utilizado por las grandes industrias y personas.

Dado a que hoy en día más que nunca se hace necesaria e indispensable la adopción de buenas prácticas ambientales, para cambiar el inadecuado manejo que la sociedad ha tenido de sus residuos generados, el reciclaje es una herramienta que no solamente aprovecha y transforma ciertos residuos generados sino que es un indicador de culturización ambiental y calidad de vida; ya que el reciclaje contribuye a la vinculación y/o participación de la sociedad en general y la disminución de sus residuos.

Toda empresa debe contar con un marco corporativo bien estructurado, por tal razón para la construcción de este marco nos basamos en el concepto del buen gobierno el cual es una herramienta que contiene el conjunto de políticas, directrices, lineamientos o compromisos respecto a la gestión que se pueda aplicar con criterios de ética, integridad, estrategia, transparencia y eficiencia, por tal razón el Gobierno Corporativo es una expresión de una nueva cultura empresarial. Como cultura surge de un proceso de reconocimiento de su valor dentro de las organizaciones empresariales, a través de estos mecanismos se quiere crear valor por medio de la transparencia, de cada proceso implementado en esta cooperativa.

Las organizaciones cualquiera que sea su actividad o tamaño, debe tener un direccionamiento definido, de lo que quieren lograr hacia el futuro, hacia donde van y cuáles son sus estrategias para lograr las metas propuestas, más en estos tiempos donde las empresas avanzan cada día más y si no estamos a la vanguardia con nuestros procesos, procedimientos y estrategias bien definidas tendremos a desaparecer de un mercado tan globalizado.



## 6. RECOMENDACIONES

Se le recomienda a la cooperativa de recuperadores ambientales RECICLAN adoptar el marco corporativo misión, visión, principios, valores, políticas, organigrama, manual de funciones, y procedimientos, con el fin de tener una adecuada estructura administrativa y así tener claro lo que son, a donde quieren llegar, como lograrlo, bajo que principios y valores rigiéndose por las debidas normas y políticas que establece la ley.

Es necesario que RECICLAN implemente estrategias de mercadeo, ya que la misma produce artículos de valor que son elaborados con la misma materia prima que reciclan; por lo tanto dichas estrategias deben estar enfocados al producto, lugar donde se van a distribuir, precio y promoción de los mismos; atendiendo a estas consideraciones se le implementó a la cooperativa dichas estrategias para su adecuado funcionamiento por lo que se le recomienda estudiar las planteadas en el proyecto.

La cooperativa RECICLAN debe plantear estrategias de salud, higiene y seguridad ocupacional relacionadas con las condiciones ambientales de trabajo, garantizando la salud física y mental del recurso humano; debido a tal necesidad se le recomienda analizar, estudiar y evaluar las estrategias que se le plantearon para esta área, y si lo consideran de valor aplicarlo a la cooperativa para su debido funcionamiento, con el fin de evitar accidentes laborales y a la vez sanciones.

Es necesario que la cooperativa cuente con una oficina y bodega fija, ya que este le permitiría mayor confianza a la comunidad en casos de quejas o reclamos, o si quieren ingresar a la cooperativa como socio o administrativo.

RECICLAN debe tener claro los principios, valores, reglas y estatutos para su adecuado funcionamiento, de esta manera evitara cargos o sanciones.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRONICAS

COOPERATIVA MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN). Ocaña, Colombia. [Documentos de la empresa] 2012 [citado el 15 de marzo de 2015] Pág. 10

RAMIREZ GARZON, Viviana Andrea. Creación de una empresa dedicada al reciclaje de llantas a través de su trituración. Bogota, Colombia. [en línea] 2012 [citado el 15 de marzo de 2015] disponible en: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle>.

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. Objetivos de la misión. (s.l.) [En línea] (s.f.) [citado el 15 marzo de 2015] disponible en: <<http://www.oas.org/electoralmissions/MisionesElectorales/Colombia2010>>

NUÑEZ POLANCO, Domingo. Publicado por EL PROFESOR el 11 de julio de 2012 en educación/ actualizado 15 de marzo del 2014. Sao Paulo, Brasil. [en línea] 2014 [citado el 15 de marzo de 2015] Disponible en <https://movimiento30juniord.wordpress.com>.

APRENDICES COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES. Como establecer objetivos en tu empresa. Los objetivos. [En línea] 2010 [citado el 15 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.emprendices.co/como-establecer-objetivos-en-tu-empresa/>>

VALDÉS-SERRANO, Ernesto A.R.B. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas. [en línea] Actualizado el 9 de septiembre del 2013 [citad el 15 de marzo de 2015] Disponible en: <http://asociacionrecicladoresbogota.org/>

PRADA GONZÁLEZ, Teresa Eugenia. Ocaña, Historia de la fundación de la Mujer. (En línea] 2013 [citado el 16 de marzo de 2015] Disponible; <<https://www.fundaciondelamujer.com/>>

CARREÑO BUENO, Eduardo. Cooperativa de Ahorro y Crédito CREDISERVIR. Ed. Ocaña, Norte de Santander. [En línea] Actualizado 26 de Febrero del 2015] Disponible en <<http://www.crediservir.com/index1.php>>

PRADO, Javier. Administración management, organización. La creación de negocio propio. San Isidro, Lima. [Proyecto de grado en línea] 2009 [citado el 17 de marzo de 2015] disponible en: p. 166.

LEÓN NAVIA, Hernán. Escuela vallecaucana de ventas. Colombia. [En línea] Actualizado el 9 de septiembre del 2013 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en: <[cooperativamultiactivacesam.weebly.com/blog-cesam/que-es-una-cooperativa-multiactiva](http://cooperativamultiactivacesam.weebly.com/blog-cesam/que-es-una-cooperativa-multiactiva)>

INCOOP. Cooperativas colombianas. Colombia. [En línea] 2010 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Cooperativa>>

VECIANA. Teoría económica. (s.l.) [En línea] 1999. Modificada por última vez el 8 oct 2014 [citado el 20 de marzo de 2015] Disponible en: <[http://www.academia.edu/5288793/Medidas\\_de\\_apoyo\\_para\\_la\\_creaci%C3%B3n\\_de\\_empresas\\_en\\_el\\_Caribe\\_Colombiano-Liyis\\_G%C3%B3mez](http://www.academia.edu/5288793/Medidas_de_apoyo_para_la_creaci%C3%B3n_de_empresas_en_el_Caribe_Colombiano-Liyis_G%C3%B3mez)>

DUARTE, Catalina. Responsabilidad social. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] disponible en: < <http://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>>

Diccionario de la real academia española disponible: <[http://www.buenastareas.com/ensayos/Derecho-a-La-Integridadteoria - F%C3%ADsica/4231107.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/Derecho-a-La-Integridadteoria-F%C3%ADsica/4231107.html)>

STEPHEN P. ROBBINS. Comportamiento organizacional. (s.l.) [En línea] Actualizado 2013 Bogotá D.C [Citado el 20 noviembre 2013] Disponible: <<http://html.rincondelvago.com/equipos-de-trabajo.html>>

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 20 noviembre 2013] Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Responsabilidad>>

WIKIPEDIA. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <[http://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_ambiente](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_ambiente)>

LIGAS DE COOPERATIVAS DE PUERTO RICO. Puerto Rico. [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.liga.coop/institucional?id=34>> P. 1

WIKIPEDIA. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategia>>

Stephen Covey Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo-Americana disponible <<http://es.wikipedia.org/wiki/Efectividad>>

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS). (s.l.) [En línea] Actualizado 2n 2014 [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.saludocupacional.com.co/>>

E. J. MCCARTHY (1984). Basic Marketing: a managerial approach (8ª edición). P. 46. Citado en Michael R. Czinkota; Masaaki Kotabe (2001). Administración de la mercadotecnia (2ª edición). Cengage Learning Editores.

PROMONEGOCIOS.NET. Ed. THOMSOM, Iván. Administración Estratégica Conceptos y Casos, 11va. Edition, de Thompson Arthur y Strickland A. J. III, Mc Graw Hill, 2001, Pág. 4. (s.l.) [En línea] 2006 [citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>>

PACHELAN, Vicente. (s.l.) [En línea] 2014 Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Visi%C3%B3n>>

EDINA, Mariana – SISPRO S.A. comunicadores. (s.l.) [En línea] (s.f.) [Citado el 30 de marzo de 2015] Disponible en: <<http://www.ingridmararrobacantv.net>>

BARRERA HERNÁNDEZ José Leonel. Escrito por Chiavenato (1999) [En línea] Actualizado 2007 [Citado el 01 de abril de 2015] Disponible en: <<http://es.slideshare.net/llamaranapellido>>

PROMOCION EMPRESARIAL. Mezcal promocional (s.l.) [En línea] (s.f.) [citado el 1 de abril de 2015] Disponible en: <<https://promocionfme.wordpress.com/mezcla-promocional/>>

CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 79 de 1988. Por la cual se actualiza la legislación cooperativa. Colombia. [En línea] 1988 [Citado el 2 de abril de 2015] Disponible en: <[http://www.fondouniandes.com.co/WEB-FUA/NORMATIVIDAD/EXTERNA/Ley\\_79\\_1988.pdf](http://www.fondouniandes.com.co/WEB-FUA/NORMATIVIDAD/EXTERNA/Ley_79_1988.pdf)>

CONGRESO DE LA REPUBLICA. Colombia. Decreto 1482 de 1989. Por el cual se determinan la naturaleza, características, constitución, regímenes interno, de responsabilidad y sanciones y se dictan medidas para el fomento de las empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas. Colombia. [En línea] 1988 [Citado el 2 de abril de 2015] Disponible en: <<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14441>>

ARL SURA. Elementos de protección personal. Colombia. [en línea] (s.l.) [citado el 14 de abril de 2015] disponible en: <<http://www.arlsura.com/index.php/component/content/article/75-centro-de-documentacion-anterior/equipos-de-proteccion-individual-/1194--sp-3393>>

FREIRE. Planeación estratégica. (s.l.) [En línea] Actualizado 10/02/2013 [citado el 20 de abril de 2015] Disponible en: <<https://mpallarols.wordpress.com/2009/06/18/leyes-sobre-el-reciclaje/>>

THOMSOM, Ivan. Estrategias de Mercado. [En línea] Artículo Publicado en Mayo 2006 en promonegocios.net. [citado el 21 de abril de 2015] disponible en: <<http://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html>>

# **ANEXOS**

**ANEXO A.** encuesta dirigida al personal de la cooperativa

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL QUE HACE PARTE DE LA COOPERATIVA  
MULTIACTIVA DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN) EN EL MUNICIPIO DE  
OCAÑA.**

**OBJETIVO:** conocer aspectos relacionados con la labor que realizan dentro y fuera de la organización; tanto en la parte administrativa como en el manejo y almacenamiento de materias primas.

**Nota:** los resultados serán evidenciados, en el bienestar laboral de los trabajadores, orientados al mejoramiento de crear condiciones que favorezcan el desarrollo integral del empleado, y su nivel de vida.

Marque con una **X** el cargo que ocupa dentro de la cooperativa **RECICLAN**.

**1. Socio** \_\_\_\_ **Personal administrativo** \_\_\_\_

**2. Sexo;** femenino \_\_\_\_ masculino \_\_\_\_

Ponga una (X) junto al enunciado que personalmente usted aplica

**3. Edad:**

- ( ) 24 años y menor
- ( ) Entre 25 y 29
- ( ) Entre 30 y 39
- ( ) 40 años y mayor

**3. Qué actividad realiza:**

- A.** Reciclador
- B.** Ama de casa
- C.** realiza otra actividad  
**cual** \_\_\_\_\_

**4. Tiempo de estar en esta actividad:**

- A.** 0-4 años
- B.** 4-8 años
- C.** 8-12 años
- D.** 12, o mas

5. ¿la cooperativa **RECICLAN** se encuentra legalizada?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

6. ¿la cooperativa **RECICLAN** se encuentra debidamente organizada?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

**PORQUE**\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. ¿Utiliza implementos de seguridad necesarios para desarrollar dicha actividad?

(Guantes, bragas, tapa bocas, botas punta de acero)

SI\_\_\_ NO\_\_\_

**PORQUE**\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. ¿Qué medios utiliza para transportar la materia prima?

- A. Carreta
- B. Volqueta
- C. Fuerza humana (hombros)
- D. Otros\_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el lugar de almacenamiento de la materia prima?

- A. Bodega
- B. Casa familiar
- C. Espacios abiertos
- D. Otros\_\_\_\_\_

10. Como califica la convivencia entre las personas que hacen parte de cooperativa **RECICLAN**.

- A. Excelente
- B. buena
- C. Regular
- D. Mala

11. Como califica la relación entre recuperadores y la comunidad

- A. Excelente
- B. Buena
- C. Regular
- D. Mala

11. están debidamente organizados a la hora de la recolección de basura (teniendo en cuenta barrios días y horas)

SI\_\_\_ NO\_\_\_

¿Porque?\_\_\_\_\_

12. Quien les compra la materia prima almacenada.

\_\_\_\_\_

13. Si en sus manos existiera la posibilidad de brindarle mejoras a la cooperativa. Que aportes daría.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



**ANEXO B.** Entrevista dirigida al gerente de la cooperativa

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR; DE LA COOPERATIVA MULTIACTIVA  
DE RECUPERADORES AMBIENTALES (RECICLAN) EN EL MUNICIPIO DE  
OCAÑA.

**Objetivo:** conocer la información necesaria para el adecuado funcionamiento y manejo de la cooperativa a nivel local.

1. ¿CUÁNTO TIENE DE ESTAR DESEMPEÑANDO ESTE CARGO?

---

---

2. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE SER GERENTE?

---

---

3. ¿QUÉ ES LO QUE MENOS LE GUSTA DE SER GERENTE?

---

---

4. ¿CUÁNDO USTED TIENE UN PROBLEMA EN LA EMPRESA COMO TRATA DE RESOLVERLO?

---

---

5. ¿CÓMO PROMUEVEN EL RECURSO HUMANO EN LA COOPERATIVA?

---

---

6. ¿QUÉ DIFERENCIAS CONSIDERA QUE TENDRÁ SU PUESTO DENTRO CINCO AÑOS?

---

---

7. ¿CON QUE FINALIDAD CREE USTED QUE SE CONTRATA UN GERENTE?

---

---

8. ¿QUÉ OBSTÁCULOS HA ENFRENTADO COMO GERENTE? ¿CÓMO LOS HA ENFRENTADO?

---

---

---

9. ¿QUÉ HABILIDADES CONSIDERA QUE NECESITA UN GERENTE DE ÉXITO?

---

---

10. ¿CUANTOS EMPLEADOS TRABAJAN ACTUALMENTE EN LA COOPERATIVA **RECICLAN**?

11. ¿CONSIDERA QUE POSEE EL APOYO Y COLABORACIÓN DE TODOS LOS QUE TRABAJAN EN LA COOPERATIVA?

---

---

12. ¿CÓMO CONSIDERA USTED LA CONVIVENCIA ENTRE LOS RECUPERADORES? ¿POR QUÉ?

---

---

---

13. ¿CREE USTED QUE CUENTA CON EL PERSONAL APROPIADO PARA SER UNA EMPRESA COMPETENTE?

---

---

14. ¿QUE CONSIDERA USTED COMO UNA DESVENTAJA DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA **RECICLAN**?

---

---

---

---

15. ¿CUAL ES LA MEJOR VENTAJA QUE USTED CREE POSEE SU COOPERATIVA?

---

---

---

---

16. ¿EMPLEA ALGÚN PROGRAMA DE INNOVACIÓN O MEJORA CONTINUA EN LA COOPERATIVA?

---

---

---

---

17. ¿CÓMO VISUALIZA LA COOPERATIVA EN LOS PRÓXIMOS CINCO AÑOS?

---

---

---

---

**18. ¿LA MATERIA PRIMA ES ALMACENADA DE FORMA ADECUADA?**  
**SI** \_\_\_ **NO** \_\_\_

**PORQUE:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**19. ¿BREVEMENTE EXPLÍQUENOS COMO ES EL PROCESO ACTUAL QUE SE LLEVA A CABO EN LA COOPERATIVA?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**20. ¿SU PERSONAL CUENTA CON EL EQUIPO NECESARIO PARA EL TIPO DE TRABAJO QUE INTERACTÚAN DIARIAMENTE?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ANEXO C. Encuesta dirigida a la población ocañera

**ENCUESTA DIRIGIDA LA POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE OCAÑA.**

**Objetivo:** Conocer la aceptación del marco corporativo de una nueva cooperativa (RECICLAN)

1. ¿Piensa usted que el reciclaje es importante?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

PORQUE\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿Recicla usted

A. SI

B. NO

C. A veces

3. ¿Separa la basura en su casa y/o lugar de trabajo?

A. Algunas veces

B. Siempre

C. Nunca

4. ¿Está usted satisfecho con la información recibida por los medios de comunicación sobre el reciclaje?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

PORQUE\_\_\_\_\_

5. ¿Conoce usted los días que pasa por su casa o sitio de trabajo las personas recolectoras de basura?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

CUALES: \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo es el trato con estas personas?

A. Bueno

B. Malo

C. Regular

7. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una cooperativa que respalde la actividad de reciclar?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

8. ¿conoce la existencia de la nueva cooperativa de recuperadores RECICLAN en Ocaña?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

9. RECICLAN es una cooperativa nueva en Ocaña dedicada a la recolección de basuras con el fin de reutilizarlas; Por lo tanto no cuenta con un marco corporativo. ¿qué valores le gustaría que tenga en cuenta la cooperativa? Marque con una X

Honestidad\_\_\_ Respeto\_\_\_ lealtad\_\_\_ responsabilidad\_\_\_ disciplina\_\_\_  
perseverancia\_\_\_ aprendizaje\_\_\_ puntualidad\_\_\_ calidad\_\_\_ justicia\_\_\_  
comunicación\_\_\_ originalidad\_\_\_ seguridad\_\_\_ honestidad\_\_\_ trabajo en  
equipo\_\_\_ libertad\_\_\_

10. ¿Estaría de acuerdo con que los siguientes principios hagan parte de RECICLAN?

1. Membresía abierta y voluntaria.
2. Control democrático de los miembros.
3. Participación económica de los miembros.
4. Autonomía e independencia.
5. Educación, entrenamiento e información.
6. Cooperación entre Cooperativas.
7. Compromiso con la comunidad.

SI\_\_\_ NO\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. ¿Estaría de acuerdo en que esta actividad fuera reconocida y respetada en el municipio?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

PORQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO D. Usuarios registrados en CENS S.A.E.S.P



Grupo-epm®

Por medio de la presente se relacionan los datos estadísticos de la cantidad de usuarios registrados en CENS S.A.E.S.P. hasta el día 13 de febrero de 2015.

SUCURSAL	MUNICIPIO	SECTOR	NIVEL_TENSION	CSERVICIO	ESTRATO	TOTAL_CL
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	1	12,149
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	2	11,350
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	3	4
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	3	5,558
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	4	41
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	RESIDENCIAL	4	1,250

SUCURSAL	MUNICIPIO	SECTOR	NIVEL_TENSION	CSERVICIO	ESTRATO	TOTAL_CL
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	OFICIAL	0	2
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	OFICIAL	0	241
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	OFICIAL	0	1

SUCURSAL	MUNICIPIO	SECTOR	NIVEL_TENSION	CSERVICIO	ESTRATO	TOTAL_CL
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	INDUSTRIAL	0	1
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	INDUSTRIAL	0	32
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	INDUSTRIAL	0	3
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	INDUSTRIAL	0	2

SUCURSAL	MUNICIPIO	SECTOR	NIVEL_TENSION	CSERVICIO	ESTRATO	TOTAL_CL
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	COMERCIAL	0	2
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	AREA COMUN/RESIDENCI	4	3
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	HOTELES	0	1
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL II ( ENTRE 1 Y 30 KV)	COMERCIAL	0	1
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	TEMPORALES	0	61
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	BOMBEO DE DE AGUA	0	3
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	COMERCIAL	0	3,246
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	AREA COMUN/COMERCIAL	0	7
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	COMERCIAL	0	150
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	ARRENDAMIENTO OTROS SERVICIOS	0	2
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	AREA COMUN/RESIDENCI	3	4
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	NO REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	AREA COMUN/RESIDENCI	5	1
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	AREA COMUN/RESIDENCI	2	1

SUCURSAL	MUNICIPIO	SECTOR	NIVEL_TENSION	CSERVICIO	ESTRATO	TOTAL_CL
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	EMPLEADOS	2	17
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	EMPLEADOS	1	11
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	EMPLEADOS	3	32
3000 - CENS OCANA	498 - OCANA	REGULADO	NIVEL I ( MENOR A 1 KV)	EMPLEADOS	4	16

3A.192

  
 JULIÁN ANDRÉS CASTRO AREVALO  
 Tecnólogo E Gestion Comercial (E)

Cúcuta - Norte de Santander  
 Avenida Aeropuerto 5N- 220  
 Barrio Sevilla  
 ☎ (7) 582 4444 - Fax: (7) 578 0990

Ocaña - Norte de Santander  
 Calle 7 29-183 Avenida Francisco  
 Fernández de Contreras  
 PBX (7) 563 6363- Fax: (7) 561 1365

Tibú - Norte de Santander  
 Carrera 6 6-17 Barrio El Carmen  
 PBX (7) 566 3278 - Fax: (7) 566 3383

Pamplona - Norte de Santander  
 Carrera 8 Calle 7 Esquina  
 PBX (7) 568 1187 - Fax: (7) 568 4027

Aguachica - Cesar  
 Calle 11 14-10 Barrio la Ceiba Esquina  
 PBX (5) 565 0150 - Fax: (5) 565 2516

Centrales Eléctricas del Norte de Santander S.A. E.S.P

www.cens.com.co

**ANEXO E. Familias inscritas en el SISBEN**

Nombre de la comuna	Nombre del barrio	Total de familias
comuna 1	LAS LLANADAS	187
comuna 1	20 DE JULIO	121
comuna 1	EL LLANO ECHAVEZ	296
comuna 1	LAS CAJAS	45
comuna 1	TIBER	26
comuna 1	SANTA MARTA	58
comuna 1	SITIO NUEVO	44
comuna 1	VILLALUZ	84
comuna 1	SANTA ANA	53
comuna 1	SAN JOSE	129
comuna 1	URBANIZACION CENTRAL	70
comuna 1	HACARITAMA	97
comuna 1	TACALOA	61
comuna 1	SAN AGUSTIN	17
comuna 1	LA MODELO	110
comuna 1	CARACOLI	17
comuna 1	TOTUMALITO	31
comuna 1	EL TOPE	1
comuna 1	EL PLAYON	25
comuna 1	EL UVITO	65
comuna 1	PUNTA DEL LLANO	0
comuna 1	SANTA EUDOSIA	29
comuna 1	URBANIZACION MARINA	12
comuna 1	SANTA RITA	12
comuna 1	SAN FRANCISCO	1
comuna 1	CAMINO VIEJO	1
comuna 1	CALLE ESCOBAR	56
comuna 1	SANTA BARBARA	16
comuna 1	EL MERCADO	84
comuna 1	LOS ALTILLOS	17
comuna 1	LA ROTINA	78
comuna 1	SAN CAYETANO	18
comuna 1	TAMACO	32
comuna 1	EL CENTRO	9
comuna 1	CALLE LA LUZ	64
comuna 1	LA POPA	71

comuna 1	VENECIA	26
comuna 1	MIRAFLORES	9
comuna 1	EL TORITO	21
comuna 1	CALLE DE LA AMARGURA	3
comuna 1	CALLE DEL MANGO	0
comuna 1	EL CEMENTERIO	44
comuna 1	DIVINO NIÑO	0
comuna 1	CALLE ANTON GARCIA DE BONILLA	9
comuna 1	CALLE DE LOS TELEFONOS	1
comuna 2	EL DORADO	547
comuna 2	NUEVO HORIZONTE	111
comuna 2	CAÑAVERAL	143
comuna 2	EL CARMEN	721
comuna 2	SIMON BOLIVAR	879
comuna 2	SESQUICENTENARIO	137
comuna 2	FUNDADORES	102
comuna 2	COMUNEROS	241
comuna 2	URBANIZACION LOS ALPES	2
comuna 2	EL RETIRO	95
comuna 2	EL PEÑON	200
comuna 2	URBANIZACION BRUSELAS	86
comuna 2	CRISTO REY	701
comuna 2	BETANIA	143
comuna 2	NUEVE DE OCTUBRE	137
comuna 2	LAS VICENTINAS	156
comuna 2	EL TANQUE O LA COLINA	66
comuna 2	LAS TRAVESIAS	7
comuna 2	BARCELONA	65
comuna 2	LOS ARALES	37
comuna 2	URBANIZACION BRISAS DEL POLACO	153
comuna 2	URBANIZACION POLACO I	23
comuna 2	URBANIZACION POLACO II	1
comuna 2	ALTOS DEL POLACO	1
comuna 3	CAMINO REAL	189

(Continuación)

comuna 3	PALOMAR	282
comuna 3	SANTA LUCIA	104
comuna 3	LA PIÑUELA	92
comuna 3	SAN ANTONIO	69
comuna 3	GUSTAVO ALAYON	216
comuna 3	LA PALMITA	170
comuna 3	LAS MERCEDES	243
comuna 3	EL CARRETERO	51
comuna 3	LA COSTA	169
comuna 3	LA FAVORITA	106
comuna 3	VILLA NUEVA	156
comuna 3	LA QUINTA	13
comuna 3	SAN FERMIN	997
comuna 3	EL LLANITO	68
comuna 3	LA ESPERANZA	402
comuna 3	DOCE DE OCTUBRE	210
comuna 3	EL BOSQUE	442
comuna 3	LOS ALMENDROS	208
comuna 3	EL BAMBO	335
comuna 3	26 DE JULIO	180
comuna 3	CARBON	92
comuna 3	RAMAL	76
comuna 3	CUESTA BLANCA	229
comuna 3	PROMESA DE DIOS	341
comuna 3	NUEVA MADRID	2
comuna 3	LA PAZ	42
comuna 3	BELEN	313
comuna 3	QUEBRADA EL TEJAR	61
comuna 3	LAS ALCANTARILLAS	18
comuna 3	OLAYA HERRERA	303
comuna 3	JORGE ELIECER GAITAN	52
comuna 3	LA QUINTA	2
comuna 3	LOS ALPES	14
comuna 3	CARRETERA CENTRAL	69
comuna 3	MILANES	63
comuna 3	URBANIZACION EL MOLINO	81
comuna 3	EL ESPINAZO	46
comuna 3	LA LUZ POLAR	37
comuna 3	JESUS CAUTIVO	49

comuna 3	VILLA SUR	31
comuna 3	EL CAMINO	33
comuna 3	URBANIZACION TABACHINES	35
comuna 3	TRES DE ABRIL	53
comuna 3	PRADO SUR	7
comuna 3	LAS CRUCECITAS	33
comuna 3	LIBARDO ALONSO	409
comuna 3	CIUDADELA DEPORTIVA	150
comuna 3	URBANIZACION LOS OLIVOS	2
comuna 3	URBANIZACION LOS ALAMOS	4
comuna 4	SANTA CRUZ	387
comuna 4	EL TEJARITO	259
comuna 4	JUNIN	127
comuna 4	LA TORCOROMA	591
comuna 4	JUAN XXIII	775
comuna 4	LA LIBERTAD	87
comuna 4	EL LANDIA	173
comuna 4	LA ESMERALDA	13
comuna 4	MARABELITO	291
comuna 4	MARABEL	155
comuna 4	NUEVA ESPAÑA	285
comuna 4	CUARTO CENTENARIO	119
comuna 4	CAMILO TORRES	327
comuna 4	SAN RAFAEL	2
comuna 4	PRIMERO DE MAYO	96
comuna 4	LAS DELICIAS	27
comuna 4	VILLA ROSA	172
comuna 4	15 DE AGOSTO	2
comuna 4	LAS VILLAS	9
comuna 4	BELLA VISTA	0
comuna 4	URBANIZACION ALBANIA	0
comuna 4	URBANIZACION VILLA CAROLINA	2
comuna 5	LAS FERIAS	61
comuna 5	BUENOS AIRES	2
comuna 5	LAS PALMERAS	12
comuna 5	LA PRIMAVERA	7
comuna 5	CIUDAD JARDIN	18



(Continuación)

comuna 5	EL LAGO	3
comuna 5	LOS ACACIOS	2
comuna 5	AVENIDA FRANCISCO FERNANDEZ DE CONTRERAS	2
comuna 5	ALTOS DE LA COLINA	4
comuna 5	VILLAS DE ANTON	0
comuna 5	JARDINES DE LA ROSA	8
comuna 5	ALTOS DE LA PRIMAVERA	0
comuna 5	PRADOS DEL LAGO	1
comuna 5	URBANIZACION MIRADORES DEL LAGO	0
comuna 5	MIRADORES DE CARACOLI	1

comuna 6	SANTA CLARA	271
comuna 6	BERMEJAL	168
comuna 6	URBANIZACION COLINAS DE LA FLORIDA	97
comuna 6	EL LIBANO	86
comuna 6	LA GLORIA	91
comuna 6	2 DE OCTUBRE	112
comuna 6	VILLA PARAISO	426
comuna 6	LA PERLA	484
comuna 6	ALTOS DEL NORTE	200
comuna 6	VILLA MAR	56
comuna 6	LA ONDINA	4
comuna 6	LOS CRISTALES	333
comuna 6	SAUCES	439
comuna 6	ASOVIGIRON	262
comuna 6	COLINAS DE LA PROVINCIA	208
comuna 6	JOSE ANTONIO GALAN	828
comuna 6	COLINAS DE LA ESPERANZA	237