



Chao FUNDAS

hacia una sociedad mas sostenible

TinkuLab & Asociados

2016

Tabla de contenido

Antecedentes.....	3
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Gestión del proyecto.....	4
Alcance del proyecto.....	5
Desagregación de Tareas (EDT)	7
Cronograma e hitos.....	8
Gestión de Riesgos del Proyecto.....	9
Gestión de Cambios del Proyecto	10
Gestión de Control y Seguimiento	11
Evaluación de Proyecto	12
Costos del Proyecto.....	14
Marco Lógico	16

Antecedentes

Conscientes del excesivo consumo de fundas plásticas y sus efectos negativos para la ciudad de Quito, como activistas sociales es de nuestra preocupación la búsqueda de alternativas viables para la reducción del uso de bolsas plásticas.

La ciudad de Quito¹ produce un total diario de alrededor de dos mil toneladas métricas de basura² de las cuales al menos el 11% corresponden a fundas plásticas de baja densidad, es decir un promedio de doscientas toneladas diarias u ochenta mil al año.³

Las fundas causan problemas como bloqueos y daños en las bombas y tuberías de evacuación de aguas servidas, canales de aguas lluvias o peor aún, son arrastradas hasta las playas y bahías, tapan las rejillas de los desagües, provocando inundaciones. Además de esto, hay que tomar en cuenta que las bolsas de plástico, fabricadas fundamentalmente a partir de petróleo y gas, tienen una vida estimada de 1.000 años, antes de romperse en pequeñas partículas tóxicas.

Por esto, es necesario desincentivar el consumo de las fundas plásticas a través de la generación de políticas públicas que garanticen la sostenibilidad de pertinencia ambiental, social y cultural, desarrollando actividades dirigidas a aumentar el conocimiento, la concienciación y la participación ciudadana en actividades relacionadas con la prevención de la contaminación ambiental, el fortalecimiento del consumo responsable y la reducción, reutilización y reciclaje de residuos, mejorando la eficiencia en el uso de los recursos con una perspectiva cíclica y regenerativa en todas sus fases.

Por ello el proyecto consiste en realizar un plan piloto de política pública a través de una ordenanza municipal modelo, enfocada en la reducción del consumo del 5% de fundas plásticas comerciales, en el Distrito Metropolitano de Quito, a través del empoderamiento de actores claves.

¹ De acuerdo a su Atlas ambiental 2016, en su página 103, recuperado de:
<http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/descarga-de-menu>

² De acuerdo a datos de la wwf un ecuatoriano promedio usa 6 fundas plásticas comerciales (t-shirt bags) semanales. La reducción buscada en el primer año sería solo 1 de esas 24 que comúnmente se consumen.

³ El costo de la recolección por tonelada es de promedio los USD \$30 y al menos \$10 más, es decir un monto de USD \$4'000.000. La reducción de un 5% le significaría alrededor de un ahorro de USD \$200.000.

En razón de esto, los puntos clave que se han identificado para el proyecto son:

- Sensibilizar y educar sobre los daños al ambiente causados por el uso de fundas plásticas.
- Redacción de una ordenanza modelo.
- Participación directa de gobiernos estudiantiles de Colegios y Universidades.
- Campañas de concientización en redes sociales.

Lo cual permitirá mitigar el problema de la excesiva utilización de fundas plásticas, en el Distrito Metropolitano de Quito, que se ve reflejada en ochenta mil toneladas de basura al año.

Objetivo General

Reducción del consumo del 5% de fundas plásticas hasta el 31 de diciembre de 2017 en el Distrito Metropolitano de Quito, lo cual le significaría al distrito un ahorro anual de alrededor de doscientos mil dólares, además del impacto ambiental.

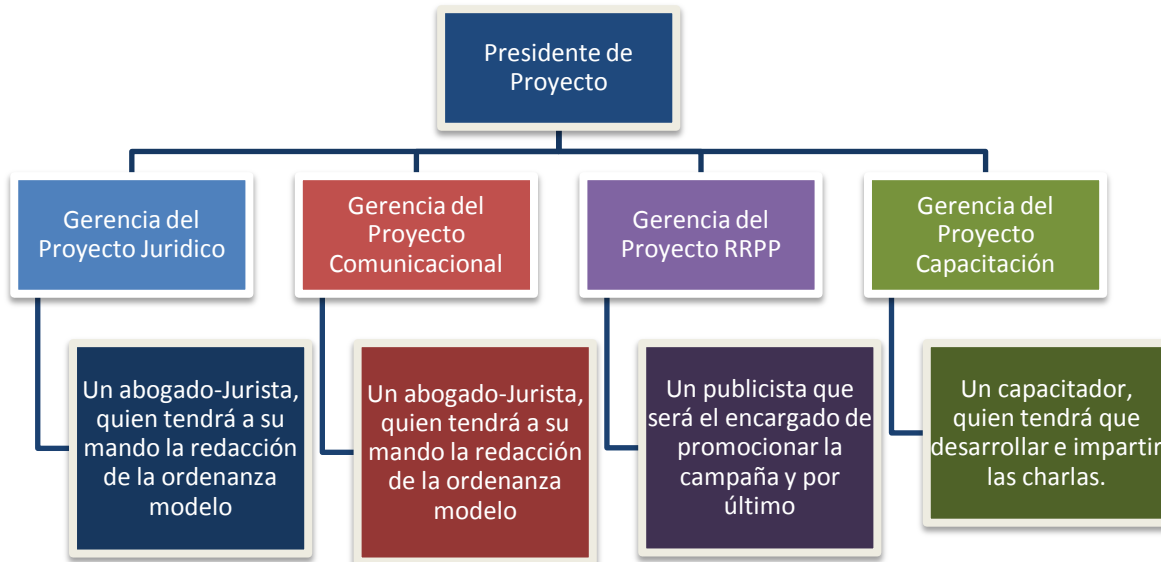
Objetivos Específicos

1. Redactar un modelo ordenanza municipal para la reducción del consumo de fundas plásticas.
2. Idear una campaña publicitaria.
3. Promocionar la campaña a través de redes sociales específicamente FACEBOOK Y TWITTER
4. Desarrollar charlas informativas en colegios de Quito, específicamente William Shakespeare, San Gabriel, Benalcázar, Liceo Internacional.

Gestión del proyecto

La Gestión del proyecto estará a cargo del Comité del Proyecto que estará compuesto por cuatro gerentes de proyecto quienes tendrán a su cargo la realización de cada uno de los objetivos específicos que permitirán alcanzar al objetivo general, para lo cual contarán con ejecutores directos.

El comité de proyectos será el órgano encargado de guiar la consecución del objetivo general, el mismo que contará con un presidente de proyecto de será el encargado de velar el cumplimiento del mismo.



Alcance del proyecto

El proyecto tiene como finalidad la reducción en el uso de fundas plásticas en un 5% en el Distrito Metropolitano de Quito. En razón de esto el proyecto cuenta con cuatro requisitos fundamentales que deben ser cumplidos a cabalidad y dentro de los tiempos establecidos. A saber estos serán, la redacción y entrega de un modelo de ordenanza, la ideación de una campaña publicitaria, la puesta en marcha de la campaña a través de redes sociales y por último, se impartirán charlas informativas y de concientización.

En este orden de ideas, el primer paso que se realizará es la redacción y entrega de un modelo de ordenanza para lo cual es fundamental realizar de ante mano una revisión legal o estudio micro comparado de las experiencias de otros países sobre este tema, consecutivamente se redactara la ordenanza para su revisión y por último se hará la entrega de esta al Consejo Municipal órgano que tiene la potestad de discutir y aprobar la ordenanza misma que regulara el consumo y uso de fundas plásticas para reducir las cantidades alarmantes de desechos en la ciudad de Quito, para lo cual limitará la entrega “gratuita” de las fundas plásticas comerciales, estando los locales comerciales de todo el distrito en la obligación de cobrar no menos de su “costo contablemente reflejado.

El segundo paso a realizar, es la idealización de una campaña publicitaria la cual tiene como propósito buscar generar conciencia sobre el uso de fundas plásticas, además permitirá generar

una mayor posibilidad de que la ordenanza presentada sea aprobada y por último permitirá que la ciudadanía se empodere del proyecto de reducción de uso de fundas plásticas. Para cumplir con este paso es sustancial en primer lugar una revisión de campañas nacionales e internacionales sobre proyectos similares, posteriormente se realizara un borrador de la campaña, luego se testeara esta en 2 focusgrups y por último se generaran los contenidos definitivos.

El tercer paso será la publicación de la campaña generada a través de redes sociales específicamente FACEBOOK y TWITTER, para un mejor alcance de este paso será necesario realizar un reporte sobre el avance de las publicaciones con la intención de viralizar los contenidos expuestos.

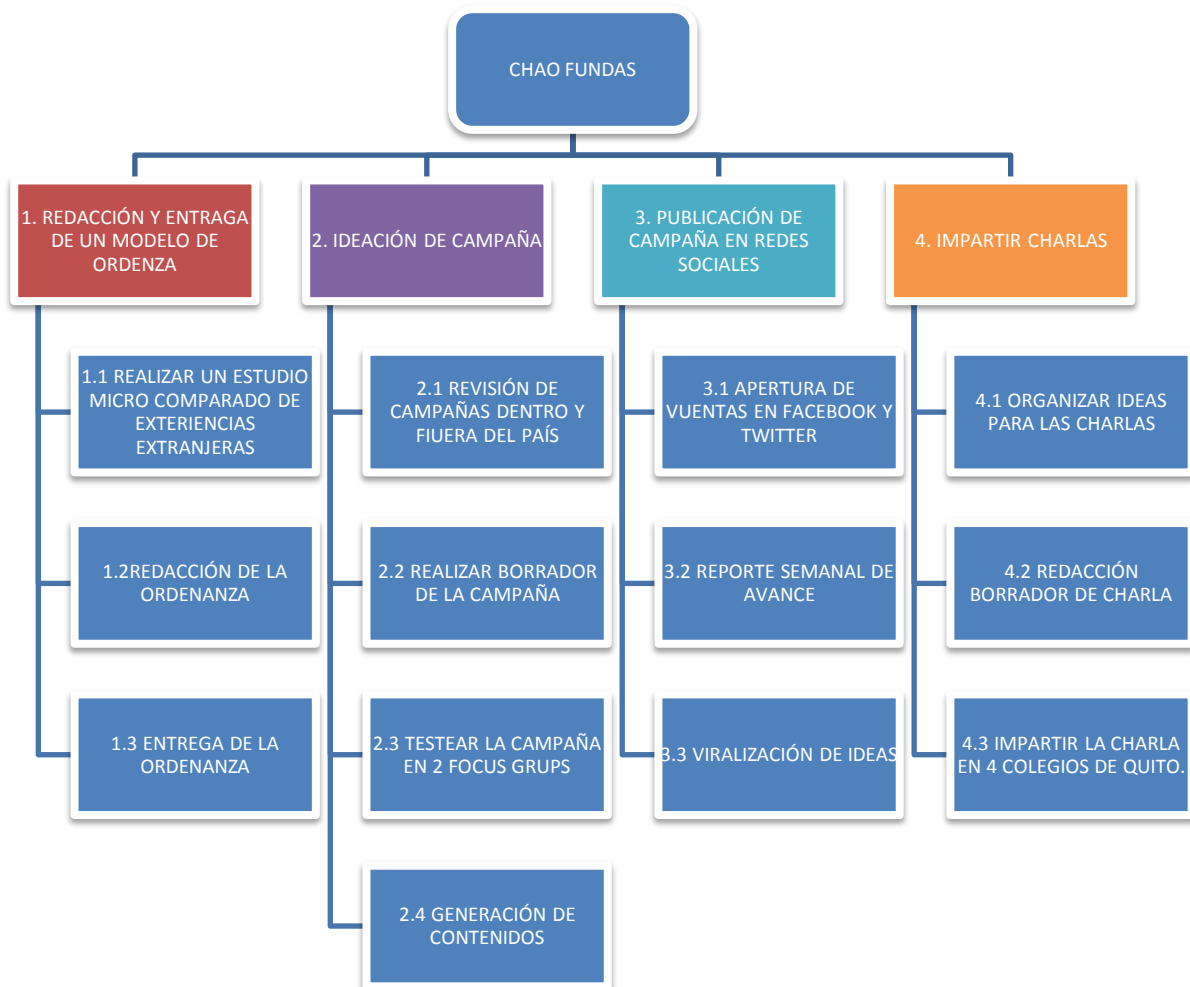
Por último, el cuarto paso consiste en impartir charlas informativas y de concientización a cuatro colegios de Quito, específicamente, a William Shakespeare. San Gabriel, Benalcázar y Liceo Internacional lo cual tiene por finalidad que buscará conseguir un efecto cascada en los consejos estudiantiles, a través del apoyo de colegios donde ya se han llevado a cabo planes similares con logros importantes.⁴

En definitiva las externalidades positivas que esperamos encontrar serán: 1. La primera y más importante, el empoderamiento de una masa crítica, que con su poder en redes y social en calles logren llevar adelante proyectos que pueden ser difícilmente defendidos solos por la autoridad pública; 2. La creación de una conciencia pública para “reducir, reusar y reciclar” en un círculo virtuoso hoy en día “de moda” y que encuentra siendo impuesto por la nueva cosmovisión de milenales; 3. Un efecto cliché de ambientalismo que podrá tener un efecto en la visión del turista; 4. La creación de una industria o pequeños emprendimientos de producción de fundas plásticas reciclables o fundas de tela reusables⁵; entre otros.




⁴ El Colegio Liceo Internacional y su campaña de reducción del consumo de alcohol tuvo un efecto directo

⁵ El proyecto prevé presentare modelos de diseños fáciles de hacerlos uno mismo con materiales reciclables y quizás remplazar la ventas de jugos de naranja en las esquinas de la ciudad.

Desagregación de Tareas (EDT)



Cronograma e hitos

HITOS	CATEGORIA	DURACIÓN (días)	CUMPLIMIENTO	PONDERACIÓN	RESPONSABLES
1. REDACCIÓN Y ENTREGA DE UN MODELO DE ORDENZA	ENTREGABLE FINAL	120	  	25%	Eduardo Mendoza
1.1 REALIZAR UN ESTUDIO MICRO COMPARADO DE EXTERIENCIAS EXTRANJERAS	Entregables Intermedios	30		5%	
1.2 REDACCIÓN DE LA ORDENANZA	Entregables Intermedios	60		15%	
1.3 ENTREGA DE LA ORDENANZA	Entregables Intermedios	30		5%	
2. IDEACIÓN DE CAMPAÑA	ENTREGA FINAL	105		25%	Paola Miño
2.1 REVISIÓN DE CAMPAÑAS DENTRO Y FUERA DEL PAÍS	Entregables Intermedios	30		5%	
2.2 REALIZAR BORRADOR DE LA CAMPAÑA	Entregables Intermedios	30		5%	
2.3 TESTEAR LA CAMPAÑA EN 2 FOCUS GRUPS	Entregables Intermedios	15		5%	
2.4 GENERACIÓN DE CONTENIDOS	Entregables Intermedios	30		10%	
3. PUBLICACIÓN DE CAMPAÑA EN REDES SOCIALES	ENTREGABLE FINAL	120		25%	Patricia Sotomayor
3.1 APERTURA DE VUENTAS EN FACEBOOK Y TWITTER	Entregables Intermedios	30		5%	
3.2 REPORTE SEMANAL DE AVANCE	Entregables Intermedios	30		15%	
3.3 VIRALIZACIÓN DE IDEAS	Entregables Intermedios	60		5%	
4. IMPARTIR CHARLAS	ENTREGABLE FINAL	120		25%	Santiago Freire
4.1 ORGANIZAR IDEAS PARA LAS CHARLAS	Entregables Intermedios	30		5%	
4.2 REDACCIÓN BORRADOR DE CHARLA	Entregables Intermedios	30	5%		
4.3 IMPARTIR LA CHARLA EN 4 COLEGIOS DE QUITO.	Entregables Intermedios	60	15%		

Gestión de Riesgos del Proyecto

Sin lugar a dudas los riesgos son inherentes a todo proyecto. Por tal motivo, se vuelve indispensable una correcta gestión de los mismos, con miras a sobre pasarlos eficientemente y minimizar su probabilidad e impacto. Los responsables de prevenir la ocurrencia de los riesgos serán los gerentes de proyecto, quienes tienen a su cargo cada una de las macro-actividades, en este sentido en el supuesto que el riesgo se traslade a la realidad, serán los gerentes de igual manera los encargados de implementar la respuesta a estos en base al siguiente cuadro:

No.	FASES DEL PROYECTO	DEFINICIÓN DEL RIESGO	PROBALIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	CALIFICACIÓN	RESPUESTA	PLAN DE MITIGACIÓN	PLAN DE OCURRENCIA
1	REDACCIÓN Y ENTREGA DE UN MODELO DE ORDENZA	Copias no tropicalizadas o falta de conocimiento de los proceso que lleva adelante la ciudad	3,00	7	21	Transferir	No avanzar la ejecución del proyecto hasta identificar el error	Cambio del encargado y ejecutores, pues se asume que falta conocimiento.
2	IDEACIÓN DE CAMPAÑA	No descubrir el error que cometieron otras campañas de publicidad	2,00	1	2	Aceptación Pasiva	Analizar a profundidad por que otras campañas similares fracasaron	Generar nuevas ideas para campaña
3	PUBLICACIÓN DE CAMPAÑA EN REDES SOCIALES	No delimitar el público al cual se refiere la campaña lo que generaría incertidumbre en la red global	2,00	4	8	Mitigar	Establecer límites de información concretamente a los pobladores de Quito	Generar un nuevo plan de limitación del público.
4	IMPARTIR CHARLAS	No generar empatía con los oyentes, lo que generaría que no se involucren en el proyecto.	3,00	1	3	Aceptación Activa	Cumplir con los procesos de aseguramiento y control de calidad	Cambio de expositores.

Probabilidad de Ocurrencia

- 1.- Muy baja (0 - 0,2)
- 2.- Baja (0,2 - 0,4)
- 3.- Media (0,4 - 0,6)
- 4.- Alta (0,6 - 0,8)
- 5.- Muy Alta (0,8 - 1)

Escala de Impacto

- 1.- Muy Bajo
- 4.- Bajo
- 7.- Alto
- 10.- Muy Alto

Gestión de Cambios del Proyecto

Nuestro proyecto, como cualquier otro, siempre deberá afrontar la posibilidad de que se deba crear cambios. Toda modificación a las limitaciones iniciales del proyecto, previamente definidas, deberán estar encaminadas al logro de los objetivos iniciales. En principio estos cambios podrán ser en productos del proyecto y sus costos.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	PERIODICIDAD	ACTOR
<i>RESPONSABLE DE CAMBIOS</i>	El responsable de Cambios, una vez identificado el cambio, revisa e informa del posible cambio al Gerente del Proyecto	CADA VEZ	GERENTE DEL PROYECTO
<i>GERENTE DEL PROYECTO</i>	Revisa los cambios del proyecto, en caso de no estar de acuerdo con el cambio, desechan el mismo. En caso de aprobar el cambio, determina si impacta al alcance, al costo, o a la calidad del proyecto.	QUINCENAL	RESPONSABLE DE CAMBIOS
<i>GERENTE DEL PROYECTO</i>	Mediante memorando, el Gerente del Proyecto informa al Director Ejecutivo del cambio planteado. Si el impacto es político el Director Ejecutivo informará al Directorio, de ser un cambio administrativo se aprobará el mismo y continua el proceso	CADA VEZ	DIRECTOR EJECUTIVO
<i>RESPONSABLE DE CAMBIOS</i>	Comunica a todo el equipo interno y gestiona que se actualice el proyecto en Alcance, costo o calidad del mismo. En las áreas que correspondan y en el sistema de control y seguimiento, en la herramienta informática	INMEDIATA	TODO EL EQUIPO
<i>RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN Y EL RESPONSABLE DE COORDINACIÓN EXTERNA</i>	Reuniones con los actores externos para socializar el cambio del proyecto	INMEDIATA	ACTORES EXTERNOS
<i>RESPONSABLE DE CAMBIOS</i>	En la siguiente reunión quincenal se revisará el cumplimiento de las acciones solicitadas	QUINCENAL	GERENTE DEL PROYECTO Y EQUIPO INTERNO

Gestión de Control y Seguimiento

El gerente del proyecto convocará al equipo y se realizará una reunión quincenal con el fin de revisar el avance del proyecto, los inconvenientes encontrados y el trabajo a realizar.

El equipo tiene como objetivo lograr avances en el proyecto, tomando en cuenta el análisis y retroalimentación del mismo. Logrando así integrar a todos los colaboradores del Comité para el avance del proyecto.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	PERIODICIDAD	ACTOR
GERENTE DEL PROYECTO Y EL RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO Y CONTROL	Reuniones los días lunes de cada semana, para revisar la programación con los miembros del equipo, con la finalidad de que el Gerente del Proyecto esté informado del avance y las siguientes acciones.	SEMANALES	EQUIPO INTERNO
GERENTE DEL PROYECTO Y EL RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO Y CONTROL	Revisión de avance, problemas, cambios riesgos y compromisos de los responsables del proyecto con sus respectivos equipos de trabajo.	QUINCENAL	RESPONSABLE DE RIESGOS Y RESPONSABLE DE CAMBIOS
GERENTE DEL PROYECTO Y EL RESPONSABLE DE SEGUIMIENTO Y CONTROL	Reuniones de trabajo para revisar el avance en las administraciones zonales	MENSUAL	RESPONSABLE DE LA GESTIÓN EXTERNA
GERENTE DEL PROYECTO	Reuniones de información para revisar el avance del proyecto con autoridades	BIMENSUAL	DIRECTOR EJECUTIVO
DIRECTOR EJECUTIVO	Reuniones de información de avance del proyecto al Directorio	SEGÚN CONVOCATORIA DE DIRECTORIO	DIRECTORIO
GERENTE DEL PROYECTO	Reunión de Resultados de Ejecución y Cierre de cada feria	SEMESTRAL	DIRECTOR EJECUTIVO Y DIRECTORIO
GERENTE DEL PROYECTO	Reunión final para revisar el cumplimiento de metodología de sostenibilidad del proyecto	ANUAL	DIRECTOR EJECUTIVO

Evaluación de Proyecto

Para la evaluación del proyecto “Chao Fundas” se van analizar las acciones propuestas de acuerdo a los criterios metodológicos de la ejecución del proyecto con el fin de verificar la ejecución del mismo.

Indicadores de RESULTADO

HITO	INDICADOR
REDACCIÓN Y ENTREGA DE UN MODELO DE ORDENZA	<ul style="list-style-type: none"> Creación ordenanza / Tiempo de Aprobación
IDEACIÓN DE CAMPAÑA	<ul style="list-style-type: none"> % de Impacto de Campaña % de Alance Campaña
PUBLICACIÓN DE CAMPAÑA EN REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> % Crecimiento en Redes Sociales % Alcance del Proyecto No. De Audiencia Nueva No. de visitas que visualizan una sola página web / N° de visitas a la página web
IMPARTIR CHARLAS	<ul style="list-style-type: none"> No. De Charlas No. de Estudiantes / Colegios Distrito Metropolitano de Quito % de aceptación charlas
PROYECTO FINAL CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> Alcance campaña / Alcance total del proyecto Para el año 2017, replica del proyecto al menos 2 ciudades. ROI/Inversión

Valoración Criterio de aceptación

DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
(entregable NO aceptado, cambio importante)	1
(entregable NO aceptado, cambio menor)	2
(entregable aceptado)	3

Valoración Meta realizada

DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
(entregable NO aceptado, cambio importante)	0.5
(entregable NO aceptado, cambio menor)	0.8
(entregable aceptado)	1

Matriz Evaluación del Proyecto

Fase	Descripción	EDT Responsable	Estatus Actual	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Criterio de Aceptación	Meta ponderada	Meta Realizada	Costo	Duración
Planificación	REDACCIÓN Y ENTRAGA DE UN MODELO DE ORDENZA	Gerente Proyecto Jurídico	Se entregó el documento a espera de aprobación final	15/09/2016	15/01/2017	2	10	8	\$ 9.800,00	120 días
Ejecución	IDEACIÓN DE CAMPAÑA	Gerente Proyecto Comunicación	En elaboración	-	-	-	20	-	\$ 7.800,00	105 días
	PUBLICACIÓN DE CAMPAÑA EN REDES SOCIALES	Gerente Proyecto Comunicación y RP	En elaboración	-	-	-	25	-	\$ 32.200,00	120 días
	IMPARTIR CHARLAS	Gerente Proyecto Capacitación	En elaboración	-	-	-	30	-	\$ 8.200,00	120 días
Cierre	PROYECTO EJECUTADO CIERRE	Comité Proyecto	N/A	-	-	-	15	-	-	30 días
TOTAL							100	8	\$ 58.000,00	

Costos del Proyecto

Fase 1.- Redacción Modelo de Ordenanza	Tipo de Recurso	Costo	Total
Investigación de mercado	Humano	\$ 3.000,00	\$9.800,00
Identificar actores claves del proyecto	Humano	\$ 1.000,00	
Identificar los cuellos de botella	Humano	\$ 1.000,00	
Identificar los ejes de acción más importantes	Humano	\$ 600,00	
Definir la metodología de acción	Humano	\$ 1.200,00	
Redactar la Ordenanza	Humano	\$3000,00	
Fase 2.- Ideación de Campaña	Tipo de Recurso	Costo	
Revisión de la Campaña dentro y fuera del país	Humano	\$ 1.200,00	\$7.800,00
Establecer los hitos del proyecto	Humano	\$ 1.000,00	
Generar análisis y registros de incidencia	Humano	\$ 1.000,00	
Definir plan de acción de cumplimiento de objetivos	Humano	\$ 1.200,00	
Establecer los responsables de las diferentes áreas del proyecto	Humano	\$ 600,00	
Determinar matriz de riesgos en la implementación	Humano	\$ 1.200,00	
Nombrar Comité Ejecutor	Humano	\$ 1.200,00	
Buscar la incorporación de fundaciones reconocidas en el trabajo y desarrollo social	Humano	\$ 400,00	
Fase 3.- Publicación de campañas en redes	Tipo de Recurso	Costo	Total
Generar plan de comunicación	Humano	\$ 2.000,00	\$32.200,00
Generar contenidos comunicacionales	Humano	\$ 1.200,00	
Pautar spot en redes sociales	Humano-Sistemas	\$ 5.000,00	
Generar campañas de concientización	Humano	\$ 8.000,00	
Desarrollar sistemas de seguimiento y control	Sistemas	\$ 6.000,00	
Generar métodos de evaluación	Humano	\$ 2.000,00	
Implementar sistema de evaluación	Sistemas	\$ 6.000,00	
Supervisar las tareas asignadas	Humano	\$ 2.000,00	

Fase4 .- Impartir Charlas	Tipo de Recurso	Costo	Total
Realizar Charlas Informativas en los colegios	Humano	\$ 2.000,00	\$8.200,00
Organizar mesas de trabajo con actores claves (Dirigentes estudiantiles, dirigentes barriales)	Humano	\$ 2.000,00	
Entregar hojas informativas (Díptico)	BTL	\$ 1.200,00	
Cobertura audiovisual los procesos	Humano	\$ 3.000,00	

FASES PROYECTO	Costos
Fase 1.- Redacción Modelo de Ordenanza	\$ 9.800,00
Fase 2.- Ideación de Campaña	\$ 7.800,00
Fase 3.- Publicación de campañas en redes	\$ 32.200,00
Fase4 .- Impartir Charlas	\$ 8.200,00
TOTAL	\$ 49.800,00

Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
Meta Final: Reducción del consumo del 5% de fundas plásticas hasta el 31 de diciembre de 2017 en el Distrito Metropolitano de Quito, lo cual le significaría al distrito un ahorro anual de alrededor de doscientos mil dólares, además del impacto ambiental.	5% de reducción al 31 de diciembre de 2017	Se verificara a través de la información otorgada por la municipalidad. Data del Municipio	Obtención de Financiamiento para el proyecto. Los incentivos para generar interés en los sectores públicos y privados más adecuados
Objetivo 1: Redacción y Entrega de un Modelo de Ordenanza	Creación ordenanza / Tiempo de Aprobación	Documento Ordenanza Aprobado y enviado	Entregar la ordenanza
Objetivo 2: Idear una campaña publicitaria	% de Impacto de Campaña % de Alance Campaña	Documento Aprobación de Campaña	Creación de una campaña de impacto en el público objetivo
Objetivo 3: Promocionar la campaña a través de redes sociales	% Crecimiento en Redes Sociales % Alcance del Proyecto No. De Audiencia Nueva No. de visitas que visualizan una sola página web / Nº de visitas a la página web	Reportes e Informes	Viralización de la campaña a través de todos las redes sociales con un impacto del 80% en el público objetivo.
Objetivo 4: Desarrollar charlas informáticas en colegios de Quito	No. De Charlas No. de Estudiantes / Colegios Distrito Metropolitano de Quito % de aceptación charlas	Registro asistentes charlas	Charlas planificadas de cumplen al 100% sin mayores inconvenientes o imprevistos
Resultado: Proyecto Ejecutado Cierre	Alcance campaña / Alcance total del proyecto Para el año 2017, replica del proyecto al menos 2 ciudades. ROI/Inversión	Proyecto Aprobado Comité	Ejecución e Implementación del Proyecto en el Distrito Metropolitano de Quito.