INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Diseñar un plan de sostenibilidad que mitigue las debilidades de la empresa Índigo Express, ubicada en la ciudad de Quito, en el primer semestre del 2025.

Almagro Pachacama Christian Santiago

Administración

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración

Quito, 09 de mayo 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Diseñar un plan de sostenibilidad que mitigue las debilidades de la empresa Índigo Express, ubicada en la ciudad de Quito, en el primer semestre del 2025.

Almagro Pachacama Christian Santiago

Gustavo Hermosa. MSc

Quito, 09 de mayo 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Christian Almagro Pachacama

Código estudiante: 2210

Cédula de identidad: 171234437-1

Lugar y fecha: Quito, 14 de abril del 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Una meta alcanzada refleja el producto de un gran empeño, perseverancia, entrega e incluso lágrimas sin que nada se pueda asemejar a lo que hoy día estoy viviendo en mi actualidad y todo no sería posible vivirlo sin el apoyo e inspiración de muchas personas. Por consiguiente, este proyecto va dedicado para todas aquellas personas quienes directa e indirectamente han estado antes y después en este camino extenso, pero a su vez alcanzable.

Quiero iniciar dedicando a Dios mi Señor y mi todo, segundo a mi Esposa Alexandra por brindarme su amor incondicional por su Fe, por su perseverancia, por su apoyo, por sus oraciones y lo más importante por creer en mi cuando nadie lo hizo y nos tocó empezar desde cero una vez más.

A mi incondicional y amorosa madre María Fanny por darme en primer lugar la vida, por brindarme su amor su ternura, pero sobre todo a través de sus consejos el impulsarme a que siga adelante en todas la aéreas de mi vida, por sus enseñanzas a no rendirme y mirar siempre a los sueños como si fueran realidad.

Igualmente quiero dedicar a lo mejor que me había podido pasar en mi vida mis hermosos hijos Josua y Alejandro quienes con su ternura, paciencia y amor entienden el sacrificio realizado e igual aprender a ver que nada en la vida es imposible, siempre y cuando se ponga en primer lugar a Dios y luego a perseverar insistentemente de la mejor manera a seguir adelante.

Y por último quiero agradecer a mis hermanos por su motivación, consejos y sobre todo por el apoyo recibido durante toda mi vida ya que sus consejos igualmente me ayudaron a sobresalir aún en la adversidad y lo principal de sus enseñanzas fue a nunca desmayar y a luchar con perseverancia por cada uno de mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo al Sr. MSc. Franklin Lugmaña Gerente General de Índigo Express y a su digna familia, por la apertura y confianza para poder desarrollar el presente proyecto, siempre con la predisposición de brindarme las facilidades del caso y las herramientas necesarias.

A mi tío Sr. Ing. Ramiro Pachacama por su ejemplo de lucha y perseverancia, siempre apoyándome con su granito de arena y sin escatimar en sus posibilidades a seguirme apoyándome para seguir preparándome.

Igualmente quiero agradecer al Sr. Ing. Santiago Gálvez Gerente General de 593 Security Esinse, juntamente con su digna esposa por permitirme igualmente desarrollar mis prácticas Pre profesionales, siempre con la confianza y el respaldo necesario para que pueda cumplir mis metas y pueda terminar mis practicas con los conocimientos necesarios.

Y por último a TESA por abrirme las puertas y poder seguir preparándome gracias por las enseñanzas impartidas, gracias por permitirme relacionarme con la comunidad y ser parte de varios proyectos y sentirme útil para la sociedad.

RESUMEN

Este proyecto de investigación busca desarrollar un plan de sostenibilidad que aborde las debilidades operativas presentes en Índigo Express ubicado en Quito, el primer semestre del año 2025. Empleando un enfoque mixto, se realizaron encuestas con clientes y empleados para revelar percepciones, fortalezas y oportunidades relacionadas con las prácticas sostenibles de la empresa. Los hallazgos indican un nivel significativo de receptividad hacia prácticas de sostenibilidad ambiental que incluyen, pero no se limitan a, el uso de materiales sostenibles, programas de reciclaje y la eficiencia en lo que se conoce como el uso más sabio de los recursos básicos. También se destacaron algunas áreas de oportunidad en el contexto de comunicación, gestión de residuos y la ausencia de incentivos estructurados. El plan propuesto es un enfoque holístico que combina la concienciación sobre el uso de materiales, prácticas responsables y la co-creación de valor con los clientes. No solo este planeamiento servirá para ser usado por Índigo Express, sino que otras empresas del sector gráfico seguirían este plan. Finalmente, este documento es una herramienta básica para reforzar el compromiso ambiental de la organización, mejorar la competitividad y fomentar una cultura de negocios sostenibles.

Palabras Clave: sostenibilidad, sector gráfico, reciclaje, desarrollo sostenible, gestión ambiental.

ABSTRACT

This project aims to design a sustainability plan to mitigate the operational weaknesses of the company Índigo Express, located in Quito, the first half of the year 2025. Using a mixed-method approach, surveys were conducted with clients and employees in order to identify perceptions, strengths, and areas for improvement regarding the sustainable practices implemented by the company. The results reflect a notable level of acceptance of sustainability, highlighting elements such as the use of sustainable, recycling campaigns, and efficient consumption of basic resources. Areas of opportunity were also identified, particularly in communication, waste management, and the lack of structured incentives. An integrated plan is proposed that includes awareness strategies, responsible use of inputs, and the creation of shared value with clients. This plan will not only benefit Índigo Express but can also be adopted by other companies in the graphic sector. In conclusion, this research constitutes a fundamental tool to strengthen the organization's environmental commitment, increase its competitiveness, and promote a sustainable business culture.

Keywords: sustainability, graphic sector, recycling, sustainable development, environmental management.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I 14

INTRODUCCIÓN 14

1.1. Planteamiento Del Problema 14

1.2. Justificación 15

1.3. Alcance 17

1.4. Objetivos General y Específicos 17

1.4.1. Objetivo general: 17

1.3.2. Objetivos Específicos: 17

CAPITULO II 18

MARCO TEÓRICO 18

2.1. El Sector Gráfico 18

2.1.1. Definición y Características generales del sector grafico 18

2.1.2. Procesos gráficos: Impresión digital Motion Graphics 18

2.1.3. Rol del Sector Gráfico en la Comunicación Visual y en el Mercado 19

2.2. Fundamentos y Conceptualización de la sostenibilidad 19

2.2.1. Definición de la Sostenibilidad y Crecimiento Sostenible 19

2.2.1. Evolución histórica del concepto de Sostenibilidad 20

2.2.2. Enfoques técnicos de la sostenibilidad. 20

2.3. Dimensiones y Planificación Estratégica de la Sostenibilidad 21

2.3.1. Dimensión Ambiental 21

2.3.2. Dimensión Social 22

2.3.3. Dimensión Económica 22

2.3.4. Planificación estratégica de la sostenibilidad. 23

2.4. Marco legal 24
2.4.1. Regulaciones Ambientales. 24
2.4.2. Normativa específica. 25
2.4.3. Certificaciones dentro de la sostenibilidad. 25
2.4.4. Incentivos dentro de la sostenibilidad. 26
2.5. Marco Conceptual 26
CAPITULO III 29
MARCO METODOLÓGICO 29
3.1. Tipos de Investigación 29
3.1.1. Según el Propósito 29
3.1.2. Según la Manipulación de las Variables 29
3.1.3. Según tiempo de Duración 29
3.2. Enfoque metodológico 29
3.3. Herramientas metodológicas. 30
3.4. Técnicas de Investigación. 30
3.5. Estudios iniciales y desarrollo 31
3.5.1. Organizador gráfico de Variables 31
3.5.2. Matriz de operacionalización de variables 32
3.5.3. Criterios de inclusión y exclusión 33
3.5.4. Muestro 33
3.6. Desarrollo 33
CAPÍTULO IV 35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 35
4.1. Análisis de resultados 35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 48

Conclusiones 48

Recomendaciones.....49

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....51

ANEXO A: PROPUESTA DE UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD.....55

ANEXO B: ENCUESTA REALIZADA.....64

ANEXO C: ARCHIVO FOTOGRÁFICO.....68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diseño de un Plan de Sostenibilidad para Mitigar las Debilidades de la Empresa Índigo Express (Quito, ...**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2. Implementación 60

Tabla 3. Presupuesto .....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4. KPIs del Balanced Scorecard.....**¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable Independiente. (Galarza, 2021). 31

Figura 2. Variable Dependiente. (Galarza, 2021). 32

Figura 3. Datos referenciales 35

Figura 4. Edad 36

Figura 5. Compra o interacción 37

Figura 6. Prácticas 38

Figura 7. Sostenibilidad 39

Figura 8. Productos 40

Figura 9. Implementación 41

Figura 10. Campaña reciclaje 42

Figura 11. Servicios básicos 43

Figura 12. Debilidad 44

Figura 13. Compromiso 45

Figura 14. Precios 46

Figura 15. Incentivos 47

Figura 16. FODA 58

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento Del Problema

En recientes años, las estrategias más efectivas para promocionar sus productos y servicios ha sido los servicios gráficos. Es precisamente en este ambiente en que las prestaciones de servicios gráficos (diseño de tarjetas, catálogos, diplomas personales, revistas, libros, agendas, menús, etc.) ahora ocupan un papel protagónico, sobre todo para las empresas que buscan llegar a un público directo y visual.

En Quito, el sector gráfico en general, como en Índigo Express, debe adaptarse a las tendencias, pero esto requiere existencia con herramientas digitales actualizadas y únicas para que pueda ser reportado en todo el territorio ecuatoriano y tecnologías a fin de dar visibilidad y ventas.

De acuerdo con un informe basado en los registros del Banco Central de Ecuador, se estimó en lo que respecta a los intercambios comerciales exportaciones en (2023), podrían disminuir, causando una escasez de material que los servicios gráficos emplean para hacer su trabajo, subrayando la importancia para las empresas de servicios gráficos de ser astutas a través de mecanismos de importación directa y concretar su punto en un mercado cada vez más competitivo.

La Empresa específica es un servicio gráfico que, con su presencia operativa en el mercado nacional, por ahora no ha conseguido ejecutar una estrategia de sostenibilidad que haya demostrado ser efectiva para la empresa para maximizar el potencial de sus servicios, resultando en interacciones significativas con sus clientes donde es necesario.

Ahora, menos de 2000 empresas están registradas para servicios gráficos según los datos más recientes. Estos mismos datos confirman que esta actividad de servicios gráficos genera alrededores de millones de dólares anuales. Esto lleva a una idea de que los servicios

gráficos deben implementar estrategias de sostenibilidad que impliquen un aumento del 60% en la interacción en comparación con aquellas que no lo hacen.

Si la situación en cuestión no se resuelve pronto, el daño a largo plazo para el servicio gráfico podría ser severo. Debido a que la competencia dentro del sector gráfico es alta, las empresas que adopten tempranamente, estrategias de sostenibilidad de vanguardia pueden tener un beneficio importante para atraer más consumidores e ir mejorando su ubicación de sus servicios en el mercado local.

El director de la (AIG) Jorge Naranjo, menciona que las organizaciones u empresas que no emplean un plan de sostenibilidad están perdiendo oportunidades excelentes de captar y a su vez consolidar a sus clientes. También no solo su desarrollo, sino también su sostenibilidad en el mercado. Así que, de esta manera, podemos decir que, si el sector gráfico no mejora su presencia, existe el riesgo de perder competitividad y reducir su cuota de mercado.

Estas razones llevan a que, en este contexto y lo anteriormente señalado, esta investigación diseñará un plan de sostenibilidad para la empresa Índigo Express con una limitación en la ciudad de Quito desde el primer semestre del año 2025.

Concluyó David Monteiro, presidente de la Asociación de Industrias Gráficas (AIG), las empresas perderán una gran oportunidad de retener y atraer clientes si no aprovechan un plan de sostenibilidad ya que juega un papel crucial en su desarrollo y supervivencia dentro del sector gráfico y por ende en el mercado. Por lo tanto, al no aumentar un plan de sostenibilidad dentro del sector gráfico se consideraría como una pérdida de competitividad y el redimensionamiento de demandas en un mercado.

1.2. Justificación

Un detallado diseño de un plan de implementación de sostenibilidad para Índigo Express es muy crucial y clave para construir su marca en todos los sectores del cantón

Quito. En la actualidad, los usuarios o consumidores están más dispuestos a obtener servicios de impresión en equipos de última generación y por ende más avanzados, no solo para imprimir, sino también para el desarrollo de tarjetas, catálogos, diplomas personalizados, revistas, libros, menús, etcétera. Esto está destinado a brindarles más información sobre lo que implicaría mi servicio.

Las empresas dubitativas que no adoptan las estrategias adecuadas de sostenibilidad corren el riesgo de perder competitividad frente a rivales mejor equipados en la industria gráfica. Este estudio es importante para mostrar al sector gráfico una herramienta efectiva de este sector en el Cantón de Quito. Una estrategia bien definida puede permitir que Índigo Express gane visibilidad, controle puntos de contacto importantes con clientes potenciales y promueva el compromiso con los clientes habituales, lo que a su vez se traduce en aumentos de ingresos. Hay numerosos beneficios para esta propuesta.

Primero, brindará a Índigo Express un alcance nacional, capacidades muy importantes para adaptarse a un mercado en la evolución del mundo de las artes gráficas que se aplican más ampliamente en organizaciones que buscan diferenciarse en el mercado actual. En segundo lugar, la empresa, a través de la investigación, puede crear impresiones en cuanto al diseño, colores y formas, desde su perspectiva, apelando al público objetivo, lo que puede captar su atención y atraerlos como clientes recurrentes.

Además, un plan de sostenibilidad ayudaría a aumentar los ingresos de Índigo Express y perfeccionar el nombre de la empresa como líder en el campo gráfico, así como mejorar el desarrollo a largo plazo. Asimismo, de manera similar, este plan afecta al sector gráfico en Quito. Esto no solo allanará los caminos de alto impacto para Índigo Express basándose en el resultado de esta aplicación de este plan de sostenibilidad pragmática, sino que también será un referente para que otras empresas mejoren sus posiciones en el mundo digital.

Por lo tanto, este es el trabajo que apoyará a la industria gráfica local, estimulará la implementación de nuevos instrumentos tecnológicos en un sector que ha estado disminuyendo en el uso de nuevas tecnologías. Para concluir, este plan de implementación de sostenibilidad generará síntomas de beneficios no solo para Índigo Express, sino que también impulsará el crecimiento dentro del comercio gráfico en la cápsula local, lo que eventualmente provocará una difusión de efecto dominó a nivel nacional.

1.3. Alcance

El objetivo último de este plan de sostenibilidad es establecer un marco claro de acción para que Índigo Express logre un volumen de ventas satisfactorio en la primera mitad de 2025 en los sectores de Quito. Al redactar esta estrategia, el objetivo deseable de permanencia se centrará en el comprador en el mercado del sector grafico visuales. La estrategia involucrará la presencia exclusiva de la marca índigo Express, la optimización de la comunicación con los clientes y la conversión de esta comunicación en ventas.

1.4. Objetivos General y Específicos

1.4.1. Objetivo general:

- Diseñar un plan de sostenibilidad que mitigue las debilidades de la empresa Índigo Express, ubicada en la ciudad de Quito, en el primer semestre del 2025.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Elaborar un diagnóstico de las principales debilidades de la empresa Índigo Express relacionadas con la sostenibilidad.
- Diseñar un plan de implementación de sostenibilidad para la empresa Índigo Express.
- Establecer estrategias de implementación de sostenibilidad para la empresa Índigo Express.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. El Sector Gráfico

2.1.1. Definición y Características generales del sector grafico

Se puede definir al sector gráfico como “Un arte que comunica ideas y mensajes a través de elementos visuales como tipografías, colores y formas. (Acuña, 2016).

Las características del sector gráfico y/o impresión es que, se vincula con la producción de los materiales de impresión, encuadernación en cartón y papel. Al mismo tiempo, prestan servicios de impresión publicitario a nivel offset y digital, diseño y comunicación (Alarcón & Chiriboga, 2021), Las características principales a consideración están la impresión indirecta, impresión de alta calidad, eficiencia en la impresión de alta velocidad, versatilidad, control de colores, eficacia en la durabilidad de las planchas, entre otros (Acuña, 2016).

2.1.2. Procesos gráficos: Impresión digital Motion Graphics

La impresión Digital: "Es un proceso que permite producir documentos y materiales impresos de excelente calidad de una manera eficiente y rápida". (Sáez, 2021). En síntesis, es una técnica de animación de imágenes y texto que se utilizan para las campañas publicitarias de las empresas que gracias a la tecnología se ha creado movimientos a una idea con la capacidad de generar un impacto en los clientes.

Motion Graphics: "El motion graphics es el arte de animar elementos gráficos para crear efectos visuales impactantes y comunicar mensajes". (Lan et al., 2021). Sin duda, la presencia de las redes sociales en el proceso de comunicación empresarial y publicitario busca que los videos sean animados con la incorporación de elementos como las ideas, textos, imágenes; es decir, los mensajes publicitarios se realizan mediante la caracterización de movimientos.

2.1.3. Rol del Sector Gráfico en la Comunicación Visual y en el Mercado

Con estos pequeños conceptos de varios autores podemos determinar que el sector gráfico, es la que trasmití una información de ideas que se plasman mediante varios diseños o impresiones gráficas, los mismos que se realizan bajo la supervisión del control humano y con uso de maquinarias de última tecnología, facilitando la elaboración o ejecución de varias diseños e impresiones llegando hacer coloridas y llamativas para los diferentes clientes, productos que tiene la necesidad de satisfacer en el mercado objetivo del sector gráfico (clientes), ya que con una herramienta adecuada se logra llamar la atención de clientes que soliciten un determinado producto o servicio.

Igualmente podemos considerar al sector gráfico como una industrialización que bajo un proceso riguroso se pueden llegar a realizar a gran escala diseños, impresiones, encuadernaciones etc.

2.2. Fundamentos y Conceptualización de la sostenibilidad

2.2.1. Definición de la Sostenibilidad y Crecimiento Sostenible

Definición. - "La sostenibilidad en el sector gráfico, se define a la práctica en la que se puede disminuir el efecto en el medio ambiental de procesos de producción y distribución". (Acuña, 2016).

Igualmente podemos señalar que el crecimiento sostenible nos conduce a realizar un énfasis de que “El desarrollo tiene la destreza de cumplir con las exigencias de una evolución demandante presente, con la ayuda del consumo de medios naturales sin obligarse a la accesibilidad de estos para las generaciones futuras”. (Lafuente & Paula, 2010).

Definiendo más claro, que el crecimiento sostenible utiliza varios recursos disponibles con el objetivo de pretender obtener el desarrollo económico que se puede lograr de varias maneras, pero una de ellas la más importante es no comprometiendo las diferentes

capacidades generacionales futuras buscando siempre un crecimiento que sea económicamente viable y real.

2.2.1. Evolución histórica del concepto de Sostenibilidad

El concepto de sostenibilidad se ve remontada por la época de los setenta, teniendo como efecto la obligación de defender los recursos naturales y por ende al medio ambiente. (Acuña, 2016). Mientras el desarrollo sostenible en la década de 1980, popularizó el concepto de "evolución sostenible", ya que menciona que es la búsqueda de una estabilidad entre el desarrollo económico, la justicia social y sobre todo al medio ambiente. (Madroñero-Palacios & Guzmán-Hernández, 2018).

La sostenibilidad social y económica en la década de 2000, se comenzó a reconocer la importancia de la sostenibilidad económica y social, refiriéndose a una igualdad social y la equidad económica. (Puentes et al., 2020). Con estos antecedentes se puede mencionar que la transformación de la conceptualización de sostenibilidad se encaminará siempre a buscar un desarrollo equitativo y a su vez igualitario no en el sentido solo económico sino igualmente en los temas que se traten de la igualdad social y el medio ambiente.

2.2.2. Enfoques técnicos de la sostenibilidad.

El Triple Resultado Triple Bottom Line (TBL) (García, 2015). - Este enfoque de sostenibilidad busca medir el desempeño de una organización en tres áreas claves para su correcto desempeño. El beneficio económico (Profit), se enfoca al correcto desempeño financiero dentro de una organización, a la que se puede incluir a la rentabilidad y por ende al crecimiento de la estabilidad económica. Por su parte, el beneficio social (People), se refiere al positivismo del impacto social de una organización que incluye la creación de empleo, la salud, seguridad de los empleados y por último a la integración de la sociedad e igualdad de género.

Asimismo, el beneficio Ambiental (Planet), define al impacto ambiental de una organización a la que incluye la reducción de la contaminación de carbono y por ende fortalece en la ayuda, protección de los diversos bienes naturales y un correcto manejo del control de desechos dirigidos a la protección de la biodiversidad.

Por último, la Responsabilidad Social Empresarial, se centra a la responsabilidad como un requisito indispensable de una empresa en general y esta a su vez ayuda a mantener un equilibrio en una sociedad ampliando sus objetivos en los aspectos ambientales y financieros. La Responsabilidad Social además involucra a que las empresas sumen responsabilidad por los hechos sociales y ambientales centrando sus trabajos en disminuir lo negativo e incrementar lo positivo.

2.3. Dimensiones y Planificación Estratégica de la Sostenibilidad.

Se puede mencionar que las dimensiones de la sostenibilidad abarcan varios o diferentes aspectos que son muy importantes a considerar a fin de lograr un desarrollo sostenible, las mismas que se pueden clasificar o detallar en las siguientes dimensiones:

2.3.1. Dimensión Ambiental

Sostenibilidad ambiental: Se refiere al cuidado en los temas de la preservación de recursos ambientales y naturales y por ende al medio ambiente. (Rúa, García, & Pérez, 2019). Se relaciona con el desarrollo sostenible que implica encontrar una igualdad en el tema del crecimiento económico, social y ambiental. (Madroñero-Palacios & Guzmán-Hernández, 2018).

La Economía ecológica, se focaliza en una correcta administración de sus diferentes recursos ambientales y sobre todo al cuidado y protección del medio ambiente. (Martínez & Hernández, 2020). Se puede detallar que dentro de la Dimensión Ambiental sus tres factores son muy importantes a considerar ya que cada uno de ellos compite un papel importante, la primera en los temas de la protección al medio ambiente, que van relacionados con la

correcta preservación de los recursos naturales; como segundo punto se enfoca a encontrar un correcto equilibrio del crecimiento económico.

Una justicia social justa e igualitaria sin desatender a la protección al medio ambiente y como tercer punto tenemos a la ecología la misma que se enfoca en gestionar correctamente los diferentes recursos naturales y lo más principal se enfoca en profundizar el cuidado para la protección del medio ambiente.

2.3.2. Dimensión Social

La Sostenibilidad social se refiere a la capacidad para que una sociedad pueda mantener una justicia social equitativa y sobre todo la protección de derechos humanos. (Riesta, 2018). Se vincula con el desarrollo humano que tienen una función especial de perfeccionar la estabilidad de vida de las personas y salvaguardar los derechos humanos. (Rosales, 2017). Sin duda, el capital social abarca varios conjuntos entre los cuales podemos mencionar que las redes, las relaciones sociales que existen en una comunidad puedan ayudar a las personas a acceder a recursos y oportunidades. (Aceitunas & Kawachi, 2015).

En esta dimensión social se puede observar lo contrario de la primera dimensión ya que en un inicio se enfoca al cuidado de los recursos naturales, medio ambiente etc., contraria a esta dimensión que se enfoca en el factor social abarcando la igualdad social e igualmente salvaguarda los derechos humanos, con la finalidad de ir perfeccionado en la escala de estándares de mejoramiento de vida considerando igualmente como un punto relevante la ayuda del mejoramiento de las relaciones sociales con el objetivo de acceder a recursos que pueden ser económicos u oportunidades de crecimiento social o económico.

2.3.3. Dimensión Económica

Una durabilidad económica cita a la dirección de recursos económicos de una manera que sea sostenible a largo plazo. (Casallas & Palencia-Sánchez, 2016). Por medio de esta

economía circular implica su disminución del gasto de los recursos naturales y minimiza la producción de residuos. (Ríos, 2020).

La inversión sostenible se refiere a la práctica de invertir en diferentes actividades, proyectos sostenibles a largo plazo. (Araque et al., 2017). Por último, se manifiesta que la dimensión económica abarca a obtener recursos económicos a largo plazo e igualmente se puede reducir al uso de recursos naturales que fomentan una generación de residuos y por último se centra en saber distribuir la inversión de diferentes actividades y proyectos sostenibles a largo plazo.

2.3.4. Planificación estratégica de la sostenibilidad.

Es el análisis de la situación actual: Es importante considerar el estado actual de una organización y principalmente de su ambiente para poder considerar nuevas oportunidades y desafíos. (Fernández et al., 2016). También considera la organización de objetivos que son dirigidos de una manera clara, con el fin de que puedan llegar a ser alcanzables y medibles. (Ulloa et al., 2019).

Más allá de sus objetivos claros, medibles y por ende alcanzables para un correcto análisis de sus partes interesadas se identifica si a futuro o presente pueden ser afectadas dentro de una estrategia de sostenibilidad, por último una correcta evaluación de sus riesgos u oportunidades detectarían la posibilidad de una afectación su ISOS.

El análisis de las partes interesadas: Es importante identificar y analizar las partes interesadas que pueden afectar o ser afectadas por la estrategia de sostenibilidad. (Sanz et al., 2020).

La evaluación de los riesgos y oportunidades posibles riesgos que pueden alterar las diferentes estrategias de sostenibilidad. (González, et al., 2017). Como se puede observar dentro de la planificación de estrategias el análisis inicial en toda organización es muy

valioso para una organización ya que a través de su entorno se identifica sus oportunidades y por ende sus desafíos.

2.4. Marco legal

El sector gráfico dentro del marco legal Ecuatoriano es considerado como una de las aéreas estratégicas importantes para la economía actual, ya que por medio de ella se incentiva a la creación de nuevas plazas de trabajo y por ende a nuevos canales de emprendimientos. Las más relacionadas están las regulaciones ambientales, las normativas de calidad y las certificaciones de sostenibilidad.

2.4.1. Regulaciones Ambientales.

- El convenio de Estocolmo señala que busca como principal reto la protección de la salubridad, el medio ambiente y así eliminar los efectos nocivos de contaminantes orgánicos. (ONU, 2001)
- Protocolo Kioto: Este protocolo busca acuerdos internacionales con la finalidad de evitar la emisión de gases que contribuyan al calentamiento global (GEI), especialmente en las naciones consideradas como muy desarrolladas. (ONU, 1997)
- Directiva 2008/98/CE tema desperdicios: Estas guías se enfoca en regularizar el correcto manejo de la gestión de residuos en la Latinoamérica. (Latinoamérica, 2008)
- Reglamento (UE) 2017/852 sobre el Mercurio: Regula la producción, comercialización y eliminación de mercurio en la Unión Europea. (Unión Europea, 2017).

El proceso de las regulaciones ambientales está directamente vinculados al buen uso de los desperdicios de las imprentas como la tinta, papel y aceites que se utilizan en las máquinas. La aplicación de los reglamentos evita que estos productos no contaminen los ríos, lagunas y mares. Las buenas prácticas de recolección ayudan a la conservación del planeta.

2.4.2. Normativa específica.

Se puede mencionar algunas normas vigentes en el sector grafico que se detalla a continuación:

- Norma UNE-EN ISO 12647-1:2013 sobre Impresión offset comercial y publicitaria.
- Norma UNE-EN ISO 12647-2:2013 sobre Impresión offset para envases y etiquetas.
- Norma UNE-EN ISO 15930-1:2010 sobre Evaluación del impacto ambiental de los productos gráficos.

La certificación de las empresas con las normas como las ISO permiten que se guíen en la gestión, procesos, procedimientos, políticas e indicadores a cada una de las actividades que ayudan a cumplir con los objetivos planteados. La funcionalidad de las imprentas se da con el buen uso y optimización de los materiales y equipos.

2.4.3. Certificaciones dentro de la sostenibilidad.

Según lo investigado las certificaciones que existen dentro del sector grafico se detallan de la siguiente manera.

- FSC (Forest Stewardship Council): certifica que los productos o materiales de papel o madera sean provenientes de bosques que en su momento fueron gestionados de manera responsable. (FSC, 1993)
- (PEFC): Es aquel certificado en la que sus productos de madera o papel provienen de bosques que fueron gestionados de manera sostenible. (PEFC, 1999).
- ISO 14001: certifica que una organización posee un sistema de gestión ambiental implementado. (ISO, 2015)
- EMAS (Eco-Management and Audit Scheme): certifica que la organización posee una estructura de gestión ambiental implementado y auditado. (Unión Europea, 2009).

Las certificaciones por parte de los entes gubernamentales permiten que las empresas de impresión cumplan con las buenas prácticas según los objetivos de desarrollo sostenible

como el cuidado del agua. La implementación de estrategias para la buena gestión de los aceites, tintas y otro materiales que son altamente contaminantes. El objetivo es buscar programas y planes que ayuden a la mitigación de desechos que son un riesgo contaminante del medio ambiente.

2.4.4. Incentivos dentro de la sostenibilidad.

Igualmente, los incentivos son de suma importancia y de la misma manera lo detallamos a continuación:

- Incentivos fiscales: algunas empresas pueden recibir incentivos fiscales por implementar prácticas sostenibles. (Ministerio de Hacienda, 2015)
- Subvenciones: algunas empresas pueden recibir subvenciones para implementar proyectos de sostenibilidad. (Ministerio de Medio Ambiente, 2015)
- Reconocimientos: algunas empresas pueden recibir reconocimientos por su compromiso con la sostenibilidad. (FSC, 2015)

Las organizaciones internacionales, regionales, nacionales y locales buscan concientizar a la población del impacto que genera la contaminación del medio ambiente por los desechos con mala gestión de tratamiento. Por ejemplo, el Ministerio del Ambiente mediante programas de huella de carbono, reforestación y limpieza de ríos buscan la conservación del medio ambiente.

2.5. Marco Conceptual

- Sector gráfico.- Un arte que comunica ideas y mensajes a través de elementos visuales como tipografías, colores y formas. (Acuña, 2016).
- La sostenibilidad.- está diseñada o estructurada a través de nuevos mecanismos y confiando más en las capacidades de sus colaboradores y en su tiempo puedan afrontar posibles dificultades del sector gráfico. (Acuña, 2016).

- FODA.- Ayuda a evaluar cómo se encuentra actualmente una empresa en términos de solidez los mismos que exponen a su tiempo las fortalezas y debilidades (Acosta, 2024).
- Riesgos Empresarial.- Son posibles situaciones de crisis de carácter imprevistos, los mismos que puedan en algún momento causar riesgos y la inestabilidad de una empresa u organización (Baso, 2023).
- Indicadores de desempeño.- Es el rendimiento de sus respectivos procesos que buscan objetivos claros, medibles, relevantes, específicos, alcanzables y de tiempo, que son marcadas dentro de las organizaciones del sector gráfico (Baso, 2023). .
- BSC.- Es una herramienta que ayude en la gestión estratégica a mejorar el correcto desempeño en sus diferentes aéreas (financiera, procesos internos, crecimiento y aprendizaje) (Acosta, 2024). .
- Filosofía empresarial.- Integra los objetivos estratégicos buscan ser alineados a la misión y visión de una organización del sector gráfico, establecimiento igualmente metas y objetivos de sus KPI (Acuña, 2016). .
- La comunicación empresarial.- Mejora el desempeño siempre alineando sus estratégicas que busquen metas y objetivos claros, que sirvan para enfocarse en la toma de decisiones bien informadas y por ende mediante una comunicación efectiva (Alarcón & Chiriboga, 2021)
- Estrategias empresariales.- Una definición de estrategia es la acción que una organización o empresa realiza luego de establecer objetivos claros enmarcados en un contexto de estudio los mismos que su enfoque principal se los podía basar en cuatro aspectos que un BSC, ayuda a desarrollar a fortalecer una organización (Acuña, 2016)
- Competitividad. - Señala que las empresas con un sólido fortalecimiento se diferencian notablemente dentro del mercado ya que sus planes de sostenibilidad

marcan el uso correcto de sus acciones en los momentos de enfrentar una posible crisis (Acosta, 2024)

CAPITULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipos de Investigación

3.1.1. Según el Propósito

El trabajo de investigación se realizó con la investigación descriptiva, según Cairampoma (2025), busca la descripción de las características del fenómeno del estudio y/o las problemáticas identificadas. Esta categoría busca caracterizar las debilidades de la empresa y describir las prácticas sostenibles actuales, así como su impacto en la organización. En este caso, se buscó la descripción de las características para la presentación del plan de sostenibilidad en la empresa Índigo Express.

3.1.2. Según la Manipulación de las Variables

La investigación al no ser experimental se buscó la observación de las características de las variables (causa – efecto) que representa el fenómeno de estudio (Suárez, 2021). El investigador tiene la capacidad de registrar la información de la identificación de elementos que permitan la elaboración del plan de sostenibilidad en la empresa Índigo Express

3.1.3. Según tiempo de Duración

La investigación según el tiempo de duración se enfoca en el periodo que se va realizar la observación del estudio (Suárez, 2021). El trabajo de investigación para la elaboración del plan de sostenibilidad es en primer semestre de 2025.

3.2. Enfoque metodológico

Se adopta un enfoque cuantitativo que posibilitan medir el grado de aceptación, conocimiento y efectividad de las estrategias sostenibles a través de encuestas estructuradas. (Zamora1 et al, 2018).

En referencia al presente estudio se enfocará dentro de un diseño no experimental de tipo transversal (Galarza, 2021). Se elige esta modalidad ya que no se manipulan las variables estudiadas, sino que se observan y examinan como se presentan en su entorno natural, en un

momento determinado. El propósito es valorar las circunstancias actuales de la empresa Índigo Express en relación con sus prácticas sostenibles y las debilidades que afectan su desempeño.

3.3. Herramientas metodológicas.

Una Gestión de Estrategias seria la herramienta a utilizar más adecuada en la presente investigación siendo el objetivo principal de medir la satisfacción de los servicios ofertados por la empresa Índigo Express.

Recalcando que las herramientas metodológicas es un conjunto de elementos que permiten el desarrollo del plan sostenibilidad según las necesidades y debilidades identificadas en la organización.

Por otro lado, las herramientas metodológicas que se deben considerar es la investigación sobre la satisfacción del cliente (Albarrán & Díaz, 2021).

3.4. Técnicas de Investigación.

Dentro del desarrollo de la presente investigación con el fin de obtener los resultados esperados la encuesta seria la técnica a utilizar más adecuada ya que esta ayudaría a recolectar datos y opiniones de los clientes y consumidores de la empresa Índigo Express.

Cabe recalcar que la técnica de investigación es un recurso que se utiliza para obtención de información primara con el objetivo de tomar decisiones organizacionales, entre los parámetros a considerar son los sociodemográficos y vinculados al plan de sostenibilidad. A continuación, se presenta las técnicas de la investigación:

- Técnicas de recolección de datos: Aplicación de encuestas cerradas y revisión de documentación institucional y académica. (Urquiza, Reyes, Costas, & Castillo, 2017).
- Técnicas de análisis de datos: Para la realización de esta técnica se empleó una estadística descriptiva para representar los resultados obtenidos en las encuestas. (Llorente & Arquero, 2019).

Para la investigación se utilizó la investigación descriptiva para la representación de las frecuencias y porcentajes de la encuesta aplicada.

3.5. Estudios iniciales y desarrollo

3.5.1. Organizador gráfico de Variables

3.5.1.1. Variable independiente: Plan de sostenibilidad

Nivel micro: Diseñar un plan de sostenibilidad

Nivel meso: Aplicación del plan en la empresa Índigo Express.

Nivel macro: Un plan de sostenibilidad que mitigue las debilidades

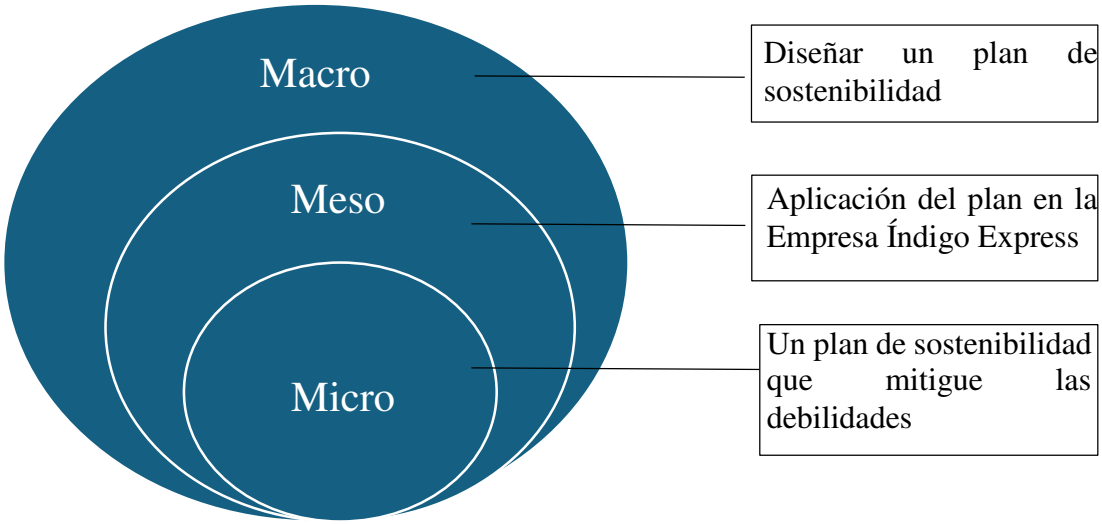


Figura 1. Variable Independiente. (Galarza, 2021).

3.5.1.2. Variable dependiente: Mitigar las debilidades

Nivel micro: Se enfoca en implementar un plan a través de sistemas de control, asegurando que los trabajos del sector gráfico cumplan con estándares de calidad.

Nivel meso: Realizar varios análisis con la competencia para poder identificar nuevas oportunidades de diferenciación y una mejora continua.

Nivel macro: Invertir en nuevas tecnologías de impresión a fin de mantener una competitividad y ofrecer nuevos servicios innovadores.

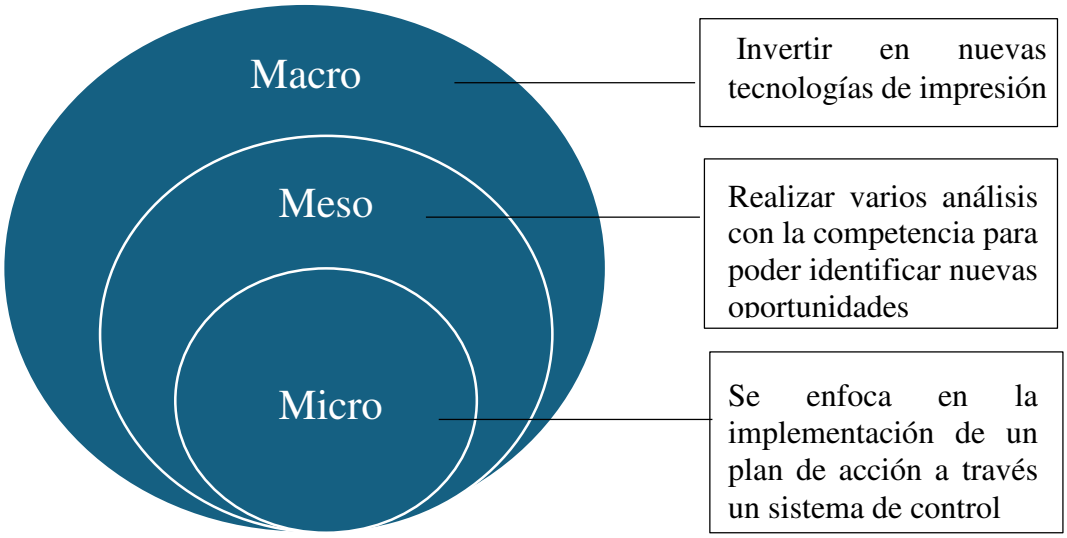


Figura 2. Variable Dependiente. (Galarza, 2021).

3.5.2. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 1. Diseño de un Plan de Sostenibilidad para Mitigar las Debilidades de la Empresa Índigo Express (Quito),

Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores/Preguntas	Instrumento
Indicador de Variable Independiente: Pérdida de competitividad	Altos costos	¿Cómo calificaría usted a los precios de los diferentes insumos y materiales de sus proveedores?	Encuesta/Cuestionario
Indicador de Variable Dependiente: Sostenibilidad en los negocios individuales	Nivel de costos del negocio	¿A qué tipos de categorías pertenecen los costos más altos de su negocio?	Encuesta/Cuestionario
	Nivel de innovación	¿El servicio que su negocio ofrece es considerado como creativo en similitud con sus competidores?	Encuesta/Cuestionario
	Escala de diferenciación	¿Cuáles son las principales diferencias que brinda su negocio con las empresas competidoras?	Encuesta/Cuestionario
	Escala de segmentación	¿Su negocio realiza algún tipo de segmentación durante la comercialización de sus productos de mercado?	Encuesta/Cuestionario
	Escala de evaluación del cliente objetivo	¿Se ha podido identificar al cliente objetivo para distribuir cada uno de los servicios que se ofrecen?	Encuesta/Cuestionario

3.5.3. Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión y exclusión están relacionados con la obtención de información primaria y se relaciona con la población de estudio.

Criterio de inclusión

- Población mayores de 16 años de edad.
- Población que tenga relación con la organización.
- Población que acepte colaborar en trabajo de campo para responder las preguntas del cuestionario de la encuesta.

Criterio de Exclusión

- La población menores de 16 años.
- Población que no tenga relación con la organización-.
- Población que no aceptó colaborar con responder las preguntas del cuestionario.

3.5.4. Muestro

El muestro “es una herramienta de la investigación científica que determina parte de realidad de un estudio como es la población” (Aguirre & Jaramillo, 2019, p.23). Además, se utilizó en el trabajo de investigación fue el no probabilístico por conveniencia, una de las razones, la población fue pequeña. Por esta razón, el investigador tuvo la capacidad de seleccionar toda la población y excluir según los criterios anteriormente mencionado.

3.6. Desarrollo

Dentro de la presente investigación luego del estudio realizado y analizando cada uno de los problemas encontrados y con el fin de identificar las posibles soluciones se ha determinado que la metodología a utilizar seria mediante una investigación descriptiva observacional, con un enfoque metodológico cuantitativo, considerando a la herramienta de Gestión de Estrategias como las más adecuada e igualmente a la encuesta como una técnica de investigación efectiva para conocer mediante la tabulación y análisis de los resultados

obtenidos de las diferentes respuestas, mediante la presentación de tablas y gráficos de resultados.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

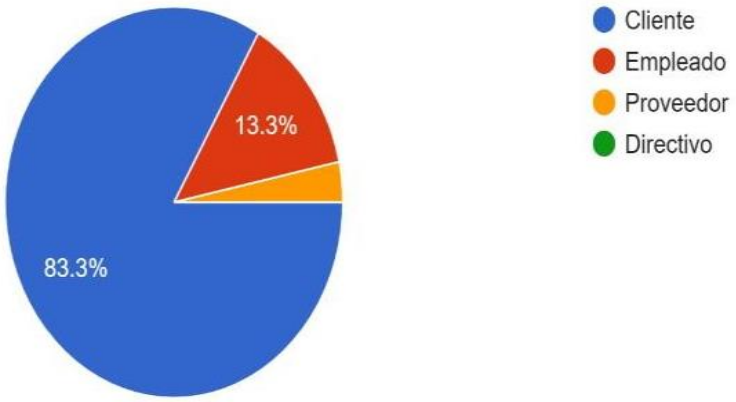


Figura 3. Datos referenciales

Una investigación de campo se llevó a cabo para extraer información útil sobre los encuestados: 83.3% son clientes de Índigo Express, 13.3% son empleados de la empresa, y 0% corresponden a proveedores y directivos.

Para la obtención de información sobre la importancia del plan de sostenibilidad son los empleados que día a día realizan actividades de impresión en las empresas gráficas, sin duda, la importancia de la opinión de los directivos, proveedores y clientes, este último factor percibe la importancia de las buenas prácticas de reciclaje.

Edad.

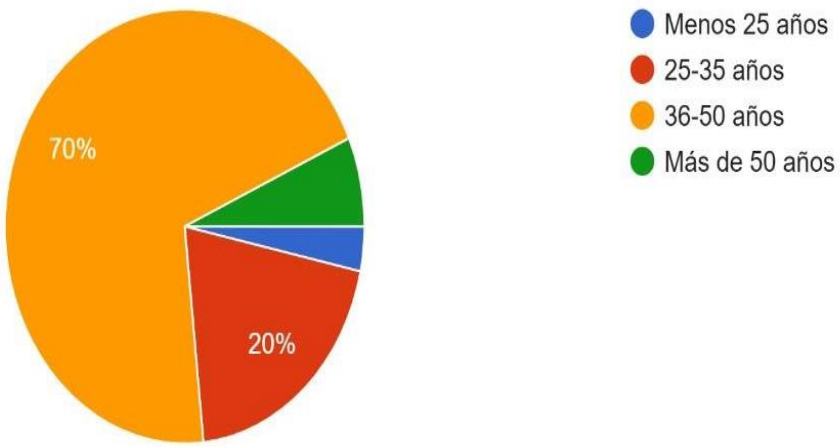


Figura 4. Edad

En este método, mediante un análisis de campo, se logró una información relevante en lo concerniente a la edad de las personas encuestadas. Encontrando que el 70% de ellos tienen entre 36 y 50 años, mientras que el 20% tienen entre 25 y 35 años. Finalmente, el 5% refiere a personas menores de 25 o mayores de 50 años.

La edad de los encuestados es clave para la obtención de información real y precisa sobre la sostenibilidad en las empresas. Sin duda, los años de experiencia en una organización, la actualización del conocimiento y adaptación a la tecnología son algunas de las tendencias que permite generar respuestas acorde a las necesidades y realidad del mercado verde.

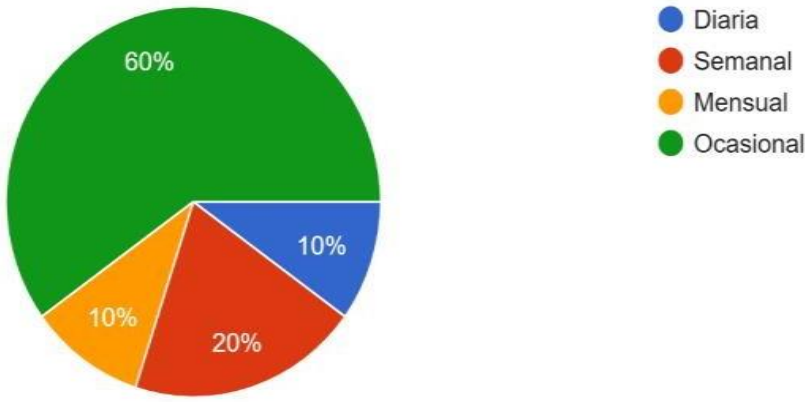


Figura 5. Compra o interacción

Frecuencia de compra o interacción Esta información se obtuvo de una investigación de campo sobre individuos que interactúan con Índigo Express. El 60% de ellos utilizan sus servicios o productos de vez en cuando, según los datos. En contraste, solo el 20% dice que busca a Índigo Express, y solo el 10% dice que los visita diaria o mensualmente.

Las respuestas sobre el plan de sostenibilidad se relacionan con la frecuencia de compra del cliente, es quién percibe las perspectivas de la calidad del servicio, el producto y seguimiento de la posventa. Es una variable que permite la obtención de información real, confiable y segura en las respuestas que pueden ser utilizadas por los estrategas de la empresa para las actividades de mejora continua.

Pregunta 1.-¿Considera usted que Índigo Express implementa prácticas sostenibles en sus operaciones?

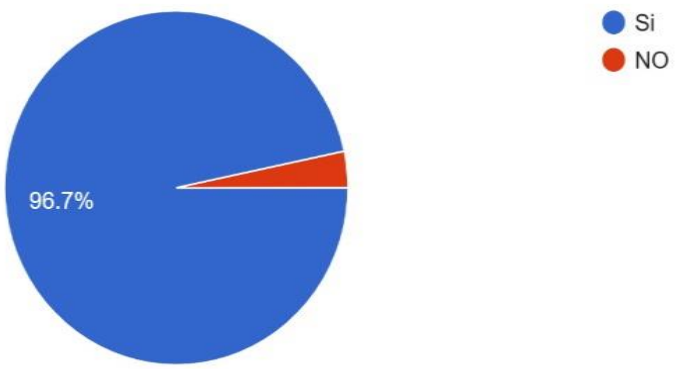


Figura 6. Prácticas

Se consideró realizar una investigación de campo para determinar si Índigo Express aplica prácticas de sostenibilidad en sus operaciones. El 96.7% de los encuestados dijo "Sí" y el 3.3% dijo "No". Los resultados muestran que el 96.7% de los encuestados colaboraron para el "Sí" y solo el 3.3% contra mi respuesta.

Este hallazgo refuerza el compromiso de sostenibilidad de la empresa en todo lo que hace, pero requiere profundizar prácticas más reales y simples como el reciclaje en los puestos de trabajo.

Pregunta 2.- ¿Qué aspectos de sostenibilidad considera más importantes en una empresa como Índigo Express?

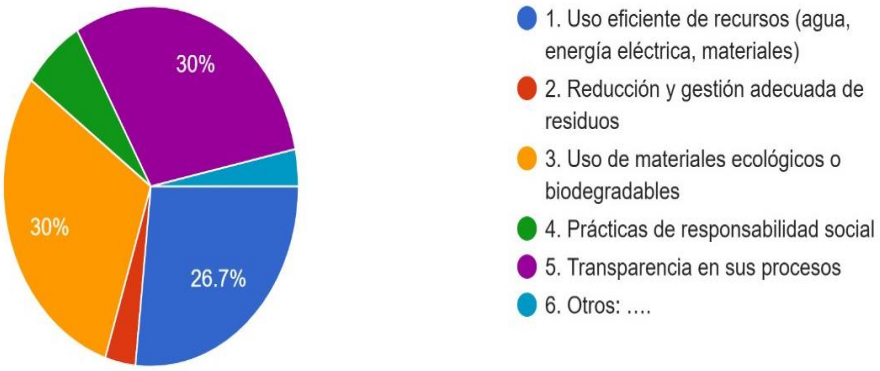


Figura 7. Sostenibilidad

Se investigaron, a través de una investigación de campo, los aspectos más relevantes a seguir en el ámbito de la sostenibilidad por Índigo Express. Los mismos que revelaron que el 30% de los encuestados considera fundamental la transparencia en los procesos. Otro 30% señala la calidad de ser hechos de materiales sostenibles o biodegradables.

Mientras tanto, el 26.7% subrayó el uso correcto del agua, la electricidad y los materiales y finalmente un 4.43% señalo en poner más atención a las prácticas de sostenibilidad social, así como a la reducción y gestión de residuos.

Pregunta 3.- ¿Cree usted que Índigo Express, utiliza las tintas o productos químicos que respeten el medio ambiente?

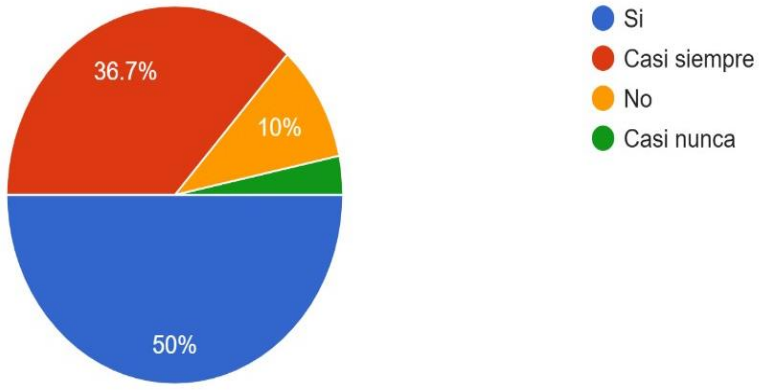


Figura 8. Productos

Una investigación de campo estableció que Índigo Express utiliza tintas y productos químicos respetuosos con el medio ambiente. Pues bien, según los encuestados, 50% respondió que se utilizan estos productos, mientras que el 36.7% los elige casi siempre. El 10%, por otro lado, dijo que no se utilizan, mientras que nadie respondió que estos productos casi nunca se utilizan.

Estos resultados permitirán a Índigo Express reforzar su compromiso ambiental al tiempo que mejora las campañas publicitarias dirigidas a sus clientes, empleados, proveedores y al público en general, ya que muestra un fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Pregunta 4.- ¿Qué tan importante es para usted que una empresa implemente prácticas sostenibles?

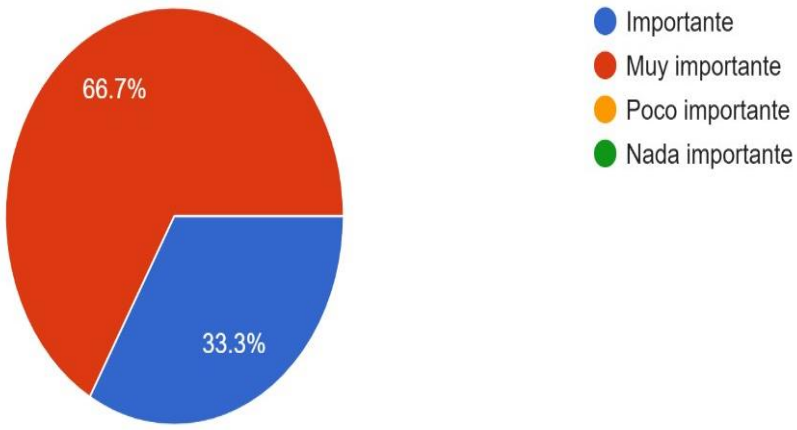


Figura 9. Implementación

Se determinó, a través de una investigación de campo, cuál es la importancia para una empresa de implementar prácticas sostenibles; de esta manera, el 66.7% respondió como muy importante y el 33.3% como importante.

Estos resultados demuestran que Índigo Express debe seguir llevando a cabo un plan de sostenibilidad que fortalecerá sus operaciones. Las prácticas de reciclaje en las empresas son muy bajas, pese a las campañas publicitarias sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y cambio climático.

Pregunta 5.- ¿Cree usted que Índigo Express, incentiva mediante campañas de reciclaje el cuidado al medio ambiente?

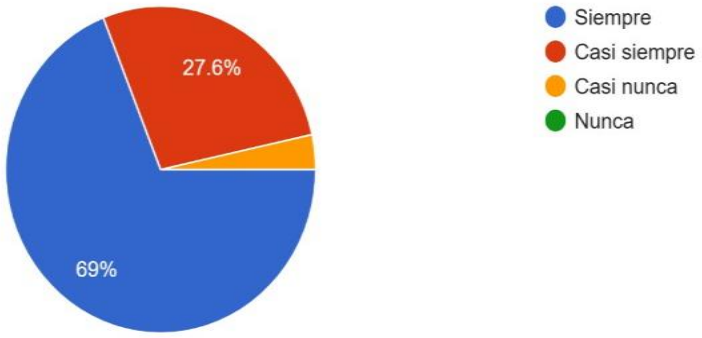


Figura 10. Campaña reciclaje

A través de una investigación de campo; se determinó lo relevante para promover las campañas de recicladores de Índigo Express en favor del cuidado ambiental. De estos, el % está de acuerdo en que Índigo Express impulsa exitosamente estas iniciativas, mientras que el 27.6% dijo que lo hace casi siempre. Sin embargo, apenas el 3.4% piensa que nunca o rara vez fomentan el reciclaje.

Estos resultados muestran que Índigo Express está motivando a la comunidad en sus prácticas de reciclaje y por lo tanto en el cuidado del medio ambiente. Las actividades de reciclaje se realizan porque el valor económico del papel, cartón y plástico representan un costo e ingresos para la empresa, es la única forma que los empleados han ejercido acciones para el reciclaje en el proceso de producción del sector gráfico.

Pregunta 6.-¿Cree usted que Índigo Express, fomenta a sus colaboradores el uso correcto de los servicios básicos como el agua o luz eléctrica?

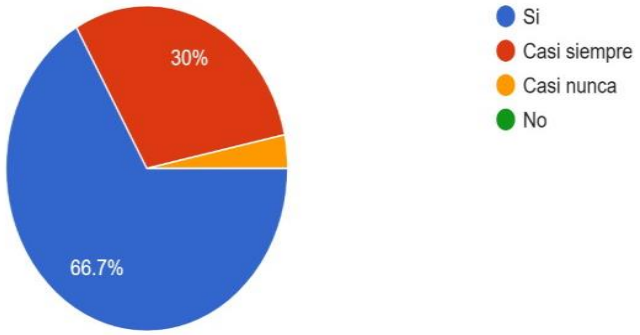


Figura 11. Servicios básicos

A través de una investigación en el sitio, se confirmó que Índigo Express promueve el uso adecuado de los servicios básicos entre su personal. El 66.67% de los participantes afirman que esta promoción funciona, y el 30% cree que ocurre casi permanentemente. Solo el 3.3% cree que el uso correcto de estos servicios rara vez se fomenta.

La empresa Índigo Express tiene una oportunidad positiva para seguir reforzando la capacitación a sus colaboradores sobre la importancia del valor del uso correcto de los servicios básicos. La sociedad ecuatoriana aún no presenta una cultura para las buenas prácticas sostenibles, por eso, los empleados han recibido programas de capacitación para liderar las actividades del uso eficiente de los servicios básicos como agua y energía eléctrica.

Pregunta 7.-¿Cuál considera usted que es la principal debilidad de Índigo Express en términos de sostenibilidad?



Figura 12. Debilidad

Una investigación de campo mostró que Índigo Express promueve el buen uso de los servicios básicos por parte de sus trabajadores. Arrojando resultados muy alentadores dentro de la encuesta, con un 66.7% de los encuestados sienten que es una promoción efectiva, el 30% dice que ocurre casi siempre. Solo el 3.3% cree que el uso correcto de dichos servicios rara vez se fomenta.

En general, estos resultados indican que Índigo Express puede aprovechar aún más su conocimiento en educación y sensibilización sobre el uso de servicios básicos. Los países en vías de desarrollo como el Ecuador no poseen una población con una cultura hacia la sostenibilidad como el uso eficiente de los recursos no renovables como el recurso hídrico.

Pregunta 8.- ¿Cómo usted evalúa el compromiso de Índigo Express con la sostenibilidad? (desde una escala del 1 al 5, donde 1 es "Muy bajo y 5 es "Muy alto")

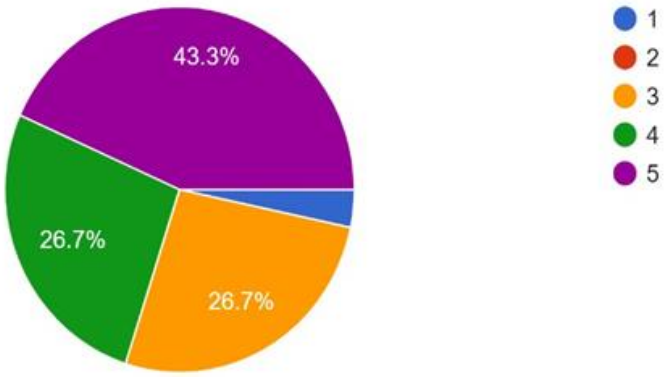


Figura 13. Compromiso

Se realizó una evaluación del compromiso de Índigo Express con la sostenibilidad a través de una investigación de campo. Se pidió a los encuestados que calificaran este compromiso en una escala del 1 al 5, siendo 1 un nivel muy bajo de compromiso y 5 un nivel inusualmente alto de compromiso. De esto podemos concluir que el 43.5% de los voluntarios piensan que el compromiso es muy alto mientras que el 26.7% piensan que es media-baja, 26.7% piensan que es casi alta mientras que solo el 3.3% piensan que es muy baja.

Estos datos muestran que Índigo Express está fortaleciendo diariamente su compromiso con la sostenibilidad y reafirma su intención de continuar con este trabajo. Según la percepción de los clientes la empresa está utilizando buenas prácticas sostenibles para el reciclaje de los desperdicios de la impresión del sector gráfico.

Pregunta 9.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un poco más por productos o servicios sostenibles en Índigo Express?

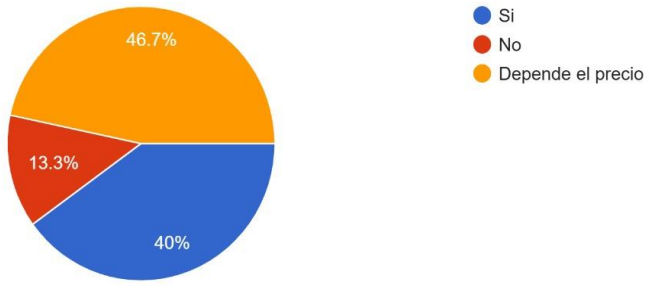


Figura 14. Precios

Una investigación de campo reveló que muchos consumidores estarían dispuestos a pagar un poco más por los llamados productos o servicios sostenibles de Índigo Express. En particular, el 46.7% de los encuestados declaró que su decisión dependería del precio, mientras que el 40% accedió a pagar un poco más. Por el contrario, el 13.3% dijo que no haría un gasto extra.

En tal contexto, Índigo Express planea introducir nuevas campañas para convencer a ese pequeño segmento de la población que aún no ha sido convencido sobre los beneficios de sus ofertas sostenibles. Sin embargo, el mercado al estar compuesto de ofertantes y demandantes el precio juega un rol clave para la compra de productos, en un mercado sin una cultura hacia la sostenibilidad el precio más bajo es la mejor opción.

Pregunta 10.- ¿Le gustaría a usted que Índigo Express implemente incentivos para fomentar prácticas sostenibles? (Descuentos por traer envases reutilizables, puntos por reciclaje etc.)

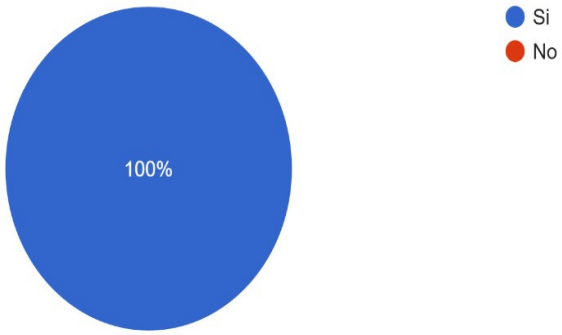


Figura 15. Incentivos

Se efectuó una investigación de campo para indagar el interés de los clientes en incentivos de sostenibilidad en Índigo Express: recompensar a los consumidores con descuentos por llevar contenedores reutilizables. El resultado fue inequívoco ya que los encuestados votaron al 100% a favor de esta iniciativa. Por lo tanto, Índigo Express seguirá desarrollando esta buena práctica que no solo es beneficiosa para la empresa, sino también para la protección del medio ambiente.

Las prácticas sostenibles no solo es la recolección de desperdicios, sino es un modelo de gestión alienados a los objetivos de desarrollo sostenible como el cuidado del agua, utilización de energías renovables, lógicamente se empieza con actividades básicas como el reciclaje. La posición de los clientes está en verificar y conocer el sistema de producción de la empresa y cada acción que implica la calidad del producto con el servicio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Índigo Express es una empresa con un gran carácter de sostenibilidad que le permite destacarse en el sector gráfico. En consecuencia, con los resultados logrados demuestra una aceptación significativa de sus políticas sostenibles, transmitiendo así una imagen institucional alta yendo a la par igualmente en su fortalecimiento de estrategias en el ámbito del cuidado y protección al medio ambiente.

La sostenibilidad es un valor estratégico para los clientes. Los encuestados creen que ayudar a las empresas que fomentan el uso adecuado en los temas relacionados con la sostenibilidad, medio ambiente, gestión de los recursos naturales es lo correcto. De esta manera, Índigo Express se convierte en una marca sintonizada con las nuevas expectativas de consumidores cada vez más conscientes de las necesidades de sostenibilidad.

Analizamos la empresa y definimos las principales debilidades. Y las dos eran la falta de comunicación sobre las prácticas sostenibles y también la falta de aplicaciones de programas internos de reciclaje, materiales ecológicos y estrategias educativas para los empleados y clientes.

Abre un campo verde de oportunidades, como lo demuestra la opinión de los clientes a pagar un poco más por bienes sostenibles. Mientras que algunos demostraron una renuencia, principalmente basada en los costos, un porcentaje considerable podría potencialmente ser persuadido para aceptar un recargo razonable si se destinara a iniciativas ambientales.

Realizar un plan de sostenibilidad sería un hito para Índigo Express, que podría ser replicado para transformación como un cambio cultural y operativo hacia una economía circular para algunas otras empresas del sector gráfico en Ecuador. Los objetivos definidos en este diagnóstico fueron bastante diferentes: se identificaron las debilidades existentes, se

propusieron estrategias para contrarrestarlas y se presentó una propuesta coherente con las expectativas del mercado y los estándares actuales de tecnologías sostenibles.

Recomendaciones

Sugerimos implementar una estrategia de sostenibilidad en toda la empresa, que abarque cada elemento, desde los procesos operativos hasta la comunicación organizacional. Este plan debe tener indicadores para evaluar periódicamente el progreso realizado, con objetivos claros y medibles, para realizar ajustes y mejoras continuas. Adoptar estos sistemas no solo ayudará a las organizaciones a mejorar sus operaciones internas, sino que también reflejará su responsabilidad social y ambiental.

Promueve una fuerte comunicación interna y externa. Compartir campañas educativas en torno a la sostenibilidad entre el personal, clientes y proveedores para una conciencia colectiva de que las prácticas responsables son importantes. Al hacerlo, la empresa podrá alinear los valores internos con los externos en un mercado que demanda cada vez más consumo responsable y un comportamiento corporativo ético.

En cuanto a la producción, se recomienda aumentar gradualmente el uso de materiales biodegradables o de bajo impacto, como papeles reciclados, tintas a base de vegetales o empaques biodegradables. Esa elección debe integrarse en la propuesta de valor de la marca y en demostrar cómo comprar es un paso positivo para salvaguardar la protección ambiental.

El involucramiento de sus empleados es crítico y puede tener niveles aún más altos de aceptación cuando el logro está directamente relacionado con las prácticas sostenibles. Crear programas que ofrezcan descuentos por usar materiales reutilizables, recompensas por reciclar o incentivos por prácticas ambientales sostenibles puede promover el compromiso interno y una cultura corporativa guiada por principios ecológicos.

Un segundo gran aspecto es la formación continua. Desarrollar módulos de entrenamiento sobre sostenibilidad, eficiencia energética, consumo responsable y

responsabilidad social. Incorporar estas sesiones en un programa anual fomentará una cultura de mejora continua y preparación con nuevos desafíos en el sector gráfico.

También es buena idea unirse a redes, ferias y eventos sobre sostenibilidad e innovación. Tal visibilidad es esencial no solo para consolidar su imagen como líder del sector, sino también para permitir asociaciones estratégicas que alimentarán su marco de acción.

Finalmente, todos los avances realizados en sostenibilidad deben ser reconocidos y presentados de manera transparente a través de formatos digitales y medios impresos. Esto no solo establecerá a la empresa para una reputación positiva, sino que también establecerá una base para atraer consumidores conscientes del medio ambiente y futuros socios comerciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aceitunas, E. V., & Kawachi, I. (Febrero de 2015). La medición del capital social. Obtenido de ScienceDirect: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0213911114002416

Acuña, P. V. (12 de 2016). Suma de Negocios (Vol. 7). Bogotá, Colombia: ScienceDirect. Recuperado el 26 de 04 de 2016, de La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X

Araque, Y. d., Cordoba, V. H., Meriño, C. Y., & Peralta, C. m. (13 de 10 de 2017). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. Obtenido de Revista Espacios: https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390703.html

Cairampoma, M. R. (2025). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente. Obtenido de REDVET: https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf

Casallas, M. I., & Palencia-Sánchez, F. (06 de 2016). Dimensión económica de la seguridad y la salud en el trabajo: una revisión de literatura. Obtenido de Scielo.org: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-70272016000100003&script=sci_arttext

Fernández, D. M., Juvinao, D. L., & Solano, E. S. (2016). Planificación estratégica de recursos humanos. Obtenido de Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5794127

Galarza, C. R. (2021). Diseños de investigación experimental. Obtenido de Dialnet: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7890336

García, M. J. (2015). La Cuenta del Triple Resultado. Obtenido de Revista de Contabilidad y Dirección: https://accid.org/wp-content/uploads/2018/11/LA_CUENTA_DEL_TRIPLE_RESULTADO.pdf

González, J. C., Myer, R. A., & Pachón-Muñoz, W. (07 de 2017). La evaluación de los riesgos antrópicos en la seguridad corporativa: del Análisis Modal de Fallos y Efectos (AMFE) a un modelo de evaluación integral del riesgo. Obtenido de Scielo.org: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1900-65862017000100&script=sci_arttext

Lafuente, A. M., & Paula, L. B. (2 de 03 de 2010). UNA APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE LOS EFECTOS OLVIDADOS. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/462/46213329002.pdf

Lan, X., Shi, Y., Wu, Y., Jiao, X., & Cao, N. (2021). Kineticharts: Aumento de la expresividad afectiva de los gráficos en historias de datos con diseño de animación. China: IEEE. doi:10.1109/TVCG.2021.3114775

Llorente, D. A., & Arquero, B. E. (2019). HACIENDO HISTORIA: FUENTES PRIMARIAS Y METODOLOGÍAS ACTIVAS PARA TRABAJAR EL PENSAMIENTO HISTÓRICO EN SECUNDARIA. Obtenido de EBSCO: https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A4%3A23342500/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A142077121&crl=c&link_origin=scholar.google.com

López, N., & Sandobal, I. (2016). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Obtenido de UDGVIRTUAL: https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2015&as_yhi=2024&q=TECNICAS+DE+INVESTIGACION+QUE+ES&btnG=

Madroñero-Palacios, S., & Guzmán-Hernández2, T. (25 de 01 de 2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. Obtenido de Scielo.org: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0379-39822018000300122

Martínez, E. O., & Hernández, S. M. (2020). Innovación financiera para una economía sostenible. Obtenido de Ideas: https://ideas.repec.org/p/bde/opaper/1916.html

Puentes, E., Hidalgo-Guerrero, A., Betancourt, C., & Ortiz-Bernal, Y. (11 de 11 de 2020). Indicadores de sostenibilidad social y su relación con el concepto de capital social. Obtenido de Scielo.org: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-03082021000100097&script=sci_arttext

Riesta, L. (2018). Las Dimensiones del Desarrollo Sostenible como. Obtenido de repositorio UCAM: https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/tekhne/article/download/3543/3041/11285

Ríos, G. N. (02 de 2020). La economía circular . Obtenido de https://naturalezasintoxicos.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/02/cc-economc3ada-circular.pdf

Rosales, M. (Enero de 2017). EL DESARROLLO HUMANO: UNA PROPUESTA PARA SU MEDICIÓN. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/543/54353312007.pdf

Rúa, J. G., García, M. D., & Pérez, M. A. (2019). Prácticas de recursos humanos que impactan la estrategia de sostenibilidad ambiental. Obtenido de Scielo.org: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512019000300011&script=sci_arttext

Sáez, F. A. (15 de 06 de 2021). CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE IMPRESIÓN DIGITAL . Obtenido de Repositorio Ucam: https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5184/ARCOS%20SAEZ.pdf

Sanz, F. R., Arnedo, I. S., Gómez, D. I., & Esteban, B. J. (01 de 2020). Metodología para el análisis de la sostenibilidad de las organizaciones sanitarias. Obtenido de Scielo.org: https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1132-12962018000300010&script=sci_arttext&tlng=en

Suárez, S. P. (2021). La enseñanza del componente gramatical: el método deductivo e inductivo. Obtenido de RIULL REPOSITORIO INSTITUCIONAL : https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23240

Ulloa, W. L., Masacon, N. H., & Rodríguez, A. F. (22 de 12 de 2019). La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones. Obtenido de Recimundo: https://www.recimundo.com/~recimund/index.php/es/article/view/655

Urquiza, J. L., Reyes, C. S., Costas, C. S., & Castillo, R. F. (02 de 2017). Factores de riesgo y niveles de burnout en enfermeras de atención primaria: una revisión sistemática. Obtenido de ScienceDirect: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656716301755

Zamora1, F. A., Machado, O. J., & Zambrano, C. R. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. Obtenido de Scielo.org: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442018000300117&script=sci_arttext&tlng=en

ANEXO A: PROPUESTA DE UN PLAN DE SOSTENIBILIDAD

Diseñar un plan de sostenibilidad

Para la Empresa

Índigo Express

Primer Semestre del 2025.

Almagro Christian

Quito, 09 de mayo 2025

PLAN DE SOSTENIBILIDAD PARA LA EMPRESA ÍNDIGO EXPRESS

1. Resumen ejecutivo

El propósito principal es mostrar la propuesta completa sobre el diseño y ejecución del plan de sostenibilidad para la empresa Índigo Express, de Quito. Esta iniciativa se basa en un diagnóstico institucional de varias debilidades ambientales, sociales y económicas que influyen en el desempeño interno de la empresa y la imagen corporativa frente a sus públicos estratégicos.

Las organizaciones deben tomar las acciones adecuadas que les permitan permanecer en el mercado sin comprometer la salud de su entorno. En estas circunstancias, este documento sirve como un marco estratégico y orientador para la gestión empresarial progresiva y responsable alineada a los (ODS). Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El diseño posee cierta estructura de acuerdo con los tres pilares básicos integrados con pasos concretos y medibles en tres dimensiones básicas donde se detectan problemas: Ambientales, Sociales y Económicas. Basado en el modelo de gestión BSC (Balanced Scorecard), se desarrollan varias técnicas que integran la evaluación gerencial y el monitoreo de métricas críticas de sostenibilidad.

Por lo tanto, esta guía no es solo un juego de estrategia, es una solicitud de cambio cultural y operativo de la organización que necesita ser adoptada, en busca de una mejora constante y un impacto positivo a largo plazo en Índigo Express. Igualmente, Índigo Express pensando y a su vez incentivando al mejoramiento del manejo de sostenibilidad en las diferentes aéreas de operatividad, tiene el objetivo de establecer sus metas y acciones más concretas y sólidas para lograr en un futuro mucho más cercano una sostenibilidad más sólida.

2. Diagnóstico situacional

Hay debilidades significativas que limitan el desarrollo sostenible de la empresa, dificultando su colocación en el sector gráfico, identificadas a través del análisis institucional en Índigo Express. Mejorar estos vacíos buscará directamente mejorar sus procesos internos de manera más eficiente y buscar un impacto externo inmediato de manera responsable.

La primera es la insuficiente comunicación (o falta de ella) de las organizaciones sobre prácticas sostenibles que la organización ya ha venido implementando. Aunque se han adoptado algunas acciones específicas, estas no han sido comunicadas eficazmente a los empleados o clientes, disminuyendo su alcance e impacto.

En contraste con los métodos ecológicos, la cantidad de materiales ecológicos sigue siendo muy pequeña con una fuerte dependencia de productos que no cumplen con el estándar ambiental. Esto supuestamente muestra que se necesitan políticas de compra responsables claras, así como una cultura organizacional de sostenibilidad de toda la empresa.

Asimismo, hay poca implementación de campañas internas y externas de reciclaje, eficiencia energética y cuidado del medio ambiente. De esta manera, al no tener una estrategia de comunicación y capacitación afecta la participación de toda la cadena de valor de los actores de la empresa.

Por último, se reconoce que no existen mecanismos de motivación para promover prácticas sostenibles entre empleados y clientes. Se pueden ofrecer beneficios tangibles y simbólicos a los participantes que promuevan actividades ambientales y mejoren la imagen de marca y la lealtad.

Estas deficiencias sirven como fundamento desde el cual se puede establecer un diseño de sostenibilidad que aborde de manera integral los problemas identificados y en consecuencia estimule el desarrollo organizacional sostenible para Índigo Express.

- **Análisis FODA**

Al diseñar un análisis más profundo con base en los datos obtenidos, se realiza un respectivo FODA, con el fin de identificar sus oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades, que puedan afectar su del entorno laboral y la cultura empresarial de Índigo Express.

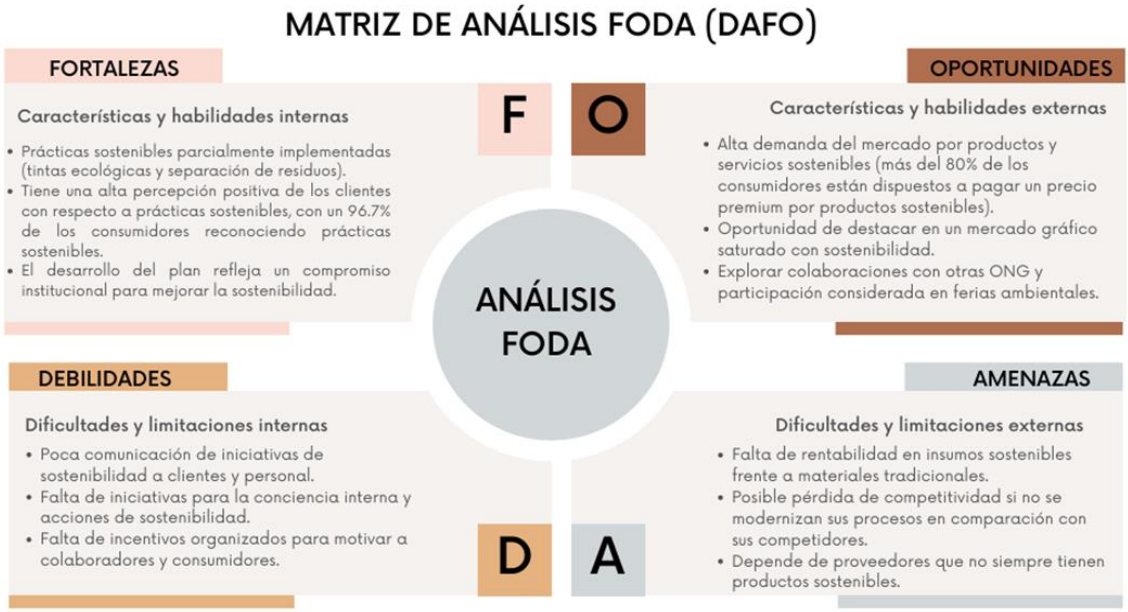


Figura 16. FODA

3. Objetivos del plan

- **Objetivo General**

Proponer un plan de sostenibilidad mediante el diagnóstico situacional. Estrategias de acción e indicadores de evaluación y seguimiento para la buena gestión de los residuos de la empresa de Índigo Express.

- **Objetivo Específico**

Analizar los factores internos y externos organizaciones para la determinación del FODA vinculad al plan de sostenibilidad.

Establecer los objetivos para la propuesta de plan de sostenibilidad para la empresa Índigo Express.

Desarrollo de estrategias para la ejecución del plan de sostenibilidad para la empresa Índigo Express.

Proponer indicadores de evaluación y seguimiento para el control de presupuesto y cronograma de actividades de la empresa Índigo Express.

4. Estrategias de acción

A continuación, sigue una propuesta configurada por dimensiones y estrategias:

Ambiental

- Implementar continuamente prácticas de reducción del uso del papel o materiales para la digitación de documentos y la reutilización de materiales reciclados.
- Que sus productos sean impresos con tintas ecológicas, papeles reciclables, certificados FSC
- El uso correcto en los temas de recolección o separación sostenible de residuos en origen y disposición final
- Instalación gradual de paneles solares a fin de adaptar el uso de luces LED y su tecnología sea adaptable a corto plazo al ahorro de energía eléctrica.
- Bienestar / Promoción de la reducción del uso de agua y electricidad con capacitación del personal

Económico

- Ahorro en gastos operacionales mediante métodos de conservación de energía
- Inversión en tecnologías de impresión menos intensivas en recursos
- Creación de líneas de productos sostenibles agregando valor
- Desarrollo de incentivos para aquellos que persiguen comportamientos sostenibles (descuentos, eco-puntos, etc.)
- Mejorar en los sistemas de producción de una manera eficiente, reduciendo los gastos y mejorando su productividad.

- Invertir en nuevas tecnologías sostenibles que minimicen sus costos y mejoren su productividad a largo plazo.

Social

- Crear campañas internas de concienciación ecológica
- Participación en ferias ecológicas y eventos comunitarios
- Desarrollo de acuerdos de cooperación con ONG enfocadas en temas ambientales
- Implementar directrices de inclusión y diversidad que garanticen un entorno laboral de manera incluyente y respetuosa.
- Promover por medio de seguros, el bienestar en los ámbitos de salubridad y social.
- Promover la participación constante a sus colaboradores en las decisiones relacionadas con nuevas aplicaciones de protocolos de sostenibilidad.
- Fomentar al manejo de una cultura de responsabilidad y Ética.

5. Cronograma de implementación

Tabla 2. Implementación

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
Actividades	Semanas																Responsables	Resultados esperados
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
Identificación de las necesidades de la empresa en temas de sostenibilidad																	Gerente de operaciones	FODA de sostenibilidad
Análisis de la información documental del plan de sostenibilidad																	Gerente de operaciones	Dimensiones de sostenibilidad
Obtención de información primaria mediante encuestas																	Encargado del proyecto ambiental	Cuestionario de preguntas de sostenibilidad
Análisis de la información empresarial sobre sostenibilidad																	Encargado del proyecto ambiental	Esquema de necesidades de sostenibilidad
Elaboración de un plan de sostenibilidad mediante estrategias de sostenibilidad																	Encargado del proyecto ambiental	Plan de sostenibilidad
Comunicación del plan de sostenibilidad en la empresa																	Encargado del proyecto ambiental	Plan de capacitación
Proceso de seguimiento y control de las estrategia de sostenibilidad																	Gerente de operaciones	Indicadores dé control,

6. Presupuesto estimado

Tabla 3. Presupuesto

N°	Descripción	Cantidad	Costo unitario (USD)	Costo total (USD)
Tecnológico				
	Leptón (depreciación 6 meses)	1	120	120
	Celular cámara	1	50	50
Materiales de oficina				
	Útiles de oficina	1	30	30
Humanos				
	Gerente de Operaciones	1	0	0
	Encargado del Proyecto Ambiental	1	500	500
Otros				
	Transporte	1	60	60
	Alimentación	1	60	60
Total (USD)				820

7. Indicadores de evaluación y seguimiento

El plan de sostenibilidad; la evaluación de sostenibilidad; Informe de Sostenibilidad; Sostenibilidad; tendrá lugar periódicamente, trimestralmente, preparado en los informes técnicos que demuestren el grado de consecución de las acciones implementadas con referencia a los objetivos estratégicos definidos. Estos incorporarán evaluaciones comparativas con la línea base establecida en 2024 para resaltar mejoras, retrocesos o statu quo en los diversos indicadores clave de desempeño (KPI).

Esto será con el fin de tener una evaluación imparcial y participativa del impacto, que se cubrirá a través de una comunicación interna y externa engendrada por un mecanismo de retroalimentación para empleados, clientes u otros actores involucrados. Dichos comentarios

serán esenciales para recalibrar estrategias quirúrgicas para necesidades cambiantes y para reforzar el espíritu comunitario alrededor de la sostenibilidad.

Tabla 4. KPIs del Balanced Scorecard

Perspectiva	Objetivo Estratégico	Indicadores (KPI)	Meta
Financiera	Reducción de costos operativos	% de ahorro en consumo energético	15% anual
Clientes	Fidelización a través de la sostenibilidad	% de clientes que apoyan practicas verdes	80%
Procesos internos	Optimizar el uso de insumos	Índice de eficiencia de impresión	>90%
Aprendizaje y crecimiento	Capacitación en temas ambientales	Numero de talleres sostenibles anuales	4

8. Conclusiones y recomendaciones de la propuesta

Conclusiones de la propuesta

Como tal, este manual operativo está destinado a ser una propuesta estructurada y extensa para abordar adecuadamente las principales brechas en todos los aspectos de gestión ambiental, social y económica de Índigo Express.

Al aplicar este plan de sostenibilidad, la empresa tendrá la oportunidad de mejorar su eficiencia operativa, fortalecer su reputación institucional y posicionarse como un referente de prácticas muy responsables en el sector gráfico ecuatoriano.

El Enfoque Estratégico pone énfasis en medidas de sostenibilidad medibles, adaptables y alineadas internacionalmente. También promueve que los miembros de la organización y sus partes interesadas colaboren, transformando una cultura organizacional en la que el medio ambiente es responsabilidad y compromiso de todos.

Este plan se implementará para la mejora del rendimiento empresarial mientras su impacto positivo se filtra desde la organización en dirección del logro de Objetivos de

Desarrollo Sostenible; definitivamente resultará en un beneficio para la comunidad, así como para el medio ambiente

Recomendaciones de la propuesta

- Lanzar campañas de educación verde internas y externas.
- Recompensar a clientes y empleados en prácticas empresariales sostenibles.
- Seguir comunicando sobre los objetivos de sostenibilidad alcanzados.
- Construir asociaciones con proveedores que se alineen con nuestros valores ecológicos.
- Monitorear los KPI en tiempo real utilizando herramientas digitales.
- Revisar estos indicadores cada seis meses y actualizar el plan de acuerdo con los resultados generados.
- Fomentar la innovación ecológica en empaques, tintas y procesos.
- Promover la asistencia a eventos y ferias para mejorar nuestro networking y mejorar la imagen institucional.

ANEXO B: ENCUESTA REALIZADA

Comentarios de los clientes Recopilar la información necesaria para determinar la percepción y niveles de implementaciones de prácticas sostenibles en Índigo Express, para diseñar un plan de sostenibilidad efectivo.

Les damos la bienvenida a esta encuesta por favor le solicitamos responder marcando la opción que mejor refleje su opinión o experiencia.

Datos Referenciales:

- Cliente
- Empleado
- Proveedor
- Directivo

Edad

- Menos 25 años
- 25-35 años
- 36-50 años
- Más de 50 años

Frecuencia de compra o interacción con Índigo Express:

- Diaria
- Semanal
- Mensual
- Ocasional

1.- ¿Considera usted que Índigo Express implementa prácticas sostenibles en sus operaciones?

- Si
- No

2.- ¿Qué aspectos de sostenibilidad considera más importantes en una empresa como Índigo Express?

- 1. Uso eficiente de recursos (agua, energía eléctrica, materiales)
- 2. Reducción y gestión adecuada de residuos
- 3. Uso de materiales ecológicos o biodegradables
- 4. Prácticas de responsabilidad social
- 5. Transparencia en sus procesos
- 6. Otros: ….

3.- ¿Cree usted que Índigo Express, utiliza las tintas o productos químicos que respeten el medio ambiente?

- Si
- Casi siempre
- No
- Casi nunca

4.- ¿Qué tan importante es para usted que una empresa implemente prácticas sostenibles?

Importante

- Muy importante
- Poco importante
- Nada importante

5.- ¿Cree usted que Índigo Express, incentiva mediante campañas de reciclaje el cuidado al medio ambiente?

- Siempre
- Casi siempre
- Casi nunca
- Nunca

6.- ¿Cree usted que Índigo Express, fomenta a sus colaboradores el correcto uso de los servicios básicos como son el agua o luz eléctrica?

- Si
- Casi siempre
- Casi nunca
- No

7.- ¿Cuál considera usted que es la principal debilidad de Índigo Express en términos de sostenibilidad?

- • Falta de reciclaje y gestión de residuos
- • Alto consumo de energía y recursos
- • Falta de productos ecológicos o sostenibles
- • No promueve la cultura de sostenibilidad entre clientes y empleados
- • Otros: …….

8.- ¿Cómo usted evalúa el compromiso de Índigo Express con la sostenibilidad? (desde una escala del 1 al 5, donde 1 es "Muy bajo" y 5 es "Muy alto")

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

9.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un poco más por productos o servicios sostenibles en Índigo Express

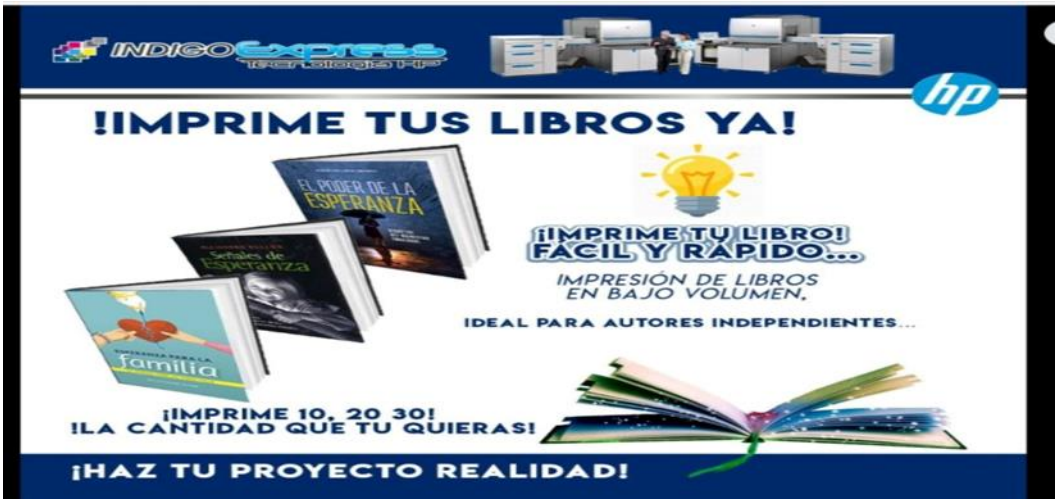
- Si
- No
- Depende el precio

10.- ¿Le gustaría a usted que Índigo Express implemente incentivos para fomentar prácticas sostenibles) descuentos por traer envases reutilizables, puntos por reciclar etc.)?

- Si
- No

ANEXO C: ARCHIVO FOTOGRÁFICO







CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD
TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **ALMAGRO PACHACAMA CHRISTIAN SANTIAGO**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **5%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,26 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN
Pablo Heredia