



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO
“SACHA BAG”:**

**PLAN COMERCIAL (PLAN DE NEGOCIOS)
INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Elaborado por:

JESSENIA ALEXANDRA ALCIVAR GÓMEZ

Tutoría por: Ing. Oswaldo Arauz Arroyo

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Alcivar Gómez Jessenia Alexandra** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Plan Comercial (Plan De Negocios) Investigación de Mercado**”, el cual forma parte del proyecto **Modelo de Negocio “SACHA BAG”**.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:
 - Nicole Estefanía Guevara Vallejo
 - Helen Katuska Del Valle Villamar
 - Myriam Pilar Torres Vargas
 - Ana Isamar Zambrano Burgos

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.




JESSENIA ALEXANDRA ALCIVAR GOMEZ

1205915414

Declaro que:

JESSENIA ALCIVAR GOMEZ en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “Modelo de Negocio Sacha Bag: **“PLAN COMERCIAL (PLAN DE NEGOCIOS) INVESTIGACIÓN DE MERCADO”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.


JESSENIA ALEXANDRA ALCIVAR GOMEZ
1205915414

2. RESUMEN EJECUTIVO

El modelo de negocio de Sacha Bag nace del desarrollo del proceso de Design Thinking bajo la idealización de lograr obtener la disminución del consumo de bolsas plásticas que causan un daño nocivo al ecosistema de la ciudad de Guayaquil, como alternativa a esta problemática se propone la implementación y uso de un bolso ecológico reutilizable que conjuntamente con su uso se generará la iniciativa de aumentar una conciencia ambiental y ecológica. Esto se logrará mediante la empatía con los consumidores escuchando, atendiendo y buscando soluciones efectivas a sus necesidades. Mediante la aplicación del mapa de empatía se definieron los principales requerimientos de los potenciales clientes en base a sus necesidades y expectativas que tengan con el producto. Realizando la visualización y análisis de mapa de trayectoria se denota que no existe en el mercado ecuatoriano un bolso ecológico reutilizable que cumpla con los estándares de calidad que ofrecen los bolsos de Sacha Bag, los cuales se hacen con diseños de tendencia, materiales 100% reciclados de alta calidad, e información que active y genere conciencia social a los consumidores dentro de su producto.

En la actualidad los consumidores viven una experiencia donde su primera alternativa para empaquetar o realizar cualquier otra actividad son las bolsas de origen de plástico, acotando a esto las mencionadas bolsas plásticas se fijan a ser la opción de más uso por los clientes. Esto convierte a Sacha Bag en una empresa innovadora y sobre todo que cubre nuevas necesidades al estilo de vida actual que requieren y buscan satisfacer los ciudadanos de la urbe porteña.

Sacha Bag con su modelo de negocio busca ofrecer a sus clientes un producto que satisfaga sus necesidades desde la implementación de procesos de asesoría y cumplimiento de las expectativas del consumidor. Los bolsos ecológicos reutilizables tienen como objetivo brindarles a sus clientes un valor agregado de no solo ver a sus bolsos como las típicas fundas

de supermercado que sirven para empaquetar diversos artículos; más bien dentro de estos aspectos busca ser partícipes de sus bolsos ecológicos reutilizables en el día a día de sus consumidores.

El mercado meta para Sacha Bag es definido e integrado por dos tipos de consumidores: el primer grupo se identifican como consumidor final que estará integrado por hombres y mujeres entre rangos de edades desde los 20 años hasta los 49 años; con un nivel socioeconómico en estándares de medio, medio alto y alto dentro de la ciudad de Santiago de Guayaquil y el segundo identificado como consumidor corporativo que estará integrado por empresas tales como supermercados y otras que tengan una alta receptividad colectiva y la necesidad de ofrecer a sus clientes fundas ecológicas con publicidad distintiva de sus marcas, siendo este segundo mercado meta el mayor canal de distribución para los productos de empresa, además la misión en los dos grupos es generar conciencia ecológica en donde esto quede arraigado en su psique para lograr cambiar los patrones de conductas de los usuarios y de la misma manera de contribuir a mejorar el medio ambiente. Para efectos de estudio se determina que el mercado potencial realiza compras y uso de fundas plásticas con una rotación en su mayoría de frecuencia semanal con esto se asegura un amplio campo de acción para la comercialización de los bolsos ecológicos reutilizables de Sacha Bag.

Con la finalidad de poder determinar las barreras y ventajas que se pueden presentar en la implementación del presente modelo de negocio, se procederá a aplicar el análisis de las 5 C's de marketing. El estudio del contexto se realizará aplicando un análisis PESTEL, el cual permitirá obtener una mayor comprensión de todos los factores que afectan la comercialización de la línea de negocio de Sacha Bag. Y como estudio de los factores externos e internos de la industria se procederá a la aplicación del análisis FODA, el mismo que se trabajará delimitando dichos factores para la toma de decisiones, objetivos, políticas y estrategias para la empresa.

Para poder determinar la aceptación de Sacha Bag en el mercado, se utilizaron tres técnicas de investigación como son los grupos focales, las encuestas y las entrevistas a profundidad. Dentro de las cuales se pudieron determinar los insights necesarios para la toma de decisiones sobre todas las ofertas y necesidades en todos los aspectos que debe cubrir los bolsos ecológicos reutilizables, delimitando así a su vez cuáles serían las mejores estrategias, planes de medios y de ventas que se pueden realizar para que la aceptación, fidelidad y preferencia del producto sea alta dentro de los consumidores.

3. PALABRAS CLAVES

Reutilizable, ecológico, eco amigable, sostenible, medio ambiente, ecosistema, compras online.

4. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta para este modelo de negocio “Sacha Bag” ha sido elaborada tomando como punto de partida las consideraciones éticas fundamentadas en el respeto de la propiedad intelectual y llevando a cabo con estos altos estándares de calidad dentro del proyecto. El proyecto Sacha Bag ha sido elaborado en su plenitud por estudiantes de la Universidad Casa Grande, dentro de este modelo de negocio se encuentra incluido en su estructuración ideas fragmentadas de otros autores mediante la implementación de citas y referencias para sí poder dar crédito y respeto a los derechos de autor de los mismos.

5. ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	PORTADA.....	i
2.	RESUMEN EJECUTIVO	iv
3.	PALABRAS CLAVES	vii
4.	CONSIDERACIONES ÉTICAS	vii
5.	ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
5.1.	ÍNDICE DE TABLAS	x
6.	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIONES.....	1
6.1	Problemática.....	1
7.	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	4
7.1.	Objetivo general	4
7.2.	Objetivo específicos	4
8.	DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	5
9.	PLAN COMERCIAL (PLAN DE NEGOCIOS) / INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	7
9.1.	Objetivo general	7
9.2.	Objetivo específicos	7
9.3.	Diseño de la investigación.....	7
9.3.1.	Técnicas e instrumentos de la investigación	8
9.3.2.	Población.....	8
9.3.3.	Muestra	9
9.3.4.	Resultados de la investigación	10

9.3.4.1.	Conclusiones grupo focal.	10
9.3.4.2.	Conclusiones entrevista a profundidad.....	16
9.3.4.3.	Conclusiones encuesta.....	18
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	23
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	25
12.	ANEXOS.....	27

5.1. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cálculo de la población de la ciudad de Guayaquil.....	9
--	---

6. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIONES

6.1 Problemática

La contaminación por residuos plásticos en la actualidad se ha convertido en la columna vertebral del deterioro ambiental. Según estudios realizados por la asociación ecológica (Ecodes, 2020) sobre materiales hechos de plástico una media de 8 millones de toneladas de plástico se vierte al océano cada año, esto en equivalencias radica en vaciar un camión de basura plástica cada minuto al mar, bajo esta conceptualización para el 2050 se proyecta existirá más basura plástica que peces en los océanos del planeta. En la actualidad se pudo determinar mediante análisis realizados por varios países que el uso por unidad de una bolsa de plástico no es mayor a 1 mes y su tiempo de degradación oscila entre los 40 a 55 años en el ambiente. Ocasionalmente con esto que los químicos que conforman este producto causen un daño ecológico mantenido y prolongado en el tiempo. En su gran mayoría estas bolsas de plástico terminan en los mares donde como efecto más devastador por la salinidad de las corrientes y poco contacto directo con los rayos solares tienen un tiempo de degradación de alrededor de 500 años.

Los procesos ambientales en la actualidad con todas las olas de cambios que se están efectuando en el mundo con respecto al cuidado del medio ambiente han generado una notable expansión de la conciencia ambiental y social, donde se busca no solamente generar un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores sino también en mantener y prevalecer el cuidado del ecosistema, ya que este será el planeta que se le dará a las futuras generaciones.

Las organizaciones mundiales del cuidado ambiental entre ellas la más reconocida como Greenpeace menciona en varios de sus artículos e informes que el cuidado ambiental se ha convertido no solo en una responsabilidad social, sino económica y política. Ya que en el ciclo vital de la existencia humana sin el medio ambiente estabilizado no se podrá generar

recursos para que estas economías puedan utilizarlos. Dentro de los procesos más notables para el resguardo del medio ambiente que se consideran se pueden tener en cuenta la creación de políticas de cuidado ambiental, desarrollo de nuevos sistemas de manufactura, e inclusive la generación de nuevos sistemas económicos como la economía circular o economía verde.

En Ecuador en el año 2008 en el formato de la nueva constitución se determinó bajo la esquematización del Sumak Kawsay, que el medio ambiente tendría derechos y se lo respetaría al igual que cualquier individuo que forme parte de la sociedad ecuatoriana; tomando esto como un hito que muy pocos países tienen en sus constituciones sobre el cuidado y la prolongación ambiental, procedieron a crear campañas, estrategias inclusive impuestos para contraer el daño ambiental que las industrias estaban dando al ecosistema ecuatoriano; claro ejemplo de esto fue el impuesto verde asignado a los plásticos en el país, y la creación de nuevas estrategias y semaforización ambiental para la clasificación y reciclaje de productos que pueden ser reutilizados.

La conciencia ecológica en la ciudad de Guayaquil es uno de los procesos que más se debe trabajar como sociedad ya que estudios realizados por el Instituto nacional de estadística y censos, demuestran que en puerto principal en la actualidad de las 4.200 toneladas de desechos que genera solo el 14% de este material es reciclado para ser reutilizado mientras que el resto por falta de conciencia social y poca cultura de ordenamiento y clasificación de los desechos se pierde y se convierte en daño repertorio para el medio ambiente de la urbe porteña.

Por lo mencionado en párrafos anteriores, se considera imperioso poder buscar mecanismos para mitigar el efecto devastador de la contaminación ambiental por causa del uso y comercialización de las fundas o bolsas plásticas. Es por esto que como alternativa de respuesta se da la creación de un bolso ecológico reutilizable el cual por lo antes mencionado buscará ser partícipe en la reducción del uso de bolsas plásticas que a través del tiempo son perjudiciales para el ecosistema de la ciudad, adicional a esto también se busca crear un enfoque

de conciencia ambiental en la urbe porteña donde no solamente se reducirá el consumo de fundas o bolsas plásticas, sino se creará una cultura de cuidado ambiental.

Bajo esta teorización y argumentación se procederá a plasmar la comercialización de bolsos ecológicos reutilizables con diseños de tendencia, elaborados con materiales reciclados de alta calidad, así ofertando a los consumidores un producto que tenga un aporte al cuidado ambiental y a su vez reduzca el uso de bolsas plásticas tradicionales. A través de esto, los clientes podrán efectuar una inversión donde adquirirán bolsos que se mantendrán en el tiempo de uso y que no son perjudiciales al ecosistema; más allá de marcar un hito en la ayuda ambiental y aumentar la conciencia ecológica, con la creación de esta empresa con baja huella ecológica puede ejercer protagonismo no solo en el ámbito financiero – económico sino también en el cuidado y preservación de los recursos naturales dentro del país.

7. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

7.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para el diseño y creación de una empresa de distribución y comercialización de bolsos ecológicos, que ofrezca una alternativa eco amigable y que permita la reducción del uso de bolsas de plástico en la Ciudad de Guayaquil.

7.2. Objetivo específicos

- Desarrollar un proceso mediante el pensamiento de diseño con la finalidad de encontrar soluciones creativas e innovadoras, a una necesidad o problema planteado.
- Realizar una investigación de mercado sobre la comercialización de bolsos ecológicos con el objetivo de encontrar la demanda potencial y preparar el plan de marketing para el proyecto.
- Describir el proceso de comercialización óptimo para el uso eficiente de los recursos para el proyecto.
- Definir y detallar los aspectos y procesos administrativos, legales y establecer las acciones adecuadas para la ejecución e implementación de estrategias que contribuyan con el cuidado ambiental.
- Determinar los recursos económicos y financieros que permitan la viabilidad del proyecto.

8. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

La creación de la empresa “Sacha Bag” nace con el objetivo de ser una empresa con conciencia ecológica, innovadora a través de su producto “bolsos ecológicos” en la ciudad de Guayaquil; buscando a través del mismo insertar al mercado del puerto principal un producto personalizado con atención al detalle destinado a mitigar el daño ambiental causado día con día por el uso de bolsas plásticas tradicionales. Esta empresa con conciencia ecológica más allá de generar un impacto favorable en el ecosistema debido a su aporte a través de la utilización de productos reutilizables realiza una innovación donde establece parámetros en los cuales se denota de manera muy clara que pueden existir industrias que no afecten al medio ambiente, y al contrario tengan un aporte positivo al mismo. Adicionalmente al cuidado ambiental la creación de esta empresa busca generar fuentes de ingresos y plazas de trabajo a los integrantes de la sociedad guayaquileña tales como operadores de máquinas, diseñadores gráficos y personal de atención al cliente.

El proceso industrial de los bolsos ecológicos se sustenta en la reutilización de materiales reciclados, que son seleccionados por sus características únicas. En su fabricación los procesos de verificación y restructuración tienen altos estándares para poder transformar estos materiales en un bolso de alta calidad y así poder brindar un producto de larga vida útil, los objetivos de este proceso son generar un beneficio a los usuarios, además de reducir la afectación ambiental.

Sacha Bag ha realizado los sondeos necesarios y pertinentes para poder conocer los consumidores potenciales, además de detectar la competencia directa e indirecta que existe actualmente, logrando establecer una perspectiva del negocio a desarrollar dentro del sector donde se desenvolverá, definiendo así parametrizaciones de control dentro de cada parte del negocio.

Sacha Bag se enfocará en un campo de acción directamente establecido y delimitado dentro del perímetro de la urbe porteña en la comercialización de bolsas ecológicas reutilizables, donde se realizarán estudios tales como el análisis de las 5C, mediante el cual se analizará factores que se relacionan con el entorno del negocio a través de su contexto. Se delimitará la estructura y características funcionales de la compañía, conllevando con esto un estudio delimitado y verificado de los gustos y preferencias de los clientes, analizando también la competencia dentro del mercado; y finalizando con el análisis de las alianzas estratégicas con colaboradores y todos sus aspectos adyacentes a los mismos.

9. PLAN COMERCIAL (PLAN DE NEGOCIOS) / INVESTIGACIÓN DE MERCADO

9.1. Objetivo general

Evaluar la aceptación de una empresa de distribución y comercialización de bolsos ecológicos de material tipo lona y yute en la zona urbana de la ciudad de Guayaquil.

9.2. Objetivo específicos

- Identificar la preferencia de los clientes en la adquisición de bolsos ecológicos reutilizables para poder definir los diferentes segmentos y necesidades a atender.
- Identificar las características que el consumidor espera recibir de "Sacha bag" para así lograr altos niveles de satisfacción dentro de los clientes y asegurar su fidelidad.
- Establecer el precio promedio que el consumidor está dispuesto a invertir por adquirir los bolsos ecológicos reutilizables.
- Determinar y analizar cuáles serían los canales de distribución más óptimos a través de los cuales el consumidor espera recibir el producto.
- Establecer y determinar los canales de comunicación donde el consumidor espera recibir información del producto.
- Estudiar cuales son los márgenes de competencia que se presentan dentro del mercado de bolsas ecológicas reutilizables.

9.3. Diseño de la investigación

El análisis de la investigación será exploratorio y se sustentará en el método mixto de investigación cualitativo y cuantitativo.

9.3.1. Técnicas e instrumentos de la investigación

Las técnicas que se aplicarán son encuestas, grupos focales, entrevista y observación con la finalidad de poder recolectar información, comentarios, y sugerencias de los clientes sobre el modelo de negocio y características del producto que oferta Sacha Bag.

- **Grupo focal 1:** Se procedió a realizar el día sábado 30 de mayo del 2022 mediante vía zoom con la participación de 10 integrantes. Dichos integrantes forman parte de la sociedad guayaquileña entre un rango de edades de 20 a 49 años. Se procedieron a tomar opiniones, comentarios, recomendaciones y sugerencias sobre las diferentes aristas asociadas al formulario de preguntas (Ver Anexo 3) realizado para conocer sus expectativas sobre un bolso ecológico, y su frecuencia de uso, adicionando a esto también cuál es su criterio en el uso de bolsas plásticas y con qué frecuencia usan este bolso antes mencionado.
- **Entrevistas a profundidad:** Para esta etapa del trabajo investigativo del proyecto se procedieron a realizar 3 entrevistas a profundidad a los siguientes profesionales vinculados al área de estudio:
 - ✓ Estela Benítez – **Creadora y diseñadora de Jutelove Ecuador.**
 - ✓ Javier Peredo – **Supervisor de Cajas Corporación “El Rosado”.**
 - ✓ Darío Peredo – **Economista, Asesor administrativo, Financiero, TTHH y académico.**
- **Encuesta:** Se realizaron 417 encuestas mediante la herramienta de formularios de google denominada “Google forms” a personas situadas en la ciudad de Guayaquil, entre 20 a 49 años (Ver Anexo 4).

9.3.2. Población

La investigación se desarrolla en la ciudad de Guayaquil, donde la población objeto de estudio según las proyecciones al 2020 del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos es

de 2.723.665 habitantes, siendo de la zona urbana el 97,30% que es equivalente a una población de 2.650.126 guayaquileños del sexo masculino y femenino; para objeto de estudio se tomaron en consideración los rangos de estratos socioeconómicos A, B, C+ entre los rangos de edad de 20 a 49 años, lo cual dio como resultado una población objeto de 416.901 habitantes de la ciudad de Guayaquil, en la Tabla 1 se muestra el cálculo aplicado.

Tabla 1 *Cálculo de la población de la ciudad de Guayaquil*

	Variable	Data
Geografía	Guayaquil	2.723.665
Área	Urbana (97,3%)	2.650.126
Sexo	Femenino (50,49%)	1.338.049
	Masculino (49,51%)	1.312.077
Edad	20 a 24 (8,80%)	233.211
	25 a 29 (8,40%)	222.611
	30 a 34 (7,98%)	211.480
	35 a 39 (6,88%)	182.329
	40 a 44 (6,09%)	161.393
	45 a 49 (5,67%)	150.262
	Total	1.161.285
Estrato socioeconómico	A (1,90%)	22.064
	B (11,20%)	130.064
	C+ (22,80%)	264.773
	Población	416.901

Nota: Datos tomados del apartado de estadísticas del Instituto Ecuatoriano de estadísticas y censos “INEC”, elaborado por los autores.

9.3.3. Muestra

Una vez que se obtiene el resultado de la población total de los 416.901 clientes potenciales, se define la muestra de la población, que permitirá lograr los objetivos planteados previamente.

La fórmula que se utiliza para definir el tamaño de la muestra probabilística es:

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

Dónde:

n = tamaño muestra;

z = estadístico asociado al 95% de confianza;

p = variabilidad positiva;

q = variabilidad negativa;

e = nivel de precisión o margen de error de 5%.

De acuerdo con el cálculo realizado, el tamaño de la muestra es de 384 encuestas a hombres y mujeres de 20 a 49 años, de nivel socioeconómico Alto, Medio Alto y Medio (A, B, C+) de la ciudad de Guayaquil.

9.3.4. Resultados de la investigación

9.3.4.1. Conclusiones grupo focal.

El grupo focal se procedió a realizar a un grupo de diez personas para conocer sus opiniones, preferencias, comentarios y necesidades en cuanto a la perspectiva de poder lanzar al mercado un bolso ecológico reutilizable para la ciudad de Guayaquil.

Las conclusiones hacia las interrogantes consultadas se presentan a continuación:

- Los participantes indican que el uso de las bolsas plásticas se da por la poca o nula variedad de opciones en las tiendas y locales comerciales siendo esta la primera opción de las tiendas; Es decir son las bolsas de más rápido acceso; inclusive el empaquetado de los productos viene en este material.
- Los participantes supieron indicar las siguientes ventajas y desventajas que se detallan a continuación:

Ventajas:

- ✓ Son de rápido acceso y alcance del consumidor.

✓ Son de uso práctico haciendo referencia que se pueden utilizar para poder movilizar cualquier artículo.

✓ Los costos de las bolsas plásticas son asequibles al consumidor.

Desventajas:

✓ Gran índice de contaminación para el medio ambiente.

✓ En conceptualización conjunta los participantes indican que la contaminación por bolsas plásticas radica en los siguientes aspectos:

✓ Por sus materiales de fabricación como uno de ellos es los derivados de petróleo.

✓ Su proceso de degradación es muy lento en el tiempo.

✓ La poca conciencia ecológica de los consumidores en direccionar de manera correcta del desecho de las bolsas plásticas y por ende el término de estas bolsas en los mares, causando esto como un efecto ajedrez el impacto dentro del ecosistema.

✓ Pocas políticas de acción de recolección y reutilización de los plásticos por parte de los municipios en el Ecuador.

- El proceso de reutilización de las fundas plásticas después de su primer uso para los participantes es el siguiente:

✓ Utilización dentro del hogar como recolectora de desechos (Basura).

✓ Como empaquetado de alimentos dentro del congelador.

✓ Para transporte de alimentos desde el hogar hacia otro punto.

- La respuesta que tiene más peso o injerencia dentro del grupo focal participante es que la frecuencia de compras de fundas plásticas es casi del 100% ya que la gran mayoría de productos que adquieren su empaque viene con material hecho de plástico; Es decir la frecuencia de compra de dichas bolsas plásticas de los 7 días

que cuenta una semana los 7 días ellos adquieren este producto de plástico ya que las alternativas de selección para empaque o traslados de los productos es limitada.

- La opinión de los participantes sobre el cobro por la adquisición de bolsas plásticas es favorable ya que consideran que el cobro menor o mínimo que se realiza por este producto pone un freno a la conciencia de los consumidores y los hace pensar para tomar alternativas de costos y poder adquirir una funda reutilizable la cual cancelarían una vez y tendría mayor tiempo de duración; conjuntamente con esto afianzando la conciencia social sobre el no uso de plásticos dañinos para el ecosistema.
- Dentro de la interrogante si se ha escuchado hablar sobre las bolsas ecológicas los participantes indican conocer que han escuchado hablar sobre el material de estos bolsos que no contaminan al medio ambiente con la finalidad de tener la mínima expresión de contaminación para el ecosistema contrarrestando los daños actuales que tiene el planeta, dando su punto positivo e indicando qué les parece una buena iniciativa para preservar el medio ambiente.
- En gran medida los participantes que hicieron parte del grupo focal indican que, si han adquirido bolsas ecológicas en supermercados, y el factor que los motiva a realizar estas adquisiciones es poner un grano de arena al ecosistema y a su vez de manera alterna crear una conciencia ecológica para la utilización de bolsas ecológicas; Claro está esta adquisición se vería reflejada la calidad, el costo de las bolsas ecológicas.

- Dentro de las ventajas y desventajas de usar bolsas ecológicas los participantes del grupo focal indican:

Ventajas:

- ✓ Son amigables para el medio ambiente, buscando la mitigación de la contaminación.
- ✓ Variedad de usos e implementación en el día a día por su calidad y utilización.
- ✓ Es un producto que se puede usar por mucho tiempo y no pierde su calidad ni función principal.

Desventajas:

- ✓ Dependiendo de sus tonalidades o materiales de fabricación son más fáciles de ensuciarse y se tendría que realizar una limpieza recurrente.
 - ✓ Costos de las bolsas ecológicas más altos que las fundas plásticas en el mercado ecuatoriano actual.
 - ✓ Poca accesibilidad entre las bolsas plásticas y ecológicas ya que dentro de las tiendas primero se ofrecen las bolsas plásticas.
- Bajo la interrogante de la calidad los participantes supieron indicar que el bolso ecológico tiene estándares de calidad altos sin embargo al competir con los bolsos plásticos sufren una desventaja ya que los de plástico pueden abarcar más cantidades de productos y su resistencia es superior; sin embargo, señalan que si las bolsas ecológicas sufrieran estos cambios en cantidad y en peso serían superiores a las bolsas plásticas.
 - Para los participantes las características primordiales que debe tener una bolsa ecológica para poder erradicar las bolsas plásticas son:
 - ✓ Dimensiones y tamaños del bolso ecológico.
 - ✓ Resistencia al peso de los productos que se puedan movilizar en ellas.

- ✓ Materiales de alta calidad y prolongación en el tiempo como el yute.
 - ✓ Variedad de diseños llamativos para el cliente.
 - ✓ Costos asequibles al consumidor.
 - ✓ El producto debe tener conocimiento sobre los beneficios de usar bolsas ecológicas.
 - ✓ Deberían ser 100% cosidas con broches para poder regular los tamaños del bolso.
 - ✓ Tiempo de durabilidad en las etiquetas de los bolsos.
- Los participantes indicaron que el tamaño ideal para ellos sobre los bolsos ecológicos debería ser de alrededor entre 40 a 60 centímetros de fácil manejo, adicionando a esto hacen referencia que debería existir variedad de tamaños para la utilización dependiendo del consumidor, indicando al igual que la regularización de tamaños mediante broches sería una buena estrategia para los bolsos ecológicos.
 - Con Respecto a los materiales que los participantes tienen dentro de sus características para un bolso ecológico reutilizable la gran mayoría de ellos acotó deberían ser materiales que se utilizaron antes en otros procesos y se los vuelva a utilizar basados en procesos amigables con el medio ambiente; sin embargo, dentro de esta retroalimentación se procede a nombrar al Yute como un material adecuado para la elaboración de los bolsos ecológicos ya que tiene variedad de colores, y grosores adicionando a esto se presta para poder ser cosidos en el proceso de comercialización.
 - Al consultar a los participantes la interrogante que dentro de un bolso ecológico que buscan ellos funcionalidad o costos, nos indicaron que deberían tomar ambas opciones ya que el bolso debe cumplir con expectativas como calidad, diseño, peso y sobre todo con un costo que esté relacionado a estas características antes

mencionadas, claro está con la primicia que sean productos que se mantengan en el tiempo de uso.

- Con relación al costo los participantes están dispuestos a invertir entre los rangos de \$2 a \$10 dólares bajo su perspectiva que buscan dependiendo de la calidad, diseño y uso indicaron que el precio sería entre \$3 a \$5 si el bolso es pequeño y de \$7 a \$10 si el bolso es grande ya que este bolso se podría utilizar para múltiples actividades y no sería para ellos un gasto sino una inversión.
- La frecuencia que adquirirán los consumidores el bolso ecológico indican que lo realizan dependiendo del tiempo de durabilidad que marque la etiqueta del producto, ya que con la compra que realizan evitan el no estar comprando constantemente el bolso, aunque sí debería tener en el hogar varios bolsos para múltiples usos, no considerar tener que realizar una compra frecuente.
- Las compras a través de una página Web para los participantes consideran una manera muy óptima ya que la gran mayoría de compras en la actualidad se realizan de este medio y lo ven de forma muy factible y manejable en el día a día que nos encontramos; acotando que se maneje el costo de envío dentro del producto.
- Para los participantes consideran que sería fabuloso y daría un plus al consumidor adquirir la compra del bolso ecológico sino también el empaquetado, reafirmando no solo el efecto comercial de vender el bolso sino más bien crear una conciencia social.
- Las compras por Apps mencionan los participantes que, sí han realizado este método de compra consumiendo tecnología, ropa e inclusive artículos de uso de oficina como agendas, entre otros; indicando que en la actualidad el mundo de las Apps y las redes sociales son los nuevos mercados de compras, aclarando que en

todas las compras que han realizado no se han encontrado con productos que vengan empacados en materiales que no son amigables con el medio ambiente.

El grupo focal realizado el día sábado, 30 de mayo del 2022 determinó que los consumidores de la ciudad de Guayaquil están dispuestos a cambiar el uso de bolsas plásticas por bolsas ecológicas reutilizables, bajo los aspectos de costos, calidad, tamaño y diseño dando como resultado un efecto positivo a la creación del bolso; claro está todo esto sujetándose a sus comentarios y necesidades diarias para poder adquirirlos. Cabe recalcar que dicho efecto positivo no únicamente está basado en un fin comercial sino ellos también se unen a la iniciativa que tiene Sacha Bag de poder crear una conciencia social con respecto al uso de bolsas ecológicas; Es decir los participantes afirmaron que uno de los aspectos que ellos también comparten para poder adquirir un bolso ecológico es la búsqueda de poner en pausa el daño climático y medio ambiental que se vive en la actualidad.

9.3.4.2. Conclusiones entrevista a profundidad.

Para esta etapa del trabajo investigativo del proyecto se procedieron a realizar 3 entrevistas a profundidad a los siguientes profesionales vinculados al área de estudio:

- Estela Benítez – **Creadora y diseñadora de Jutelove Ecuador.**
- Javier Peredo – **Supervisor de Cajas Corporación “El Rosado”.**
- Dario Peredo – **Economista, Asesor administrativo, Financiero, TTHH y académico.**

Bajo el parámetro de categorización por tendencias para este proyecto los entrevistados llegan al punto de conclusión que para el sistema económico ecuatoriano la diversificación o creación de una nueva forma industrial de crear productos que tengan un sello verde y no contaminan y deterioran el ecosistema es un punto a favor; ya que a través de esto se crea una cadena sistemática donde no solo se busca la generación de una fuente de ingresos, o de trabajo

sino que a la par con esto se busca aprovechar los recursos naturales sin dañarlos o exterminarlos.

Como características bases para los entrevistados cada uno desde su experticia de estudio aclaran que para tener un negocio con huella ecológica eficiente y eficaz se debe velar porque el entorno de las materias primas sean lo más cercano a un producto que no cause un daño nocivo al medio ambiente, adicional a estos integrar nuevas formas de comercio a través de las TIC's y sobre todo tener un control financiero y administrativo comprometido e integrado el uno con el otro como eslabones de cadena.

Dentro de la categorización de los clientes las apreciaciones de los entrevistados se encuentra muy fragmentada en las cuales desde su experiencia nos comentan que los clientes con relación a costos o precios no se podría generalizar de una manera situada cada costo de un bolso sino más bien se debería recopilar las necesidades de esa población o segmento de clientes a los cuales se va a cubrir la necesidad de tener ese bolso ecológico, el mismo que dentro de su experiencia han notado que entre los más solicitados o los usados por los consumidores son bolsos hechos de yute o de algodón.

A su vez en las entrevistas realizadas se deja muy en claro esa necesidad de la población en tener el conocimiento por el cuidado ambiental ya que en la actualidad dentro del país si se lo ve de una manera generaliza, el impacto nocivo al medio ambiente no es un tema que se hable sino se lo comenta más bien de manera esporádica; recalcando con esto los entrevistados que no únicamente se debe generar un producto con huella ecológico sino más bien, se debe crear a través de él la concientización en la población sobre el cuidado del medio ambiente.

Al consultar la opinión y comentarios de los entrevistados sobre la categoría de tiendas online fue un comentario unánime al mencionar que la estructura de una empresa que no solo se basa en una edificación en físico permite esto llegar a puntos más lejanos y diversifica su forma de hacer comercio, esto mismo le otorga a este tipo de industrias una ventaja competitiva

con relación a las otras industrias que no manejan este tipo de tecnología y contacto directo con sus clientes o consumidores.

El COVID-19 para los entrevistados más allá de ser una causa o un eje negativo a las industrias por su afectación, creó la capacidad o despertó esa capacidad en las nuevas líneas de negocio donde los visionarios no se estancaron a vender sus productos u ofertar sus servicios únicamente en forma presencial sino más bien en cambiar ese estilo de hacer comercio y llevarlo a un nuevo nivel donde el contacto no solo es directo con el cliente sino que a través de esto se crea un proceso de globalización donde la interacción entre la empresa y el cliente buscando generar lazos de fidelidad y aseguramiento donde el consumidor se siente respaldado en una asesoría personalizada, llevando con esto la apertura a generar una ventaja competitiva y agregando un valor agregado a los procesos productivos de la industria.

La estructuración y las marcaciones estratégicas dentro de este tipo de industrias para los entrevistados no solamente debe estar enfocada a llegar al cliente sino que debe velar y buscar para que el cliente en todo su proceso de compra de visualización y de visita a su tienda online, no se convierta en un proceso complejo, cansado y difícil sino que sea más bien de fácil acceso, ágil, y garantizado; todo esto con un engranaje o aparataje administrativo, operacional y financiero que esté ligado también e integrado al uso de las nuevas tecnologías que vinculan a la optimización de los recursos financieros y humanos de la empresa conllevando con esto a la creación de un esquema de calidad para Sacha Bag.

9.3.4.3. Conclusiones encuesta.

Se han realizado un total de 417 encuestas, de las cuales a continuación se procede a presentar los resultados obtenidos.

- Del 100% de los encuestados el 46,28% menciona que la frecuencia de compras que realiza en su hogar es semanal; seguido de esto el 25% realiza compras quincenales; el 16% Diarias, y únicamente el 12.95% menciona que sus compras son mensuales.

- Los encuestados en un 73% hacen referencia que el método de empaquetado que usan es el empaquetado por bolsas plásticas, y únicamente el 27% de los encuestados utilizan o han utilizado bolsas ecológicas.
- El 35% de los encuestados denotan que el uso de las fundas plásticas lo realizan porque no existe otra opción en el mercado, mientras que para otros parámetros como comodidad solo han usado el 22%, por precio el 16%, por versatilidad el 15% y solamente el 12% por resistencia.
- Con referencia a la acción que se les dan a las fundas plásticas después de su primer uso, los encuestados guayaquileños mencionan que el 49% la utilizan para el empaquetado de alimentos, y artículos varios, para la reutilización de otras compras únicamente lo efectúan el 43%, mientras que el 8% le dan uso para la recolección de desechos y basura.
- Bajo la acción de rechazo para el uso de las bolsas o fundas plásticas el 54% de los encuestados mencionan que nunca han rechazado su uso, seguido de esto el 21% han realizado el rechazo por la conciencia ecológica, el 11% por la resistencia de estas fundas plásticas, mientras que por tamaño y por incomodidad han rechazado respectivamente en ese orden un 8 y 6 puntos porcentuales.
- Para los encuestados el primer supermercado o local comercial que se les viene a la mente al mencionar la venta o adquisición de bolsas ecológicas reutilizables es Mi comisariato. Demostrando claramente que para los encuestados guayaquileños las adquisiciones de los bolsos ecológicos se dan de manera única y exclusiva en las cadenas de supermercados.
- Los encuestados en un 50,60% mencionan que es muy importante el uso de los bolsos ecológicos para la transportación de productos del supermercado, el 42.21%

mencionan que es importante, el 5,76% poco importante y únicamente el 1.44% mencionan que su uso es nada importante.

- Dentro de las principales clases de bolsos ecológicos que han usado los encuestados en los supermercados la lona equivale a un 34% de uso seguido por el yute con un 16%. Denotando claramente que el uso de las bolsas ecológicas se ve polarizado en que la mayoría de los encuestados han usado en su momento bolsos de clase de Lona, pero un gran porcentaje no los han usado aún.
- Según las preferencias de los encuestados para adquirir un bolso ecológico el 82,49% los usaría por ayuda y cuidado ambiental, el 15,83% por economía o costo, y apenas el 1,68% por moda.
- El 39,57% de los encuestados menciona que el uso que le daría a las bolsas ecológicas va desde compras de supermercado, traslado de artículos y uso diarios de actividades; acotando que el 33.81% menciona que ellos seleccionaron su uso para exclusivamente para compras de supermercado, el 17.75% para el traslado de artículos varios, y un 8,87% para uso diario de actividades.
- Para los encuestados los atributos más necesarios e importantes al momento de elegir un bolso ecológico en una escala del 1 al 5 son: por el tamaño un 27,98%, por la calidad un 27,67%, por el precio un 24,42%, y por el diseño un 19,94%. Con esto queda marcado claramente que la adquisición o la necesidad de los consumidores encuestados para ellos un bolso ecológico lo primero que debe cubrir son sus gustos por tamaño, seguido por la calidad, precio y por último el diseño.
- El máximo punto de inversión que están dispuestos a dar los encuestados con un 81.53% se da entre un rango de \$2 a \$4, entre \$5 a \$7 están dispuesto a pagar 15,59%; mientras que un 1,68% de los encuestados está podrían pagar entre \$8 a \$10; y más de \$11 solo invertirán un 1.20%.

- Para los encuestados en una escala del 1 al 5 la inversión más alta de su tiempo en medios digitales se da de la siguiente manera:
 - WhatsApp
 - Facebook
 - Instagram
 - TikTok
- Con esto se demuestra que, para posibles acciones publicitarias las redes sociales con más actividad en los encuestados para poder acceder a nuestros productos serían WhatsApp y Facebook.
- Los encuestados al hacer referencia sobre si han utilizado los medios digitales o páginas web para realizar compras online el 69% hace referencia que en algún momento de su vida si lo han realizado mientras que un 31% mencionan que aún no han efectuado compras por este medio.
- Al consultar a los encuestados cuál alternativa para ellos sería la más importante en el momento de realizar una compra online supieron indicar que un complemento entre seguridad de la aplicación y facilidad en el uso de la aplicación abarca un 36,73% cada una respectivamente, mientras que un 26,54% considera que la alternativa más idónea para ellos sería la variedad en los métodos de pagos.
- El 59,23% de los entrevistados identifica su sector donde viven en el norte de la ciudad, el 18,47% en el sur, el 14,15% en el centro, el 4,32% en el oeste y únicamente el 3,84% representa el este de la ciudad.
- El rango mayoritario de la población encuestada con un 39.81% representa entre 26 a 35 años, seguido por el rango entre 36 a 45 años con un porcentaje de 33.81%, los de edad entre 18 a 25 años tiene representación del 24,22%, mientras que para los mayores de 56 años solo se representa con un 2,16% de todos los encuestados.

- El 72,42% de los encuestados representa a personas que se identifican con el sexo femenino, mientras que el 27,58% se identifican con el masculino.
- El 40,05% de los encuestados son de estado civil casado, el 39,81% son solteros, mientras que el 13,91% son unión libre, y apenas el 6,24% se encuentran divorciados.
- Del 100% de los encuestados el 49.88% casi la mitad de lo encuestado tiene un rango de ingresos menos de \$500, seguido por el 38,66% que tiene ingresos entre \$501 a \$1000, con un 6,95% ingresos mayores a \$1501, y únicamente con un 4,51% representan los ingresos entre \$1001 y 1500 dólares mensuales.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proceso investigativo dentro del proyecto Sacha Bag se ha enfocado en buscar ese contacto directo, real y tangibles con las opiniones sugerencias y comentarios de los futuros clientes donde a través del uso de entrevistas y grupos focal se puede concluir que la inclusión de una nueva línea de negocios con huella ambiental es un punto favorable no solo para el cuidado ecológico de la ciudad de Guayaquil sino también para una diversificación de las formas de hacer comercio integrando con esto a la nuevas tendencias de la economía; dicha muestra poblacional encuestada enfatiza que para la aceptación de este nuevo producto y sus diversas aristas comerciales deben tener un valor agregado donde ellos perciban una comunicación constante con la compañía para poder satisfacer sus necesidades y que estén dentro de su presupuesto para poder realizar la inversión.

No solamente se puede concluir en una brecha de consulta a futuros consumidores, para este caso Sacha Bag sostuvo la técnica de entrevista a profundidad con tres especialistas con experticia en el tema de nuevas tendencias comerciales y cuidado con huella del ecosistema a través de productos eco amigables, bajo esta conclusión los profesionales indicaron que el cambio de una forma de comercialización y comercio que busque agregar al mercado ecuatoriano productos con huella ecológica es muy beneficioso para varios aspectos en la economía del país y en los factores socio económicos de los mismos, acotando a su vez que todo esto debe fundamentarse en un estudio de procesos integrados los cuales deben estar en constante evolución y control para que no se conviertan en procesos obsoletos y sin una función de calidad óptima para la industria.

Una de las recomendaciones más firmes para este proceso gerencial del plan comercial es en realizar estudios constantes en las nuevas estrategias comerciales y tendencias de consumo de los clientes, para que con esto a su vez poder crear un campo de acción más amplio en las nuevas formas de crear estrategias y objetivos que motiven al consumidor a sentirse

respaldado por la empresa y su nivel de consumo incrementado para desplazar la demanda comercial de nuestros productos, todo esto acompañado de políticas comerciales y empresariales que busquen la prolongación de la estabilidad económica y fidelidad de los clientes para el proyecto Sacha Bag.

Dentro de las recomendaciones marcadas tomadas de las entrevistas a profundidad, todos ellos concluyen que en efecto la nueva línea de comercio que implementa Sacha Bag es muy viable para el proyecto, pero se debe tener en cuenta, la forma de estructuración de la misma la cual debe ser integrada. Es decir, no únicamente basarse e innovar en el área comercial y atención al cliente, sino más bien crear vínculos de contacto en las diferentes áreas de la empresa. Dentro de ellos se recomienda crear procesos contables que permitan la implementación de sistemas que migren y manejen información directa en la plataforma de la página web para no estar sujetos a un programa que necesita servidores sino más bien tener un contacto directo de la información que se encuentre en la nube del portal; adicionando la sistematización de procesos de capacitaciones, ranking de ventas, proyección y elaboración de estados de flujos de efectivo, estados financieros entre otros.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrews , K. (2010). *El Concepto de la Estrategia en la Empresa*. Obtenido de STUDY LIB:

<https://studylib.es/doc/5429480/estrategia-corporativa---mcgraw-hill-higher-education>

Cavala. (14 de enero de 2015). *Tecnología ecológica: nuestra responsabilidad*. Obtenido de

<https://www.cavala.es/noticias/2015/01/tecnologia-ecologica/#:~:text=Las%20tecnolog%C3%ADas%20ecol%C3%B3gicas%20reducen%20la,menos%20contaminante%20y%20el%20reciclado.>

INEC. (28 de noviembre de 2010). *Censo*. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (abril de 2022). *Estadística sobre inflación mes de abril del 2022*. Obtenido de

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-ecuador-abril-alimentos-transporte/>

Mongabay, L. (11 de enero de 2022). *Periodismo ambiental independiente*. Obtenido de

<https://es.mongabay.com/2022/01/desafios-ambientales-de-ecuador-en-2022/>

Olamendi, G. (2009). *Estrategias de posicionamiento*. Obtenido de

<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33079417/posicionamiento-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1656887101&Signature=Hy2S8MMTwwEB0t~YphpW9apUinea8es581i6ru8~VXMOTlh97yiKvuN2d0SOogJ2sDs~70ZPTmlIJIfEc61fJObedp55oEsSa7BA87TVb1ZV79UqGslHW0w-s-ctuO2QIqBtkRVLejZb>

ONU. (agosto de 2021). *Empresa y cambio climático: El aumento de la sensibilización pública crea una oportunidad significativa*. Obtenido de

<https://www.un.org/es/chronicle/article/empresa-y-cambio-climatico-el-aumento-de-la-sensibilizacion-publica-crea-una-oportunidad>

Universo, D. e. (6 de junio de 2021). Ecuador recaudó \$761.000 por impuesto a las fundas plásticas en cerca de un año de vigencia. pág. 9.

Zambrano Noles, S., Goyas Céspedes, L., & Serrano Cayamcela, J. (febrero de 2018). *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200234#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20ambiental%20en%20el,lo%20econ%C3%B3mico%20y%20lo%20ambiental.

12. ANEXOS

ANEXO 1: FORMULARIO DE ENCUESTA

Investigación sobre la preferencia de uso de Bolsos ecológicos

Identificar las causas que motivan a la población a adquirir fundas plásticas, así como también los beneficios y características que incentiven el uso de bolsas ecológicas para transportar productos en reemplazo de las fundas comunes.

Instrucciones

Estimado/a, esta encuesta es de selección múltiple, por favor seleccione las respuestas que considere correctas.

1. ¿Con qué frecuencia realiza compras para su hogar?

- Diarios
- Semanales
- Quincenales
- Mensuales

2. Al realizar estas compras seleccione el método de empaquetado que usted utiliza

- Bolsas Plásticas
- Bolsas Ecológicas

3. Usted usa fundas plásticas por:

- Comodidad
- Precio
- Resistencia
- Versatilidad
- No existe otra opción en el mercado

4. ¿Qué acción realiza luego de usar las fundas plásticas?

- Utilizarlas para otra compra
- Arrojarlas al basurero
- Usar para almacenar basura
- Empaquetado de alimentos y artículos varios.

5. Por qué ha rechazado usar fundas plásticas para empacar sus compras

- Por resistencia

- Por tamaño
- Por conciencia ecológica
- Incomodidad
- Nunca las he rechazado

6. ¿Qué supermercado o local comercial es el primero que se le viene a la mente donde usted haya visto que venden o se adquieren bolsos reutilizables? (Puede marcar varias opciones).

- Mi comisariato
- Muy mucho Ec
- Tuti
- Zara
- Tia
- Tia
- Supermaxi

7. ¿Cree Ud. ¿Es importante usar un bolso ecológico para transportar sus productos del supermercado en la actualidad? (Marcar una opción).

- Nada importante
- Poco importante
- Importante
- Muy importante

8. Al momento de ir al supermercado ha utilizado una de las siguientes clases de bolsos ecológicos para transportar sus productos. (Puede marcar varias opciones)

- Yute
- Algodón
- Cabuya
- Lona
- Nunca he usado

9. De los siguientes aspectos seleccione usted porque adquirirá un bolso ecológico reutilizable. (Marque una opción).

- Por economía o costo
- Por ayuda y cuidado ambiental
- Por moda

10. ¿Qué uso le daría usted a la adquisición de este bolso ecológico reutilizable?

- Compras de supermercado
- Traslado de artículos varios
- Uso diario en actividades
- Todas los anteriores

11. En una escala del 1 al 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 siendo la más alta, valore la importancia de los siguientes atributos al momento de elegir un bolso ecológico reutilizable

	1	2	3	4	5
Precio					
Diseño					
Calidad					
Tamaño					

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un bolso ecológico sabiendo que éste, en comparación de las fundas plásticas, servirá para varios usos y será amigable con el medio ambiente? (Marque una opción).

- Entre \$2 a \$4
- Entre \$5 a \$7
- Entre \$8 a \$10
- \$11 o más

13. En una escala del 1 al 5, donde 1 es la ponderación más baja y 5 la más alta; valore en que medio digital usted invierte más su tiempo.

	1	2	3	4	5
Facebook					
Instagram					
Tik Tok					
WhatsApp					

14. ¿Ha realizado usted el método de compras a través medios digitales o páginas web?

- Si
- No

15. De las siguientes alternativas escoja cuales son las más necesarias o importantes para que usted pueda utilizar y realizar compras en una tienda online. (Puede marcar varias opciones).

- Facilidad en el uso de la aplicación o tienda online.
- Seguridad de la aplicación o tienda online.
- Variedad en métodos de pago de la aplicación o tienda online.

16. Sector donde vive:

- Norte
- Centro
- Sur
- Este
- Oeste

17. Edad:

- De 18 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 55 años
- De 56 a más años

18. Sexo:

- Femenino
- Masculino

19. Estado Civil:

- Soltero/a
- Casado/a
- Divorciado/a
- Unión libre
- Viudo/a

20. Nivel de ingresos mensuales:

- Menos de \$500
- De \$501 a \$1000
- De \$1001 a \$1500
- Más de \$1501

ANEXO 2: FORMULARIO ENTREVISTA PROFUNDIDAD

Nombre: Dario Peredo Mera

Profesión: Economista, Asesor administrativo, Financiero, TTHH y académico.

Categoría Tendencias

1. ¿Cómo considera usted que las tendencias en crear empresas o industrias con huella ecológica favorecen a la economía de un país?
 - ¿Este tipo de tendencia para usted es temporal o se mantendrá en el tiempo?
 - Si responde que se mantendrán en el tiempo:
 - ¿Qué factores considera usted que influenciaron para que esto suceda?
2. ¿Qué características para usted bajo su experiencia debería tener un negocio con huella ecológica en la industria ecuatoriana?
3. Para usted bajo su experiencia ¿Cuál fue el impacto que tuvo en el mercado ecuatoriano la creación de productos reutilizables?

Categoría Clientes

4. Bajo su experiencia ¿Qué tipo de clientes consumen productos de nuevas tendencias ecológicas?
5. ¿Considera usted que el mercado actual en el ámbito de clientes conoce los beneficios de usar bolsos ecológicos?
6. Según su experiencia ¿Cuáles serían los precios que los clientes estarían dispuestos a pagar por los bolsos ecológicos?
7. Según la temática de gustos y preferencias sobre el diseño y la calidad de productos ecológicos para usted ¿Cuáles usted considera serían los más óptimos para los bolsos ecológicos?

Categoría Tienda Online

8. Según su experticia ¿Qué opina usted sobre este tipo de modalidad de tienda online para un negocio en la actualidad en el Ecuador?
9. ¿Cómo considera usted que la pandemia del COVID-19 impulsó la apertura de nuevas formas de realizar negocios a través de la modalidad de tiendas online?
10. ¿Cómo considera usted que debería estar estructurada una tienda online en según el área administrativo financiera?
11. ¿Para usted cuáles serían las ventajas y desventajas de tener una tienda online en estos tiempos dentro del país?

12. ¿Considera usted que tiene un aporte favorable para el negocio tener una tienda online?

- Si responde que sí tiene un aporte:
 - ¿Cuáles considera usted que serían estos aportes al negocio o industria?

ENTREVISTA PROFUNDA

Nombre: Estela Benítez

Profesión: Creadora y diseñadora de Jutelove Ecuador.

Categoría Tendencias

1. ¿Qué opina usted sobre la nueva tendencia de implementación de bolsas ecológicas en los supermercados?
2. ¿Qué características debería tener un bolso ecológico para poder ofrecerlo en los supermercados?
3. ¿Según su experticia en la actividad de supervisión que realiza cómo afecta o beneficia la implementación de los bolsos ecológicos en los supermercados?

Categoría Clientes

4. Bajo su análisis ¿Qué tipo de bolsos consumen más los clientes que frecuentan su supermercado?
5. Según su experiencia ¿Cuántas fundas plásticas se consumen diariamente en su supermercado?
6. ¿Considera usted que los clientes conocen los beneficios de usar bolsos ecológicos?
7. Bajo su experticia ¿Cuál sería el costo promedio que los clientes estarían dispuestos a pagar por un bolso ecológico?
8. ¿Qué tipo de materiales considera usted que sus clientes preferirían en un bolso ecológico?

Categoría Tienda Online

9. ¿Qué opina usted sobre este tipo de modalidad de tienda online para un negocio?
10. ¿Cómo considera usted que la pandemia del COVID-19 impulsó la apertura de nuevas formas de realizar negocios a través de la modalidad de tiendas online?
11. Para usted ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de tener una tienda online en el mercado ecuatoriano?
12. ¿Considera usted que tiene un aporte favorable para un negocio tener una tienda online?

- Si responde que sí tiene un aporte:
 - ¿Cuáles considera usted que serían estos aportes al negocio?

ENTREVISTA PROFUNDA

Nombre: Javier Peredo Mera

Profesión: Supervisor de cajas Corporación “El Rosado”

Categoría Tendencias

1. ¿Qué efectos positivos cree usted que podría tener el uso de bolsas ecológicas sobre el medio ambiente?
2. ¿Qué características debería tener un bolso ecológico para adquirirlo?
3. ¿Según su experticia en negocios ecológicos cómo beneficia al mercado ecuatoriano la inserción de los mismos en los tiempos actuales post pandemia?

Categoría Clientes

4. ¿Qué tipo de bolsos consumen sus clientes?
5. ¿Considera usted que sus clientes conocen los beneficios de usar bolsos ecológicos?
6. ¿Cuál sería el costo promedio que sus clientes estarían dispuestos a pagar por un bolso ecológico?
7. ¿Qué tipo de materiales considera usted que sus clientes preferirían en un bolso ecológico?

Categoría Tienda Online

8. ¿Qué opina usted sobre este tipo de modalidad de tienda online para un negocio?
9. ¿Cómo considera usted que la pandemia del COVID-19 impulsó la apertura de nuevas formas de realizar negocios a través de la modalidad de tiendas online?
10. Para usted ¿Cuáles serían las ventajas y desventajas de tener una tienda online en el mercado ecuatoriano?
11. Bajo su experiencia coméntenos ¿Cuáles serían los aspectos más importantes a tener en cuenta al implementar la modalidad de una tienda online?
12. ¿Considera usted que tiene un aporte favorable para el negocio tener una tienda online?
 - Si responde que sí tiene un aporte:
 - ¿Cuáles considera usted que serían estos aportes al negocio?

ANEXO 3: FORMULARIO GRUPO FOCAL

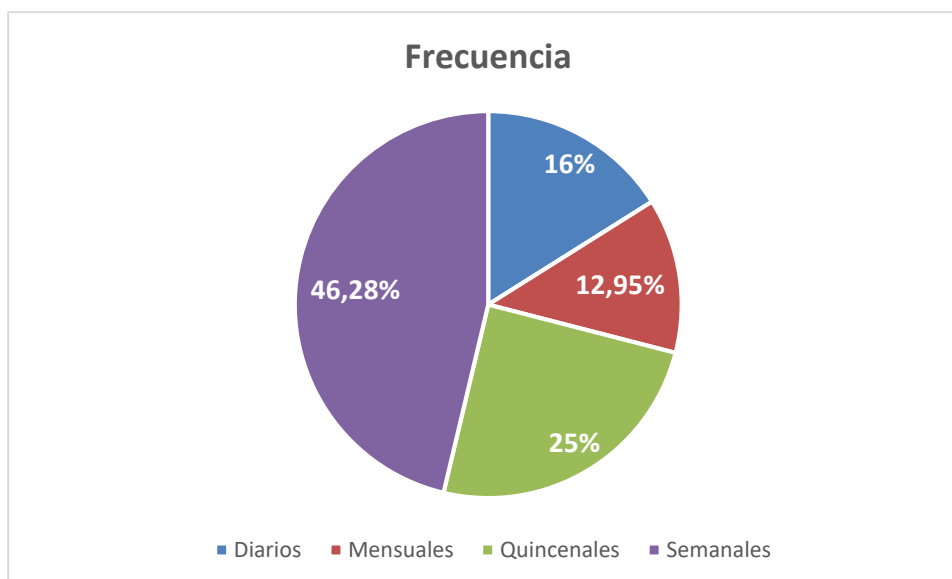
Moderador: “SACHA BAG” que se dedica a la fabricación de bolsos ecológicos producto que no únicamente ayuda a su economía sino es favorable para el medio ambiente.

1. ¿Por qué utiliza en sus actividades cotidianas fundas plásticas?
2. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las bolsas de plástico?
3. ¿Por qué cree usted que las fundas de plástico contaminan?
4. ¿Cómo reutiliza sus fundas plásticas después de su primer uso?
5. ¿Con qué frecuencia realiza compras y utiliza fundas plásticas?
6. En algunos establecimientos se están efectuando cobros por la adquisición y uso de las fundas plásticas, ¿Qué opina usted al respecto?
7. ¿Ha escuchado hablar alguna vez de las bolsas ecológicas?
8. ¿Compraría usted una bolsa ecológica?
 - a. Si la respuesta es Sí; ¿Qué lo motiva a realizar esta compra?
 - b. ¿Cuáles considera usted son las ventajas y desventajas de las bolsas ecológicas?
 - c. En la actualidad ¿Cuál es su apreciación sobre la calidad de las bolsas reutilizables?
9. ¿Qué características considera usted debe tener un bolso ecológico reutilizable para reemplazar a las fundas plásticas tradicionales?
10. ¿Qué tamaño considera usted, el adecuado para una bolsa ecológica reutilizable?
11. ¿Qué tipo de material considera usted que deben tener los bolsos ecológicos reutilizables?
12. ¿En un bolso ecológico reutilizable usted que buscaría funcionalidad o su costo?, ¿Y Porque toma esta decisión?
13. ¿Cuál sería el costo o valor que usted estaría dispuesto a cancelar por un bolso ecológico y por qué?
 - a. Entre \$2 a \$4
 - b. Entre \$5 a \$7
 - c. Entre \$8 a \$10
14. ¿Con qué frecuencia adquiere bolsas reutilizables?
 - a. Semanal
 - b. Quincenal
 - c. Mensual

15. ¿Qué opinión tiene usted sobre realizar compras de bolsas ecológicas mediante una página web?
16. ¿Le gustaría a usted que las compras que realice online lleguen a usted empacadas en materiales ecológicos?
17. ¿Ha utilizado APPs (aplicaciones) en su celular o computadora para realizar compras por catálogo, y que clase de productos adquiere por estos medios?, ¿Cómo llegan empacados?

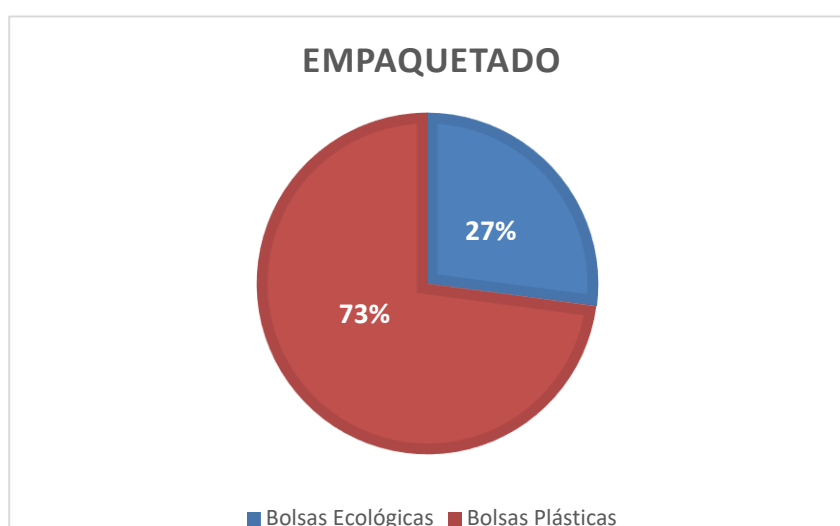
ANEXO 4: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. ¿Con qué frecuencia realiza compras para su hogar?



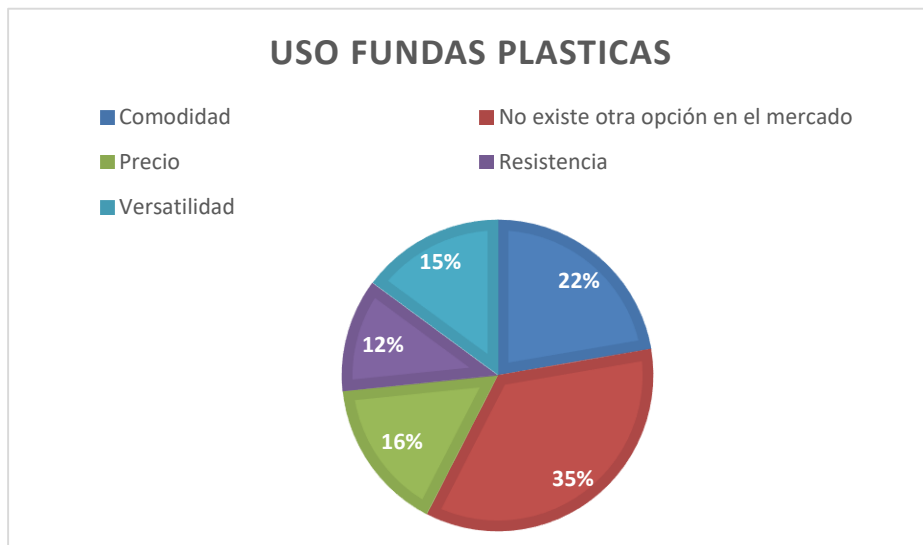
Del 100% de los guayaquileños encuestados el 46,28% menciona que la frecuencia de compras que realiza en su hogar es semanal; seguido de esto el 25% realiza compras quincenales; el 16% Diarias, y únicamente el 12.95% menciona que sus compras son mensuales.

2. Al realizar estas compras seleccione el método de empaquetado que usted utiliza



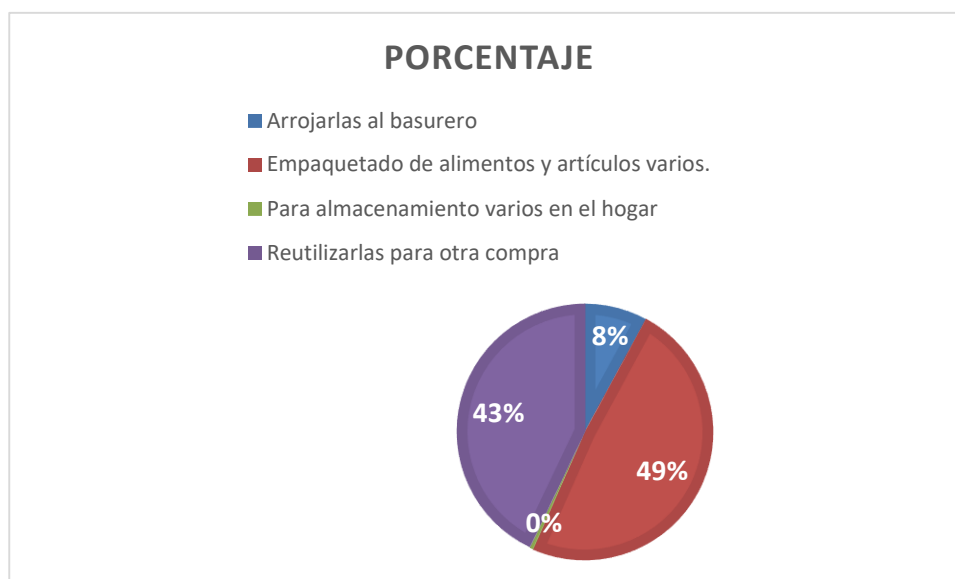
Los encuestados en un 73% hacen referencia que el método de empaquetado que usan es el empaquetado por bolsas plásticas, y únicamente el 27% de los encuestados utilizan o han utilizado bolsas ecológicas.

3. Usted usa fundas plásticas por:



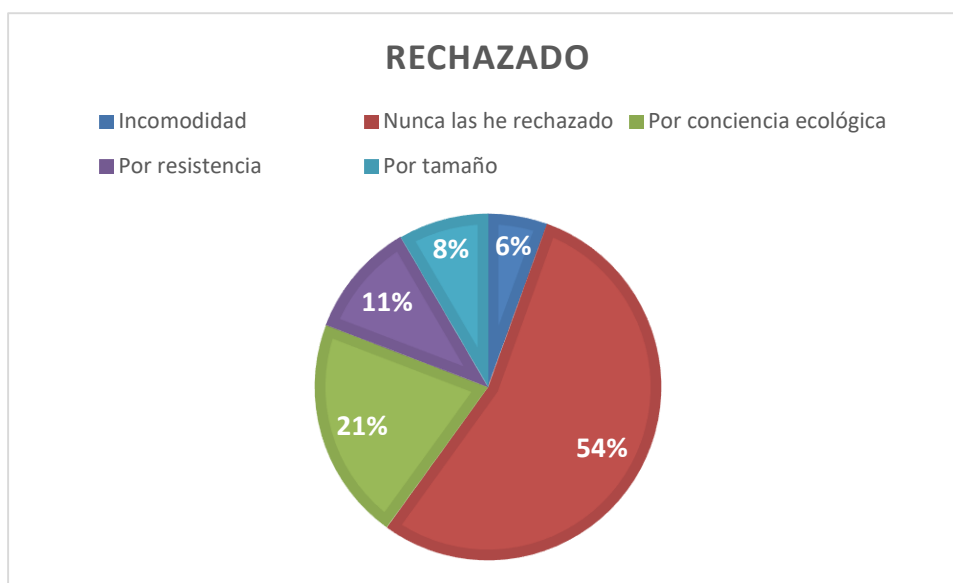
El 35% de los encuestados denotan que el uso de las fundas plásticas lo realizan porque no existe otra opción en el mercado, mientras que para otros parámetros como comodidad solo han usado el 22%, por precio el 16%, por versatilidad el 15% y solamente el 12% por resistencia.

4. ¿Qué acción realiza luego de usar las fundas plásticas?



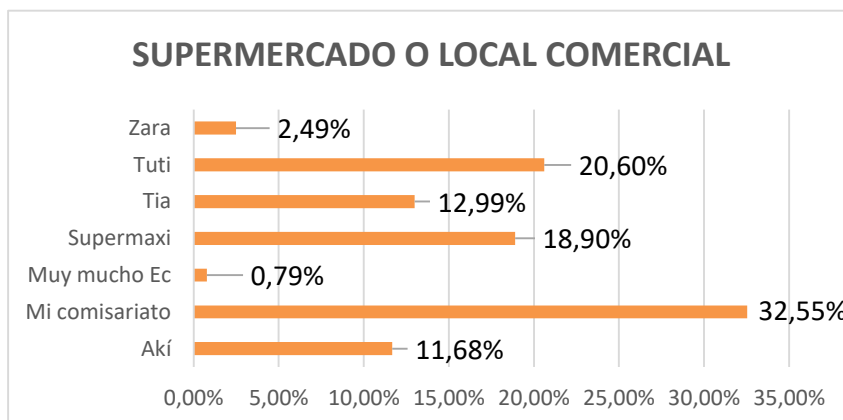
Con referencia a la acción que se les dan a las fundas plásticas después de su primer uso, los encuestados guayaquileños mencionan que el 49% la utilizan para el empaquetado de alimentos, y artículos varios, para la reutilización de otras compras únicamente lo efectúan el 43%, mientras que el 8% le dan uso para la recolección de desechos y basura.

5. Por qué ha rechazado usar fundas plásticas para empacar sus compras



Bajo la acción de rechazo para el uso de las bolsas o fundas plásticas el 54% de los encuestados mencionan que nunca han rechazado su uso, seguido de esto el 21% han realizado el rechazo por la conciencia ecológica, el 11% por la resistencia de estas fundas plásticas, mientras que por tamaño y por incomodidad han rechazado respectivamente en ese orden un 8 y 6 puntos porcentuales.

6. **¿Qué supermercado o local comercial es el primero que se le viene a la mente donde usted haya visto que venden o se adquieren bolsos reutilizables? (Puede marcar varias opciones).**

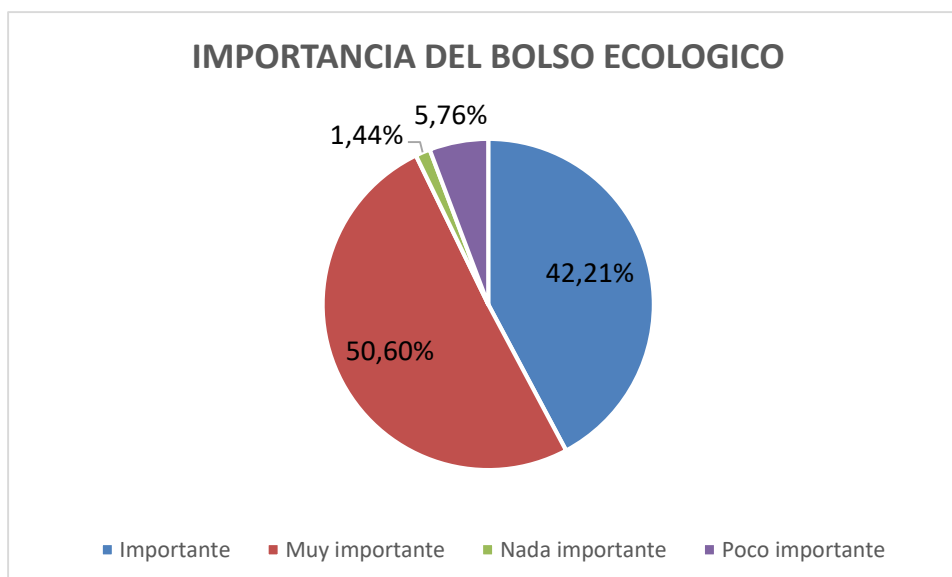


Para los encuestados el primer supermercado o local comercial que se les viene a la mente al mencionar la venta o adquisición de bolsas ecológicas reutilizables son:

1. Mi comisariato
2. Tuti
3. Supermaxi
4. Akí

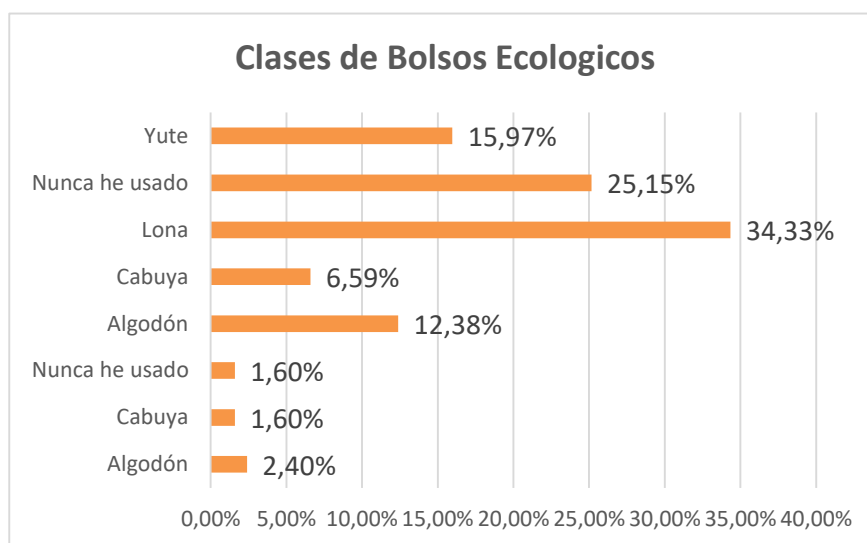
Demostrando claramente que para los encuestados guayaquileños las adquisiciones de los bolsos ecológicos se dan de manera única y exclusiva en las cadenas de supermercados.

7. **¿Cree Ud. que es importante usar un bolso ecológico para transportar sus productos del supermercado en la actualidad? (Marcar una opción).**



Los encuestados en un 50,60% mencionan que es muy importante el uso de los bolsos ecológicos para la transportación de productos del supermercado, el 42,21% mencionan que es importante, el 5,76% poco importante y únicamente el 1,44% mencionan que su uso es nada importante.

8. Al momento de ir al supermercado ha utilizado una de las siguientes clases de bolsos ecológicos para transportar sus productos. (Puede marcar varias opciones)

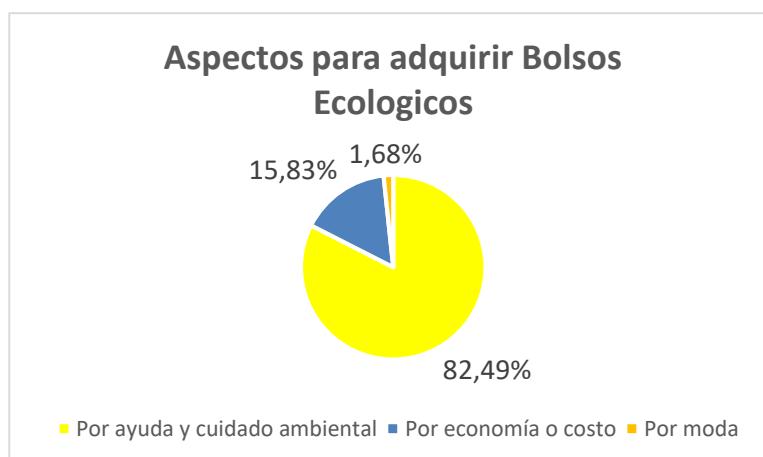


Dentro de las principales clases de bolsos ecológicos que han usado los encuestados en los supermercados se enlistan los siguiente:

1. Lona
2. Nunca he usado
3. Yute
4. Algodón
5. Cabuya

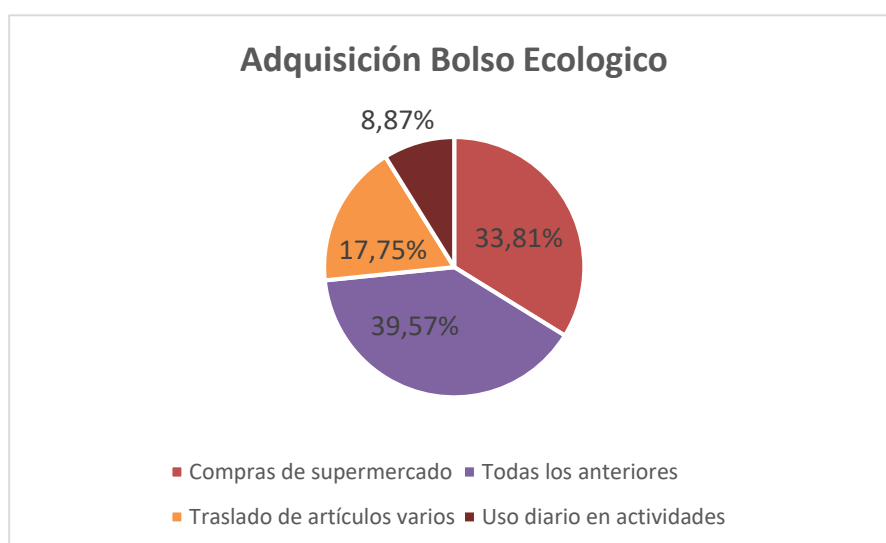
Denotando claramente que el uso de las bolsas ecológicas se ve polarizado en que la mayoría de los encuestados han usado en su momento bolsos de clase de Lona, pero un gran porcentaje no los han usado aún.

9. De los siguientes aspectos seleccione usted porque adquirirá un bolso ecológico reutilizable. (Marque una opción).



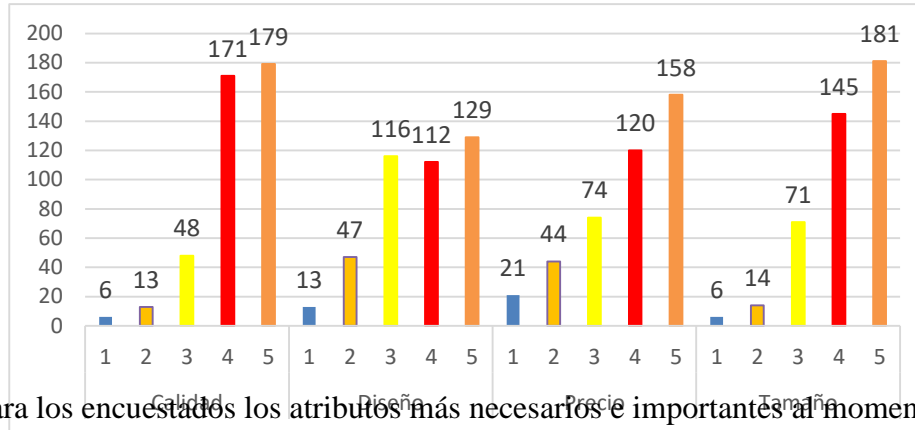
Según las preferencias de los encuestados para adquirir un bolso ecológico el 82,49% los usarían por ayuda y cuidado ambiental, el 15,83% por economía o costo, y apenas el 1,68% por moda.

10. ¿Qué uso le daría usted a la adquisición de este bolso ecológico reutilizable?



El 39,57% de los encuestados menciona que el uso que le daría a las bolsas ecológicas va desde compras de supermercado, traslado de artículos y uso diarios de actividades; acotando que el 33.81% menciona que ellos seleccionaron su uso para exclusivamente para compras de supermercado, el 17.75% para el traslado de artículos varios, y un 8,87% para uso diario de actividades.

11. En una escala del 1 al 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 siendo la más alta, valore la importancia de los siguientes atributos al momento de elegir un bolso ecológico reutilizable

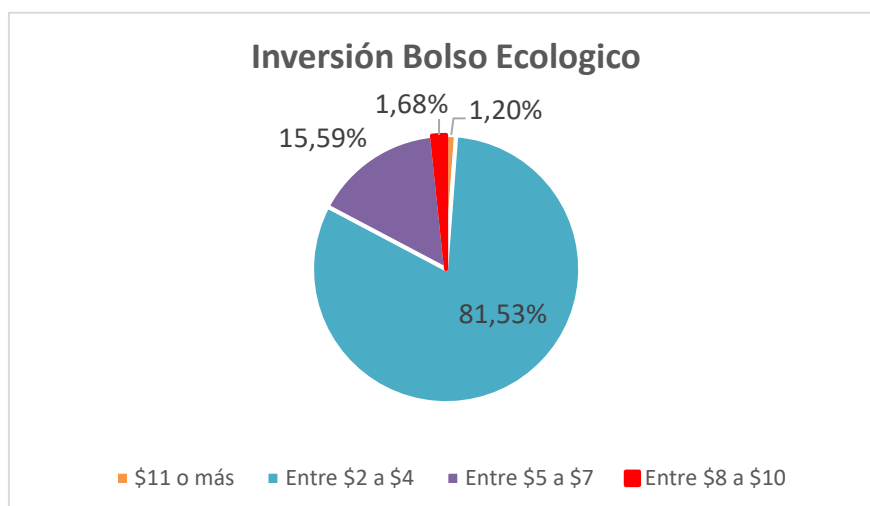


Para los encuestados los atributos más necesarios e importantes al momento de elegir un bolso ecológico en una escala del 1 al 5 son:

1. Tamaño
2. Calidad
3. Precio
4. Diseño

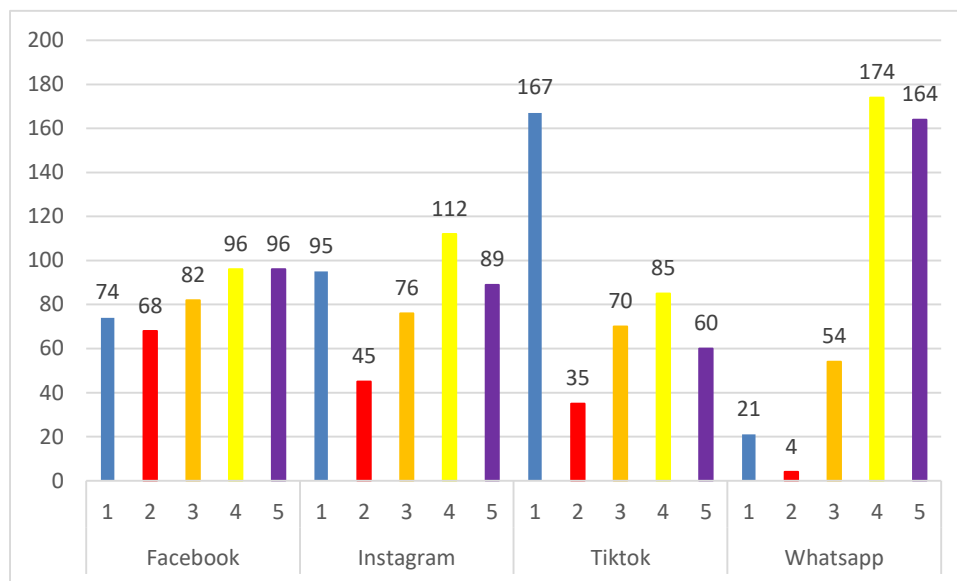
Con esto queda marcado claramente que la adquisición o la necesidad de los consumidores encuestados para ellos un bolso ecológico lo primero que debe cubrir son sus gustos por tamaño, seguido por la calidad, precio y por último el diseño.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en un bolso ecológico sabiendo que éste, en comparación de las fundas plásticas, servirá para varios usos y será amigable con el medio ambiente? (Marque una opción).



El máximo punto de inversión que están dispuestos a dar los encuestados con un 81.53% se da entre un rango de \$2 a \$4, mientras que un 1,68% de los encuestados está dispuesto a invertir entre \$8 a \$10.

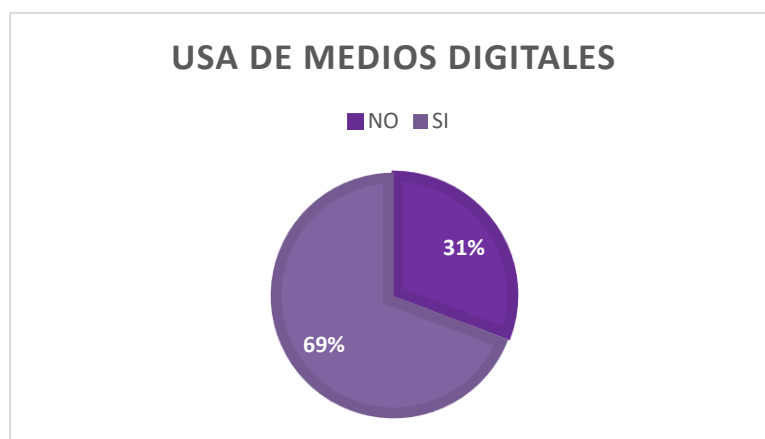
13. En una escala del 1 al 5, donde 1 es la ponderación más baja y 5 la más alta; valore en que medio digital usted invierte más su tiempo.



Para los encuestados en una escala del 1 al 5 la inversión más alta de su tiempo en medios digitales se da de la siguiente manera:

1. WhatsApp
2. Facebook
3. Instagram
4. TikTok

14. ¿Ha realizado usted el método de compras a través medios digitales o páginas web?



Los encuestados al hacer referencia sobre si han utilizados los medios digitales o páginas web para realizar compras online el 69% hace referencia que en algún momento de su vida si lo han realizado mientras que un 31% mencionan que aún no han efectuado compras por este medio.

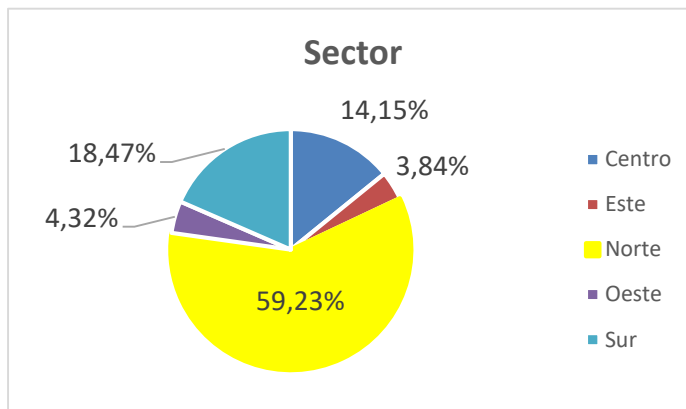
15. De las siguientes alternativas escoja cuales son las más necesarias o importantes para que usted pueda utilizar y realizar compras en una tienda online. (Puede marcar varias opciones).



Al consultar a los encuestados cuál alternativa para ellos sería la más importante en el momento de realizar una compra online supieron indicar que un complemento entre seguridad de la aplicación y facilidad en el uso de la aplicación abarca un 36,73% cada una

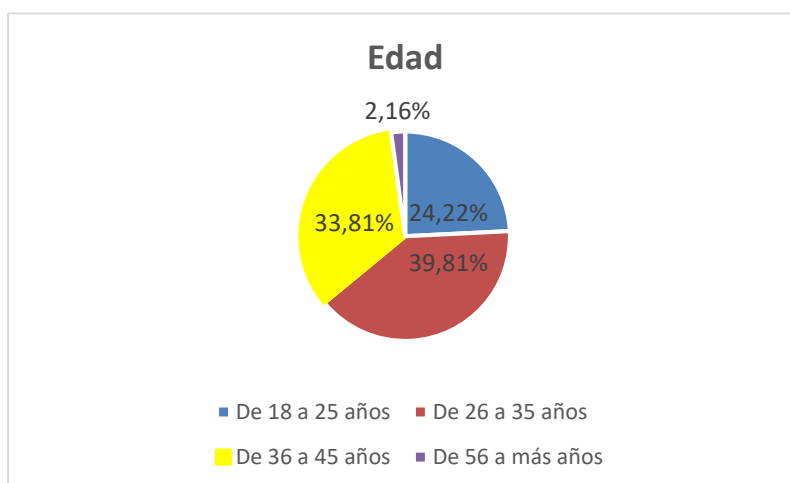
respectivamente, mientras que un 26,54% considera que la alternativa más idónea para ellos sería la variedad en los métodos de pagos.

16. Sector donde vive:

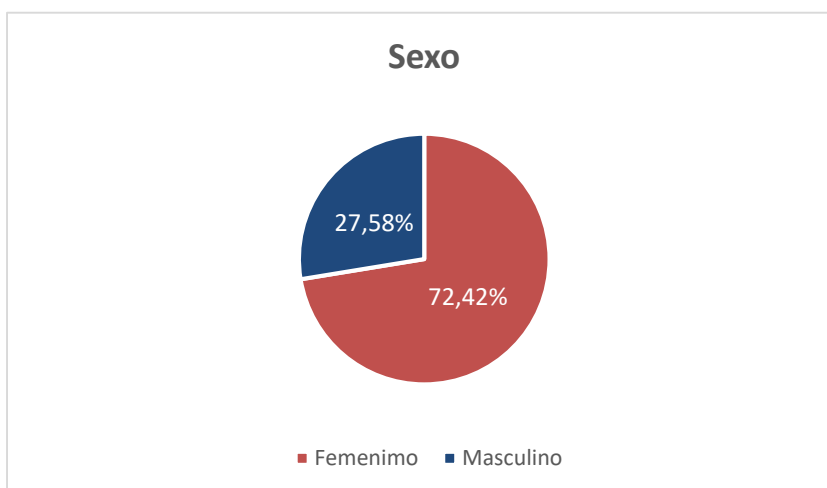


El 59,23% de los entrevistados identifica su sector donde viven en el norte de la ciudad, el 18,47% en el sur, el 14,15% en el centro, el 4,32% en el oeste y únicamente el 3,84% representa el este de la ciudad.

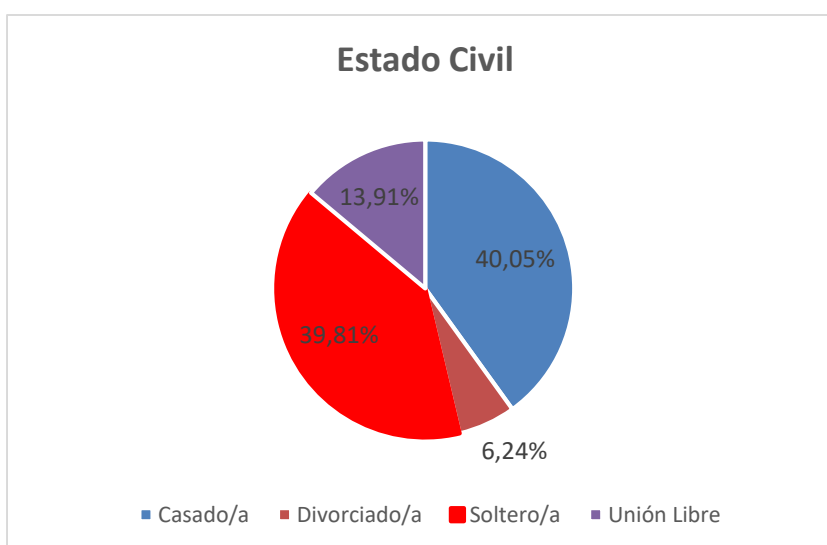
17. Edad:



El rango mayoritario de la población encuestada con un 39,81% representa entre 26 a 35 años, seguido por el rango entre 36 a 45 años con un porcentaje de 33,81%, los de edad entre 18 a 25 años tiene representación del 24,22%, mientras que para los mayores de 56 años solo se representa con un 2,16% de todos los encuestados.

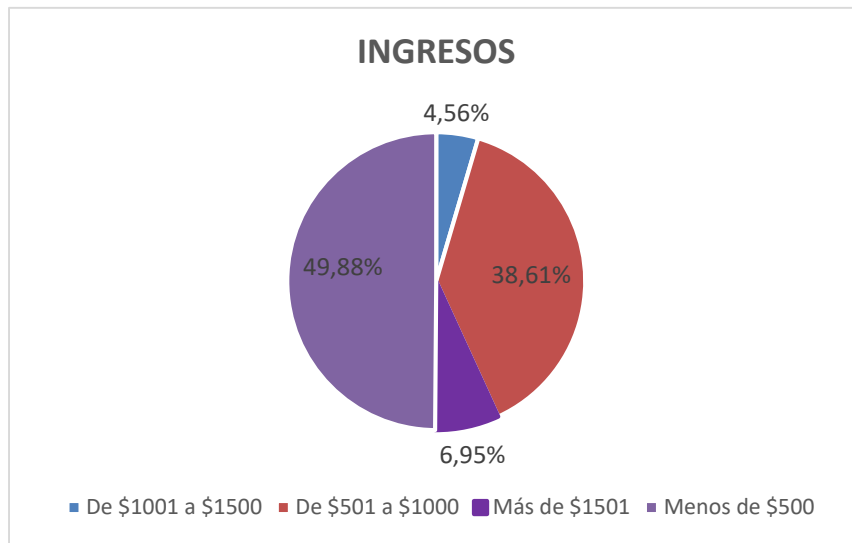
18. Sexo:

El 72,42% de los encuestados representa a personas que se identifican con el sexo femenino, mientras que el 27,58% se identifican con el masculino.

19. Estado civil:

El 40,05% de los encuestados son de estado civil casado, el 39,81% son solteros, mientras que el 13,91% son unión libre, y apenas el 6,24% se encuentran divorciados.

20. Ingresos:



Del 100% de los encuestados el 49.88% casi la mitad de lo encuestado tiene un rango de ingresos menos de \$500, seguido por el 38,61% que tiene ingresos entre \$501 a \$1000, con un 6,95% ingresos mayores a \$1501, y únicamente con un 4,51% representan los ingresos entre \$1001 y 1500 dólares mensuales.

ANEXO 5: RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS PROFUNDIDAD

Conclusiones entrevista a profundidad: Estela Benítez

- Nuestra entrevistada procede a indicar que bajo su experiencia la creación de una empresa con huella ecológica favorece a la economía del país porque busca a través reducir el consumismo de productos plástico y esto como efecto favorecedor se procederá a realizar un cambio en el bien de nuestro planeta.
- La entrevistada señala que bajo su conceptualización las características que debe tener un bolso ecológico reutilizable debe ser de materiales 100% naturales desde su procedencia, las técnicas que sean amigables con el medio ambiente y las cantidades no sean dañinas para el ecosistema buscando que tengan una vida útil lo más larga posible.
- En el área de consumo por parte de los clientes la señorita Benítez nos menciona que ella maneja varios tipos de tela entre ellas el yute, lona de algodón y las bolsas de lienzo de algodón. En la actualidad menciona que dentro de las preferidas por sus consumidores es la lona de algodón ya que es resistente y no desprende ningún tipo de fibras siendo bolsos de multiuso.
- Nuestra entrevistada indica que en sus estudios de campo ha podido recabar información que en los negocios o industrias grandes el uso de bolsos ecológicos es muy poco frecuente, mientras que en la actualidad las nuevas industrias están apostando por una huella ecológica intentando en sus productos y empaquetado reducir el daño ambiental.
- Benítez bajo su experiencia sobre costos en las bolsas indica que la diversidad de bolsas maneja varios costos ya que las técnicas y materiales no se pueden costear igual, pero hace referencia que una bolsa de compras reutilizable sencilla tendría un costo entre \$8 a \$12 por bolsa.

- Dentro de la opinión sobre la modalidad de tiendas online nuestra entrevistada mencionada que es parte de esta tendencia, pero no teniendo una página online perse sino a través de redes sociales; buscando tener ese acercamiento con el cliente y le resulta favorable ya que no se sujeta a un tiempo y un lugar físico pre establecido.
- Benítez nos menciona que la pandemia del COVID-19 ha logrado diversificar la forma de vender ya que ahorra tiempo y movilidad y agregando a esto la inseguridad. Siendo esto favorable para ella teniendo ella también la alternativa realizar visitas físicas a sus clientes en un espacio para que puedan ver sus bolsos.

Conclusiones entrevista a profundidad: Javier Peredo

- Para el entrevistado los efectos positivos que tiene el uso de bolsos ecológicos menciona sobre la concientización del uso de productos renovables, buscando la equidad social y reducción de pobreza generando fuentes de ingresos del país y el mundo.
- Dentro de las principales características para el entrevistados considera que debe ser un bolso versátil para que tenga múltiples usos desde realizar compras, ir de viaje e inclusive para poder llevar a realizar otras actividades como el gimnasio.
- Bajo la experticia del entrevistado la reinención de nuevas estrategias radica en la generación y prolongación del ecosistema en el país causando con esto un efecto a largo plazo en mantener los recursos naturales que tiene el país.
- Peredo nos indica que dentro del negocio que él se desenvuelve existen varios tipos de materiales para los bolsos entre ellos de yute, algodón o Cambrella, pero bajo su enfoque de versatilidad para el bolso considera que debería ser entre yute y algodón para tener una sofisticación mejor entre resistencia y calidad.

- Para nuestro entrevistado los clientes tienen un conocimiento medio del uso de las bolsas ecológicas, ya que no existe la debida difusión de las autoridades respectivas sobre el daño ambiental que causan las bolsas de plástico.
- Bajo la experiencia del entrevistado nos menciona que tienen dos tipos de bolsos de 0,30 centavos y 0,60; señala que más allá de un costo generalizado se debe analizar los gustos y preferencias del consumidor conjuntamente con su necesidad.
- Sin duda alguna el entrevistado reafirma que el material predilecto de sus clientes podría ser el yute y el algodón por sus múltiples usos.
- Peredo nos mencionada que bajo su experticia las tiendas online como modalidad de un negocio tiene un aporte importante ya que la tecnología nos ha hecho reinventar para tener nuevas formas de negocios donde se deben adaptar a las nuevas tendencias de la juventud, para con esto una empresa debe estar en vanguardia con la tecnología como en los países del primer mundo.
- Según el entrevistado con respecto de cómo la pandemia del COVID-19 impulsó a crear nuevas líneas de negocios online nos comenta que la pandemia además de crear brechas de negociaciones también nos obligó a sentirnos listos para crear este nuevo tipo de negocio para tener una nueva forma de hacer comercio, en un amplio mercado con costos reducidos.
- Dentro del enfoque de ventajas y desventajas el entrevistado nos procede a nombrar las siguientes:

Ventaja:

- ✓ Reducción de costos, ya que no se necesitan espacios físicos sino únicamente se necesita un dominio en el internet.

Desventaja:

- ✓ Acceso reducido de la tecnología en un campo de la población.

- ✓ Muy poca difusión que no conoce una parte de la población sobre este tipo de negocios.
- El entrevistado nos menciona que bajo su experiencia los aspectos más relevantes sobre los procesos de implementación de una tienda online tenemos: la accesibilidad de los aplicativos, amigables en los procesos de compras, debe permitir variedad de medios de pago, y lo más importante en la seguridad informática debe ser segura.

Conclusiones entrevista a profundidad: Dario Peredo

- El economista Peredo nos indica que bajo sus conceptualizaciones la creación de una empresa con huella ecológica favorece en la dinamización de la economía donde se transforma la idea de ver al medio ambiente no solo como un factor generador sino más bien se le da el valor que tiene desde su concepción en la constitución de ser un ser que tiene derecho y debe ser respetado y cuidado; Considerando claro está que para esta creación se deben cumplir varias aristas para la que dichas industrias se mantengan en el tiempo, adicionando que esta tendencia para su pensar se mantendrá en el tiempo. Dentro de este proceso los factores que más influenciaron en este diseño de negocio con huella verde son el cuidado ambiental y la prolongación de los recursos naturales en el tiempo.
- Para el entrevistado las características bases o firmes dentro de una industria con huella ecológica deben ser:
 - ✓ Organigramas estructurales y funcionales dentro de la distribución empresarial y giro del negocio.
 - ✓ Flujos de efectivos y proyecciones de costos y gastos.
 - ✓ Campos de acción del plan comercial.
 - ✓ Capacitaciones constantes del personal.

- ✓ Procesos de comercialización con uso de nuevas estrategias tecnológicas.
- ✓ Conocimiento legales y tributarios en giro de la industria.
- Peredo nos menciona que bajo su experiencia el impacto que tiene la creación de productos reutilizables en el mercado es un hito que se está comenzando a generar dentro del Ecuador donde resulta muy beneficioso ya que no solo se busca ganar un bien capital sino generar una conciencia social; vinculándose con las nuevas tendencias de comercialización y creación de negocios con la globalización del mundo, aportando directamente a la economía circular o ambiental.
- Según el entrevistado las nuevas tendencias de todo lo relacionado a procesos ecológicos o tendencias eco friendly las nuevas generaciones tienen ese apego a buscar la conciencia social y consumir tanto en bienes como en servicios productos que tengan esta huella ecológica; pero no olvides que la sociedad actual es adaptable en tiempo y espacio y sería muy radical sesgar el proceso de campo de acción de un producto o servicio a un sector de la población en exclusivo.
- Para el entrevistado el desconocimiento actual sobre todos los procesos ecológicos de productos y servicios tiene un índice muy bajo en la población ecuatoriano, es por esto que no solamente se debe ofertar un producto o servicio ecológico sino más bien se debe darle ese valor agregado a esto otorgándole a la población el conocimiento del porqué se realiza este proceso y para que se lo realiza.
- Peredo nos indica que los costos y precios de un bolso ecológico al igual que cualquier otro producto no se debe situar de manera generalizada, sino que antes se sujetar el mercado y ver los precios de los competidores para poder llegar a un punto de equilibrio sin afectar los costos fijos y variables de la industria, claro está dependiendo de calidad, tamaño y diseños.

- El entrevistado nos narra cómo fue su experiencia en las industrias productoras y nos indica que los gustos y preferencias de un consumidor es muy variado tanto como una gama de colores que lo principal sería llegar a un consenso de ideas, pero bajo su experiencia y conocimientos, considera que el Yute y la tela de algodón serían dos buenos materiales ya que también su composición ayudaría a la comercialización del bien final.
- Para el entrevistado la modalidad de negocios, tiendas o empresas online en el Ecuador lo que ha realizado es diversificar la forma de realizar hacer negociaciones y llegar al cliente no únicamente de una forma física sino accediendo a los lugares más recónditos del país, siendo esto un punto favorable para las industrias, el mercado y la economía.
- Para Peredo la pandemia del COVID-19 así como tuvo brechas muy negativas para las economías del mundo entero también ha creado nuevas formas y estrategias de negociar; con esta pandemia lo único que realizó a la economía y al mercado ecuatoriano es adaptarse a las nuevas necesidades que en países de primer mundo ya se practicaban desde años atrás.
- Según el entrevistado la estructuración de una tienda online en el área administrativa – financiera debería percibir las siguientes aristas:
 - ✓ Sistematización en software de alta calidad.
 - ✓ Niveles de firewalls de estándares internacionales para protección de datos personales y bancarios.
 - ✓ Sistemas de módulos integrados para acceso a todos los departamentos de la industria.
 - ✓ Controles de ventas y reportes de estados financieros por niveles.
 - ✓ Chats interactivos para comunicación entre departamentos.

✓ Personal capacitado en todas los procesos productivos y administrativos.

- Dentro del enfoque de ventajas y desventajas el entrevistado nos procede a nombrar las siguientes:

Ventaja:

- ✓ Dinamización y creación de nuevas formas de una nueva forma de comercio.
- ✓ Ahorro en costos fijos y variables para la empresa.
- ✓ Eficiencia y eficacia dentro de los Recursos empresariales.
- ✓ Acceso rápido y de largo alcance con los potenciales consumidores.

Desventaja:

- ✓ Acceso limitado a población que no tiene conocimiento del manejo de las TIC`s.
- ✓ Exposición a ataques cibernéticos.

- Para el entrevistado es favorable tener una diversificación de las industrias ya que a través de estas las economías se transforman y generan un impacto positivo en las mismas causando así la generación de nuevas plazas laborales.

ANEXO 6: RESULTADOS DE GRUPO FOCAL

Conclusiones entrevista a profundidad: Estela Benítez

Categoría Tendencias:

- Nuestra entrevistada procede a indicar que bajo su experiencia la creación de una empresa con huella ecológica favorece a la economía del país porque busca a través reducir el consumismo de productos plástico y esto como efecto favorecedor se procederá a realizar un cambio en el bien de nuestro planeta.
- La entrevistada señala que bajo su conceptualización las características que debe tener un bolso ecológico reutilizable debe ser de materiales 100% naturales desde su procedencia, las técnicas que sean amigables con el medio ambiente y las cantidades no sean dañinas para el ecosistema buscando que tengan una vida útil lo más larga posible.

Categoría Clientes:

- En el área de consumo por parte de los clientes la señorita Benítez nos menciona que ella maneja varios tipos de tela entre ellas el yute, lona de algodón y las bolsas de lienzo de algodón. En la actualidad menciona que dentro de las preferidas por sus consumidores está la lona de algodón ya que es resistente y no desprende ningún tipo de fibras siendo bolsos de multiuso.
- Nuestra entrevistada indica que en sus estudios de campo ha podido recabar información que en los negocios o industrias grandes el uso de bolsos ecológicos es muy poco frecuente, mientras que en la actualidad las nuevas industrias están apostando por una huella ecológica intentando en sus productos y empaquetado reducir el daño ambiental.
- Benítez bajo su experiencia sobre costos en las bolsas indica que la diversidad de bolsas maneja varios costos ya que las técnicas y materiales no se pueden costear igual, pero hace referencia que una bolsa de compras reutilizable sencilla tendría un costo entre \$8 a \$12 por bolsa.

Categoría Tienda Online:

- Dentro de la opinión sobre la modalidad de tiendas online nuestra entrevistada mencionada que es parte de esta tendencia, pero no teniendo una página online perse sino a través de redes sociales; buscando tener ese acercamiento con el cliente

y le resulta favorable ya que no se sujeta a un tiempo y un lugar físico pre establecido.

- Benítez nos menciona que la pandemia del COVID-19 ha logrado diversificar la forma de vender ya que ahorra tiempo y movilidad y agregando a esto la inseguridad. Siendo esto favorable para ella teniendo ella también la alternativa realizar visitas físicas a sus clientes en un espacio para que puedan ver sus bolsos.

Conclusiones entrevista a profundidad: Javier Peredo

Categoría Tendencias:

- Para el entrevistado los efectos positivos que tiene el uso de bolsos ecológicos menciona sobre la concientización del uso de productos renovables, buscando la equidad social y reducción de pobreza generando fuentes de ingresos del país y el mundo.
- Dentro de las principales características para el entrevistados considera que debe ser un bolso versátil para que tenga múltiples usos desde realizar compras, ir de viaje e inclusive para poder llevar a realizar otras actividades como el gimnasio.
- Bajo la experticia del entrevistado la reinención de nuevas estrategias radica en la generación y prolongación del ecosistema en el país causando con esto un efecto a largo plazo en mantener los recursos naturales que tiene el país.

Categoría Clientes:

- Peredo nos indica que dentro del negocio que él se desenvuelve existen varios tipos de materiales para los bolsos entre ellos de yute, algodón o Cambrella, pero bajo su enfoque de versatilidad para el bolso considera que debería ser entre yute y algodón para tener una sofisticación mejor entre resistencia y calidad.
- Para nuestro entrevistado los clientes tienen un conocimiento medio del uso de las bolsas ecológicas, ya que no existe la debida difusión de las autoridades respectivas sobre el daño ambiental que causan las bolsas de plástico.
- Bajo la experiencia del entrevistado nos menciona que tienen dos tipos de bolsos de 0,30 centavos y 0,60; señala que más allá de un costo generalizado se debe analizar los gustos y preferencias del consumidor conjuntamente con su necesidad.
- Sin duda alguna el entrevistado reafirma que el material predilecto de sus clientes podría ser el yute y el algodón por sus múltiples usos.

Categoría Online:

- Peredo nos mencionada que bajo su experticia las tiendas online como modalidad de un negocio tiene un aporte importante ya que la tecnología nos ha hecho reinventar para tener nuevas formas de negocios donde se deben adaptar a las nuevas tendencias de la juventud, para con esto una empresa debe estar en vanguardia con la tecnología como en los países del primer mundo.
- Según el entrevistado con respecto de cómo la pandemia del COVID-19 impulsó a crear nuevas líneas de negocios online nos comenta que la pandemia además de crear brechas de negociaciones también nos obligó a sentirnos listos para crear este nuevo tipo de negocio para tener una nueva forma de hacer comercio, en un amplio mercado con costos reducidos.
- Dentro del enfoque de ventajas y desventajas el entrevistado nos procede a nombrar las siguientes:

Ventaja:

- Reducción de costos, ya que no se necesitan espacios físicos sino únicamente se necesita un dominio en el internet.

Desventaja:

- Acceso reducido de la tecnología en un campo de la población.
- Muy poca difusión que no conoce una parte de la población sobre este tipo de negocios.
- El entrevistado nos menciona que bajo su experiencia los aspectos más relevantes sobre los procesos de implementación de una tienda online tenemos: la accesibilidad de los aplicativos, amigables en los procesos de compras, debe permitir variedad de medios de pago, y lo más importante en la seguridad informática debe ser segura.

Conclusiones entrevista a profundidad: Dario Peredo

Categoría Tendencias:

- El economista Peredo nos indica que bajo sus conceptualizaciones la creación de una empresa con huella ecológica favorece en la dinamización de la economía donde se transforma la idea de ver al medio ambiente no solo como un factor generador sino más bien se le da el valor que tiene desde su concepción en la constitución de ser un ser que tiene derecho y debe ser respetado y cuidado; Considerando claro está que para esta creación se deben cumplir varias aristas para

la que dichas industrias se mantengan en el tiempo, adicionando que esta tendencia para su pensar se mantendrá en el tiempo. Dentro de este proceso los factores que más influenciaron en este diseño de negocio con huella verde son el cuidado ambiental y la prolongación de los recursos naturales en el tiempo.

- Para el entrevistado las características bases o firmes dentro de una industria con huella ecológica deben ser:
 - Organigramas estructurales y funcionales dentro de la distribución empresarial y giro del negocio.
 - Flujos de efectivos y proyecciones de costos y gastos.
 - Campos de acción del plan comercial.
 - Capacitaciones constantes del personal.
 - Procesos de comercialización con uso de nuevas estrategias tecnológicas.
 - Conocimiento legales y tributarios en giro de la industria.
- Peredo nos menciona que bajo su experiencia el impacto que tiene la creación de productos reutilizables en el mercado es un hito que se está comenzando a generar dentro del Ecuador donde resulta muy beneficioso ya que no solo se busca ganar un bien capital sino generar una conciencia social; vinculándose con las nuevas tendencias de comercialización y creación de negocios con la globalización del mundo, aportando directamente a la economía circular o ambiental.

Categoría Clientes:

- Según el entrevistado las nuevas tendencias de todo lo relacionado a procesos ecológicos o tendencias eco friendly las nuevas generaciones tienen ese apego a buscar la conciencia social y consumir tanto en bienes como en servicios productos que tengan esta huella ecológica; pero no olvides que la sociedad actual es adaptable en tiempo y espacio y sería muy radical sesgar el proceso de campo de acción de un producto o servicio a un sector de la población en exclusivo.
- Para el entrevistado el desconocimiento actual sobre todos los procesos ecológicos de productos y servicios tiene un índice muy bajo en la población ecuatoriano, es por esto que no solamente se debe ofertar un producto o servicio ecológico sino más bien se debe darle ese valor agregado a esto otorgándole a la población el conocimiento del porqué se realiza este proceso y para que se lo realiza.

- Peredo nos indica que los costos y precios de un bolso ecológico al igual que cualquier otro producto no se debe situar de manera generalizada, sino que antes se sujeta el mercado y ver los precios de los competidores para poder llegar a un punto de equilibrio sin afectar los costos fijos y variables de la industria, claro está dependiendo de calidad, tamaño y diseños.
- El entrevistado nos narra cómo fue su experiencia en las industrias productoras y nos indica que los gustos y preferencias de un consumidor es muy variado tanto como una gama de colores que lo principal sería llegar a un consenso de ideas, pero bajo su experiencia y conocimientos, considera que el Yute y la tela de algodón serían dos buenos materiales ya que también su composición ayudaría a la comercialización del bien final.

Categoría Tienda Online:

- Para el entrevistado la modalidad de negocios, tiendas o empresas online en el Ecuador lo que ha realizado es diversificar la forma de realizar hacer negociaciones y llegar al cliente no únicamente de una forma física sino accediendo a los lugares más recónditos del país, siendo esto un punto favorable para las industrias, el mercado y la economía.
- Para Peredo la pandemia del COVID-19 así como tuvo brechas muy negativas para las economías del mundo entero también ha creado nuevas formas y estrategias de negociar; con esta pandemia lo único que realizó a la economía y al mercado ecuatoriano es adaptarse a las nuevas necesidades que en países de primer mundo ya se practicaban desde años atrás.
- Según el entrevistado la estructuración de una tienda online en el área administrativa – financiera debería percibir las siguientes aristas:
 - Sistematización en software de alta calidad.
 - Niveles de firewalls de estándares internacionales para protección de datos personales y bancarios.
 - Sistemas de módulos integrados para acceso a todos los departamentos de la industria.
 - Controles de ventas y reportes de estados financieros por niveles.
 - Chats interactivos para comunicación entre departamentos.
 - Personal capacitado en todos los procesos productivos y administrativos.

- Dentro del enfoque de ventajas y desventajas el entrevistado nos procede a nombrar las siguientes:

Ventaja:

- Dinamización y creación de nuevas formas de una nueva forma de comercio.
- Ahorro en costos fijos y variables para la empresa.
- Eficiencia y eficacia dentro de los Recursos empresariales.
- Acceso rápido y de largo alcance con los potenciales consumidores.

Desventaja:

- Acceso limitado a población que no tiene conocimiento del manejo de las TIC`s.
 - Exposición a ataques cibernéticos.
- Para el entrevistado es favorable tener una diversificación de las industrias ya que a través de estas las economías se transforman y generan un impacto positivo en las mismas causando así la generación de nuevas plazas laborales.