



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

**“CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN PARA
CENTROS DE ACOPIO DE RECICLAJE DE
GUAYAQUIL”**

ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE

Elaborado por:

ISMAEL JOAB CÓRDOVA MALDONADO

Tutoría por: Galo Montenegro Álvarez

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, **ISMAEL JOAB CÒRDOVA MALDONADO** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación "**ANÁLISIS DE LAS 5 C**", el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio "**CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN PARA LOS CENTROS DE ACOPIO DE RECICLAJE**".
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 José Luis Cabrera Macías, Holger Javier Calderón Veliz, Katherine Dayana Pala Chogollo, Shirley Patricia Herrera Moran.

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.



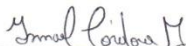
CÒRDOVA MALDONADO ISMAEL JOAB

0924763626

Declaro que

CÓRDOVA MALDONADO ISMAEL JOAB en calidad de autor y titular del trabajo de titulación "**Creación de una asociación para los centros de acopio de reciclaje**" 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.



CÓRDOVA MALDONADO ISMAEL JOAB

0924763626

2. Resumen Ejecutivo

Para determinar cuáles son las barreras que puede tener este modelo de negocio se realizó el análisis de las 5 C's del macro ambiente. En este análisis de contexto se utilizó la herramienta PESTEL que permite conocer el ambiente político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal del Ecuador.

Se realiza el análisis FODA de la compañía para conocer las amenazas y debilidades que la asociación tenga, las cuales se deberá trabajar, por otro lado, también se conocerá las oportunidades y fortalezas para ingresar en el mercado. Para conocer de la competencia se emplea el análisis de las 5 fuerzas de Porter que permite tener el conocimiento de la rivalidad y amenaza de los competidores para poder crear estrategias que permitan que nuestro negocio crezca en el tiempo.

Para determinar la acogida de la asociación para los centros de acopio de reciclaje en el mercado, se utilizaron técnicas de investigación como entrevistas y encuestas a 140 centros de acopio de reciclaje de la ciudad de Guayaquil las cuales permitieron comprender el grado de aceptación del servicio, medios a utilizar, pago de ingreso a la asociación.

Con esta información se realiza el plan de marketing con sus 4P's para establecer el mix de las estrategias a utilizar para dar a conocer el servicio a ofrecer, precios, beneficios, plaza y promociones de la asociación a los centros los cuales incluyen las campañas ya sean digitales o tradicionales, además del cronograma y presupuestos de medios.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de alumnos de la Universidad Casa Grande, modalidad profesionalizantes: Ismael Joab Córdova Maldonado, José Luis Cabrera Macias, Holger Javier Calderón Veliz, Katherine Dayana Pala Chogllo, Shirley Patricia Herrera Moran y explica el modelo de negocio del proyecto denominado

“Creación de una Asociación para los centros de acopio de reciclaje”; por tal razón

los contenidos están relacionados con los otros documento que complementan a su vez el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

3. Palabras Claves

Centros de acopio, Reciclaje, Modelo de negocio, Capacitaciones, Asesorías, Guayaquil.

4. Consideraciones Éticas

La propuesta de modelo de negocio Creación de una Asociación para los centros de acopio de reciclaje ha sido elaborada minuciosamente por estudiantes de la Universidad Casa Grande tomando como punto de partida consideraciones éticas importantes, que respetan la propiedad intelectual de la idea. Asumiendo la parte integral y ética de cada participante de la realización de la misma.

En el modelo de negocio propuesto se pueden encontrar ideas o fragmentos de otros autores los cuales tendrán sus respectivas citas y referencias para así poder dar crédito respetando los derechos del autor original.

5. Índice de Contenido

2. Resumen Ejecutivo	4
3. Palabras Claves	6
4. Consideraciones Éticas	6
5. Índice de Contenido	7
5.1. Índice de tabla	8
5.2. Índice de figura	8
6. Antecedentes y Justificación	9
7. Objetivo general y específicos del proyecto modelo de negocios	12
7.1. Objetivo General	12
7.2. Objetivo Específicos:	12
8. Descripción del modelo de negocio	13
9. Análisis del macro ambiente	14
Análisis de las 5 “c”	14
1. Contexto	14
1.1. Análisis PESTEL	14
2. Compañía	18
2.1. Análisis Foda	19
3. Clientes	20
3.1. Buyer Persona	20
4. Competidores	22
4.1. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	22
5. Colaboradores	25
10. Conclusiones	27
11. Bibliografía	29

5.1. Índice de tabla

Tabla 1:.....19
Herramienta Foda19

5.2. Índice de figura

Figura 1:20
Bayer persona de la asociación20
Figura 2:21
Costumer Journey Map21

6. Antecedentes y Justificación

Con el crecimiento poblacional a nivel mundial, el desarrollo del sector industrial y el incremento de residuos sólidos, la gestión de estos últimos se ha convertido en una problemática social a nivel estatal y municipal. En los últimos años, el concepto de una gestión integral de residuos ha adquirido mayor relevancia y está siendo adoptado por entidades gubernamentales para su operación presente y planificación futura (Soto Lorca, 2021). Algunos gobiernos autónomos descentralizados del Ecuador se han sumado a campañas y procesos de sensibilización social para reducir el impacto de los residuos en el medio ambiente.

La diversidad de los residuos que se generan a diario contamina de muchas formas negativas al ecosistema, repercutiendo a nivel ambiental, visual y en la salud pública. Se han buscado alternativas para minimizar el impacto de los múltiples residuos comunes y menos comunes, resultado como una de las alternativas más sostenible la caracterización de los mismos, siendo el reciclaje y su recuperación la opción más rentable para frenar la sobreexplotación de los recursos, en el marco del desarrollo sostenible (Moreno Salazar, 2019). Las entidades municipales son las encargadas de gestionar los residuos de manera eficiente pero los recursos económicos son limitados y se cuestiona si deberían operar simultáneamente como proveedor del servicio y regulador.

El reciclaje se clasifica en formal e informal. En Guayaquil, el reciclaje informal viene realizándose hace varias décadas (Cajamarca Cajamarca, Bueno Sagbaicela, & Jimbo Días, 2019). Al presente, se estima que hay más de 200 centros de acopio (CA) informales funcionando de manera clandestina o sin permisos municipales distribuidos en toda la ciudad, que reciclan distintos tipos de materiales, entre los más relevantes están: cobre, acero, plástico y aluminio. Varios de estos centros constan con licencias

ambientales obtenidos con registros únicos de contribuyente enrolados con actividades diferentes. Como parte de la cadena del reciclaje informal, existen los recolectores primarios o trabajadores independientes que recolectan materiales reciclables de la basura en las aceras de la ciudad o basureros zonales, para su comercialización, direccionando los materiales a los CA. Los CA favorecen la disminución de residuos sólidos mediante la recuperación y acumulación de materiales reciclables para su venta a plantas de reciclajes, donde se recupera y reintegra el material a la cadena productiva. Los CA reciben pagos por kilogramo de material entregado.

Se espera que el ingreso económico y los beneficios asociados al recuperar residuos deben, al menos, cubrir los costos de la operación propia de reciclaje y los costos logísticos de recolección, acopio, transporte y consolidación del material para que una operación de este tipo sea sostenible en el tiempo. Sin embargo, muchos CA manifiestan una disparidad de precios por parte de las industrias, lo cual afecta toda la cadena del reciclaje e inclusive pone en riesgo a este mercado.

En diferentes países de Latinoamérica se ha venido formalizando las asociaciones de recicladores, sin lograr abarcar su totalidad, ya que depende de los mismos recicladores que su organización se encuentre consolidada. Uno de los fines de las asociaciones es mediar ciertos procesos por los CA, como exigir que sean considerados en las propuestas donde los integren laboralmente en la gestión de residuos sólidos de cada localidad, asistencia técnica, acceso a capacitaciones y a financiamientos regularización de sus actividades y seguridad social (Pineda Pablos & Lorea Burnes, 2006).

La inserción de una asociación para CA significaría un cambio de estrategia en este mercado joven que podría beneficiar potencialmente a toda la cadena del reciclaje, inclusive a los recolectores primarios.

En países como México, las asociaciones con el apoyo de los municipios y de las ONG han alcanzado modificaciones positivas para la situación socioeconómica y ambiental de

sus integrantes. Sus trabajadores aumentan su autoestima y mejoran sus condiciones de vivienda, pudiendo asistir a la escuela o pagar la formación de sus hijos. Los integrantes de las asociaciones adquieren conocimiento, experiencia y el dominio profesional de las actividades que desempeñan, beneficiando al servicio municipal de recolección de la basura con la reducción de basura, como a los involucrados en actividades informales chamberos (al aumentar sus ingresos). Normalmente, la formalización de una asociación es un proceso lento. Se debe capacitar, proporcionar apoyo legal y la búsqueda de fuentes de financiamiento, pudiendo surgir muchos obstáculos por la falta de visión y liderazgo. Es clave, tomar en cuenta los intereses de los CA a fin de superar las maneras informales de trabajo y lograr avanzar en el manejo integral de la basura en los servicios municipales (Pineda Pablos & Lorea Burnes, 2006).

En Guayaquil se desconoce de una Asociación de Centros de Acopio de Reciclaje que supla con las funciones mediadoras, de asistencia técnica, que promueva sistemas higiénicos y de seguridad mediante capacitaciones y reposicione su importancia social. Por ese motivo, en este documento se plantea su conformación y se describe sus principales propósitos a fin de fortalecer el mercado del reciclaje dentro de la ciudad de Guayaquil

7. Objetivo general y específicos del proyecto modelo de negocios

7.1. Objetivo General

Crear una asociación para los centros de acopio de la ciudad de Guayaquil donde su plan de negocio sea brindar apoyo de asesorías legales y comerciales en todos los centros de acopio afiliados, dando sostenibilidad de desarrollo en cada una de las partes interesadas para así propulsar la economía del reciclaje en Guayaquil.

7.2. Objetivo Específicos:

1. Realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades que tienen los centros de acopio de reciclaje en la ciudad de Guayaquil en el año 2022.
2. Determinar la capacidad de pago de los centros de acopio para la afiliación a la asociación.
3. Realizar un análisis financiero para establecer la viabilidad económica del proyecto.
4. Establecer los beneficios y servicios que brindará la asociación a los centros de acopio.
5. Desarrollar estrategias de marketing que permitan dar a conocer el modelo de negocio.

8. Descripción del modelo de negocio

Se creará la primera (ACARG) asociación para centros de acopio de reciclaje de Guayaquil donde se ofrecerá membresías, capacitaciones externas y asesorías externas a los centros de acopio, las cuales se darán a conocer en redes sociales mediante publicidad pagada, página web, radio y referidos. Las membresías les darán acceso a varios beneficios importantes, entre los cuales destacan como por ejemplo: La gestión de permisos de funcionamiento, una estandarización de precios de los materiales reciclables entre recicladores primarios y centros de acopio, entre industria recicladora y centro de acopio, con una revisión periódica acorde al mercado; fomentaremos una cultura de reciclaje en Guayaquil para que las familias sean partícipe dentro de la cadena del reciclaje como recicladores primarios. Nuestros aliados serán: el municipio y empresas privadas con responsabilidad social. La afiliación será un pago único, la membresía será mensual, donde se incluye un paquete de capacitaciones variadas y asesorías personalizadas acorde a las necesidades del centro.

9. Análisis del macro ambiente

Análisis de las 5 “c”

1. Contexto

El macro ambiente de la empresa puede definirse como el entorno total, que tiene una relación directa o indirecta con el funcionamiento de la empresa. La empresa no esta solo haciendo negocios. Esta rodeada y opera en un contexto mas amplio; este contexto se llama macro ambiente. (Sy Corvo et al., 2021)

1.1. Análisis PESTEL

Analizando la primera “C” que es del contexto a nuestro modelo de negocio el cual se trata de todas las tomas de decisiones que se dan de manera externa y como estas llegan a afectar al negocio. Por lo cual, es importante el análisis del mismo mediante el uso de la herramienta PESTEL, el cual nos ayuda a entender y mejorar al poder identificar los factores del entorno en general. Los factores que intervienen se explican a continuación:

1.1.1. Político

El Pleno de la Asamblea Nacional conoció y se pronunció sobre la objeción parcial al referido proyecto “Ley Orgánica de Economía Circular inclusiva”, presentada por el Señor Guillermo Lasso Mendoza, presidente Constitucional de la República del Ecuador la cual fue publicada en el registro oficial Suplemento No. 488 de 06 de Julio del 2021, esta ley se enfoca principalmente en proteger, reconocer, valorar y fomentar mecanismos de reciclaje y manejo de residuos (ASAMBLEA NACIONAL, 2021)

Esta ley promueve la gestión de residuos sólidos de los municipios, de esta manera ellos hacen que desde los hogares se pueda reciclar y los recicladores de base se encarguen de recolectar más reciclaje y puedan vender en los centros de acopio, ayudando que estos materiales se vuelvan materia prima para empresas en el Ecuador.

1.1.2. Económico

Los efectos de la pandemia del coronavirus (COVID-19) y su impacto en la actividad empresarial aún son inciertos y difíciles de estimar. Lo cambiante e impredecible de los acontecimientos obliga a las compañías a tener una respuesta estructurada que les permita hacer frente a cualquier escenario.

El Gobierno del Ecuador reveló que más de 22.000 empresas desaparecieron en el país como consecuencia de los efectos de la pandemia del coronavirus y los periodos de restricciones aplicados.

Así lo señaló el ministro de la Producción y Comercio Exterior, Julio Prado, en declaraciones a la prensa en el Palacio Presidencial de Quito, donde tuvo lugar una reunión del gabinete productivo del Gobierno, encabezada por el presidente de la República, Guillermo Lasso.

Mediante las consecuencias negativas del impacto del COVID-19 y por el rebrote actual del mismo y por las nuevas enfermedades como la aparición de la viruela del mono provocaría efectos secundarios al desarrollo de nuestro negocio como tal sin poder gestionar ninguna acción por el tiempo que dure esta problemática que nos afecta a todos.

1.1.3. Social

Según el Ministerio de Ambiente, durante la emergencia sanitaria por el COVID-19 las actividades del reciclaje disminuyeron en el país. Esto debido a que el trabajo que realizan los recicladores de base y los centros de acopio está suspendido, las restricciones de movilidad y a que muchas de las actividades económicas que generan gran parte de las materias primas reciclables no funcionan.

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del ministerio del ramo indica que por medio de un proceso de identificación relacionado con la inclusión de recicladores de base en el

marco de la iniciativa “Ecuador Recicla”, se determinó que en el país existen 22 gobiernos autónomos descentralizados municipales que cumplen con el diseño e implementación de mecanismos de reciclaje de residuos. Esto a su vez, afirma la Subsecretaría, potencializa la recuperación de material reciclable y motiva la inclusión social de recicladores de base en condiciones dignas de trabajo y también dinamiza la economía local.

El impacto social tiene que ser unas de las bases fundamentales para que nuestro modelo de negocio sea sostenible y auténtico. Valorando el trabajo y la dedicación de cada uno de los colaboradores de nuestra asociación, mejorando el estilo de vida e igualdad de los recicladores informales.

1.1.4. Tecnológico

El auge de las plataformas digitales de comunicación instantánea y redes sociales durante la pandemia ha llevado a la mayoría de los ecuatorianos a estar conectados para enviar, revisar y compartir información de toda índole.

En Ecuador se mantienen activos 14 millones de perfiles en las redes sociales, es decir, el 78,8% de la población. Hubo un incremento total de 2 millones de usuarios en comparación con el año anterior. Del total de usuarios que utilizan las redes sociales el 98% acceden a través de sus dispositivos móviles. Según datos del informe (Ecuador Estado Digital 2021); Facebook, Instagram, TikTok y Twitter son las más populares en Ecuador, siendo Facebook la red social más visitada en navegadores web.

Por esto la creación de la asociación busca brindar asesoría a los centros de acopio en estas herramientas tecnológicas para que puedan promulgar sus actividades en redes.

1.1.5. Ecológico

La Disposición Transitoria Cuarta de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19 que entró en vigencia el 29 de noviembre de 2021 mediante el Tercer Suplemento – Registro Oficial N° 587 establece que, en el plazo máximo de un año contado a partir de la publicación de la presente ley en

el Registro Oficial los sujetos pasivos del Impuesto a la Renta que se encuentren obligados a facturar, deberán haber incorporado a su actividad el esquema de facturación electrónica. Esta disposición no será aplicable a los contribuyentes que sean considerados negocios populares de conformidad con lo establecido en la presente Ley, siempre que tengan la obligación de emitir factura según la normativa vigente (LEY ORGÁNICA PARA EL DESARROLLO ECÓNOMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL, 2021)

En el ámbito ecológico el uso de la facturación electrónica a partir del mes de noviembre estará disponible por lo cual se necesita de una inversión en el programa y se tendrá que contemplar ese valor cada año para el uso de la factura electrónica.

1.1.6. Legal

El artículo 14 de la Constitución de la República reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*, y declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

El artículo 66 numeral 27 de la Constitución de la República del Ecuador determina que se reconoce y garantizará a las personas el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

El manejo de residuos sólidos que involucra a varios sectores de la sociedad, tanto públicos como privados, requiere de un marco jurídico institucional que norme esta actividad. (Muñoz, 2008).

El marco legal contribuye a la asociación una transparencia y honestidad para brindar confianza y seguridad a los centros de acopio de la ciudad de Guayaquil cumpliendo con todos los requisitos o normativas que regulan este servicio, donde se busca mantener el cuidado del medio ambiente, viviendo en un ambiente sano y equilibrado.

2. Compañía

ARCAG es una asociación para los centros de acopio que busca afianzar el sector del reciclaje y ser un gran soporte para todos los centros de la ciudad de Guayaquil, donde se realizaran capacitaciones y asesorías que permitirán que se normalicen este sector que es de gran aporte al medio ambiente y a la sociedad. De esta manera se obtendrá un crecimiento socioeconómico que permitirá el buen funcionamiento del mismo; las líneas de acción del reciclaje comienzan desde los pequeños recicladores hasta la comercialización de los materiales reciclados a grandes industrias del país.

ACARG cuenta con profesionales altamente calificados que garanticen la satisfacción del cliente en cuanto a los conocimientos adquiridos. Por lo tanto, esto permitirá que se cumpla a cabalidad los acuerdos establecidos entre asociación y cliente a través de un contrato debidamente legalizado. En la actualidad Ecuador no cuenta con una compañía que tenga este tipo de servicio y este sería unas de nuestras fortalezas dentro del ámbito del reciclaje por lo que existen muchos centros de acopio sin el debido direccionamiento de funcionamiento y esto recae en el mal tratamiento y almacenaje de los materiales reciclados.

Nos enfocaremos de manera particular en la problemática de cada uno de los centros de acopio que demande nuestros servicios; porque entendemos que cada uno de estos organismos necesita de un tratamiento especial.

A partir de la investigación realizada utilizando como herramienta una encuesta se evidencia que carecen de falta de control mediante la compra y almacenamiento de los materiales reciclados, de esta manera se busca estandarizar procedimientos a cada uno de los procesos que demanden los centros de acopio de reciclaje.

2.1. Análisis Foda

Tabla 1:

Herramienta Foda

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No contar con lugar propio • Falta de capital • Poca credibilidad para regular la actividad. (Duda por ser una asociación nueva). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas pandemias. (rebrote de covid-19, viruela del mono) • Paro nacional, sociopolítico. • Demoras en trámites para la obtención de permisos. • Posibilidad de cancelación de suscripción de los socios. • Aparición de nuevas empresas competidoras.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en informes técnicos. • Personal altamente calificado. • Conocimiento del sector al cual se va a brindar las capacitaciones. • Se brindará igualdad de oportunidades a los socios. • Crecimiento del mercado de centros de acopio. • Alto nivel de compromiso con sus colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas que no cumplen con los requisitos establecidos para su pleno funcionamiento. • Oportunidad de crecimiento por ser un mercado desentendido. • Innovación en el sector industrial del reciclaje en el Ecuador. • La experiencia y habilidades a crecer personalmente y a manejar este tipo de negocios.

Autor: Ismael Córdova (2022)

3. Clientes

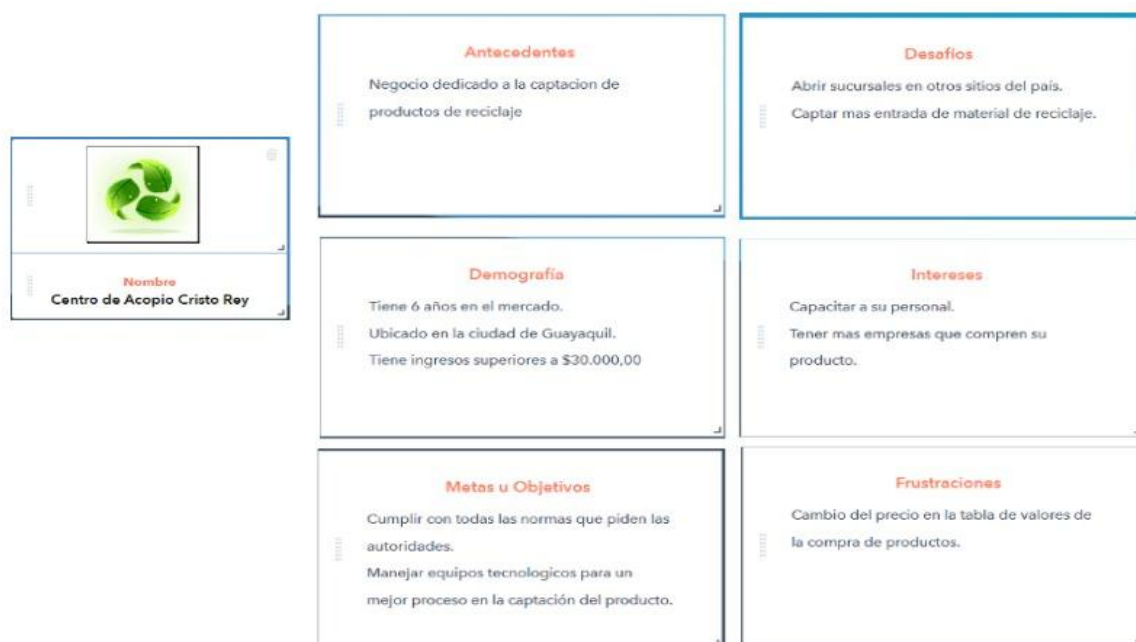
Grupo Objetivo

Nuestro *grupo objetivo* son centros de acopio de la ciudad de Guayaquil que se dediquen a la compra de materiales reciclables ya que es este nuestro target por medio el cual le vamos a ofrecer nuestro servicio de formar una asociación y de esta manera brindar las capacitaciones y asesorías que ellos requieran.

3.1. Buyer Persona

Figura 1:

Buyer persona de la asociación



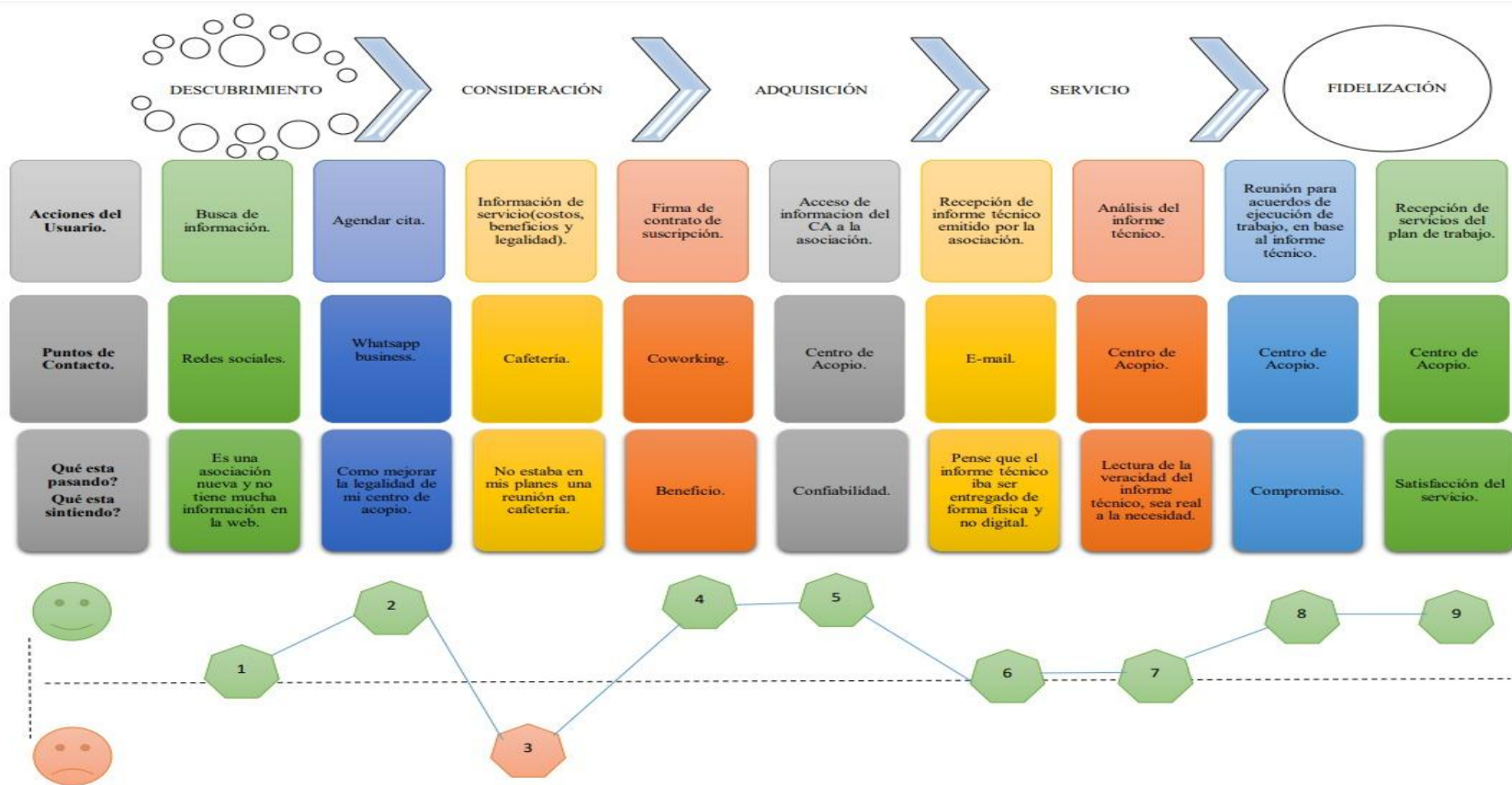
Autor: Ismael Córdova (2022)

Análisis

El Buyer persona es la representación ficticia de tu cliente ideal. **Está basada en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas** de tus clientes, así como en una creación de sus historias personales, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones

Figura 2:

Costumer Journey Map



Autor: Ismael Córdova (2022)

Análisis

Es una herramienta de gestión de experiencia del cliente que permite plasmar en un mapa cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa un cliente durante todo el ciclo de compra.

4. Competidores

La competencia de nuestra asociación para centros de acopio brindando asesorías y capacitaciones en general es relativamente baja, existen asociaciones que ofrecen servicios similares, pero no diferenciadores como el nuestro.

4.1. *Análisis de las 5 Fuerzas de Porter*

4.1.1. Poder de negociación de los clientes

Este punto hace referencia que entre más pequeño sea el grupo de clientes estos serán más exigentes en la calidad del servicio. Este segmento puede estar conformado por personas de alto y bajo poder adquisitivo. Debido al incremento de productos que son sujetos al reciclaje los clientes potenciales estarán en aumento. Cuanto más se organicen los consumidores más exigentes serán analizando costos y condiciones que impondrán en la relación de precios, la asociación contará con valores diferenciadores que harán de este mercado más atractivo y con un margen de ganancias relevante. El cliente tiene la potestad de elegir cualquier otro servicio o producto de la competencia. Los afiliados de la asociación son recicladoras pequeñas, medianas y grandes que buscan gozar de beneficios que brindamos tales como capacitaciones y a su vez a las personas que venden la materia prima mejorando su calidad de vida y de esta manera lograr que toda la cadena de reciclaje trabaje de manera ordenada, consiguiendo resultados positivos para la asociación y para el medio ambiente. Contribuyendo adecuadamente al desarrollo socioeconómico, los afiliados que reciban nuestras capacitaciones son los que tendrán un alto poder de la negociación. Sin embargo, las empresas pequeñas, medianas y grandes

que no estén afiliadas no tendrán el poder de negociación debido a que el porcentaje de asociaciones afiliadas va hacer alto su mercado se reducirá y no tendrán el poder de negociación y manejan una baja rentabilidad.

Para nosotros como asociación el poder de negociación de los clientes es alto ya que ellos serán exigentes con el servicio de capacitación y asesoría que nosotros les ofrecemos.

4.1.2. Rivalidad entre competidores

La empresa Gadere está dedicada a soluciones ambientales y como propuesta de valor tiene el brindar asesoría y capacitación a sus clientes en el manejo ambiental - racional de residuos industriales. Si bien es cierto que se trata de un competidor muy cercano en cuanto a sus servicios, pero su plataforma y menú de servicios es muy distinto.

Existe gran rivalidad entre los competidores extranjeros más que locales. Los competidores locales, tienen calidad y precios similares al igual que diseño y tecnología.

Es decir que nuestra asociación para los centros de acopio de reciclaje en la ciudad de Guayaquil se considera como media rivalidad entre competidores.

4.1.3. Amenaza de nuevos competidores

Las empresas pueden acceder fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, acceder a un mercado que no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada.

Algunos ejemplos de estas barreras de entradas son:

- La falta de experiencia.
- Una fuerte lealtad del consumidor hacia determinadas marcas.
- Saturación del mercado

La amenaza de los nuevos entrantes - competidores es media

Universidades: Que dichas universidades deseen ampliar su portafolio de servicios serían que brinden servicio de capacitaciones a empresa pequeñas, medianas y grandes en diferentes temas de importancia para las empresas.

Municipios: A nivel de gobiernos descentralizados municipales que brinden servicios de capacitación gratuita a la población sin importar si son empresa o personas si esto ocurre nuestros servicios quedarían a un lado puesto que sería gratis este servicio por parte del municipio a la comunidad.

Empresa industrial privada: Empresa grande a nivel nacional que puede hacer una integración vertical hacia atrás ósea que creen pequeñas empresas que se dediquen a brindar capacitaciones que posteriormente se brinden a los centros de acopio a quien le compran la materia prima.

Gremio: Dentro del gremio se quiera velar por sus propios intereses y no por el interés común de los agremiados, esto causando una disputa de poder dentro de la asociación, creando división y a tal punto que puedan llegar a crear otra asociación.

4.1.4. Poder negociación de los proveedores

Los proveedores constituyen para toda empresa un papel muy importante en el proceso de posicionamiento porque son los que suministran de materia prima a la empresa. En el caso de nuestra asociación nuestros colaboradores serán el grupo de capacitadores que contará la asociación. En este caso los operadores que necesita la asociación para ser competitiva se basan en la experiencia y la preparación que tiene el personal que se va a encargar de brindar las capacitaciones. Debido a la oferta de instructores que existe actualmente en el mercado del sector de capacitación permite que se puedan manejar precios competitivos por ende es bajo el poder de negociación de proveedores.

4.1.5. Amenaza de productos sustitutos

Capacitaciones vía online

La asociación está en un mercado muy competitivo ya que existen muchas empresas que ofrecen variedad de servicios de capacitación a bajo costos. Entre los principales productos sustitutos están las capacitaciones vía online que ofrecen empresas extranjeras las cuales manejan bajos costos, debido a que no deben invertir en un espacio físico, ni mucho menos en personal que atiendan de manera eficiente a los clientes.

Consultoras Ambientales

También como producto sustituto en capacitaciones y asesorías tenemos las consultoras ambientales, ya que estas se encargan de realizar todo el servicio que nosotros como asociación estaríamos brindando a los distintos centros de acopios.

La amenaza para nuestra asociación sería nivel media.

5. Colaboradores

Propuesta de valor

Nuestra principal propuesta de valor se basa en crear una asociación para todos los centros de acopios de reciclaje de la ciudad de Guayaquil, y, por medio de esta asociación se tratará con algunos problemas que en la actualidad pasan desapercibidos en toda la esfera del reciclaje, tanto como para los recicladores, centros de acopio y las fábricas que reciben todo el material reciclado, por medio de esta propuesta de valor, se dará beneficio a todas las partes que se dedican a esta actividad económica.

- **Centros de acopios:** Es nuestro principal colaborador ya que son parte fundamental del nacimiento de esta nueva y primera asociación de reciclaje en el país.
- **Recicladores:** Es por el cual los centros de acopio funcionan y le dan vida al sector industrial del reciclaje.

- **Fábricas:** Son las empresas a las cuales los centros de acopio venden todo lo recolectado como materia prima.
- **Municipio:** Brinda las condiciones necesarias para poder desempeñar una correcta operatividad en el sector en el cual nos vamos a insertar, siendo nuestro aliado estratégico.

Necesidades

- Conocimiento de las normas ambientales.
- Obtengan concientización del cuidado del medio ambiente
- Adecuada separación de los desechos
- Obtengan habilidades de procesos y selección de los desechos

10. Conclusiones

Cuando una persona necesita un producto o servicio, dispone de una gran variedad de marcas para elegir en un mercado altamente competitivo. Para que una marca pueda sobresalir y construir una relación duradera con su cliente debe ofrecerle la posibilidad de vivir una experiencia gratificante durante su viaje relacional con la organización, que puede ser virtual o físico, incluso integrar ambos.

La creación de una asociación para los centros de acopio con la realización de la herramienta Customer journey la experiencia del consumidor es evidente dándole un grato trato al cliente como tal, abarcando cada una de sus inquietudes acerca del servicio cumpliendo con cada una de sus expectativas dándole las facilidades sobre lo que puede generar nuestro servicio en sus instalaciones.

La experiencia del consumidor es algo que las empresas consideran hoy en día como la manera de dar seguimiento a sus clientes para que en un futuro puedan existir ciertas recomendaciones que serían beneficiosas como asociación. La orientación y el buen manejo de herramientas sobre temas de reciclaje de la asociación para los centros de acopio son efectivos ya que el cliente no cuenta con la información sobre temas legales y desconoce completamente las normas ambientales que se requiere para un buen manejo de recursos dentro de sus instalaciones.

La confianza es uno de los principales aspectos que como asociación se tiene y por ello el cliente por medio de redes sociales podrá encontrar todo tipo de información relevante con boletines o afiches para que el cliente pueda sentirse motivado observando y a su vez poder contactarnos y posterior a ello poder hacer una visita a su centro de acopio.

Uno de los problemas que se nos podría presentar con el cliente es por ser una asociación nueva en el mercado, pero marcaremos diferencia alguna manteniendo

nuestro compromiso y perseverancia alcanzando un impacto positivo dentro del sector del reciclaje.

11. Bibliografía

- ASAMBLEA NACIONAL. (2021). *LEY ORGANICA DE ECONOMIA CIRCULAR INCLUSIVA*. QUITO, ECUADOR: REGISTRO OFICIAL . Recuperado el MARTES de JULIO de 2022, de <http://www.edicioneslegales-informacionadicional.com/webmaster/directorio/4S488.pdf>
- Cajamarca Cajamarca, E. S., Bueno Sagbaicela, W. R., & Jimbo Dias, J. S. (2019). De cero a dinero: La basura como fuente principal para un negocio inclusivo de reciclaje en Cuenca (Ecuador). *Retos*, 9(17), 87. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v9n17/1390-6291-Retos-9-17-00071.pdf>
- LEY ORGÀNICA PARA EL DESARROLLO ECÒNOMICO Y SOSTENIBILIDAD FISCAL*. (2021). QUITO : REGISTRO UNICO .
- Moreno Salazar, K. A. (2019). Una mirada a las prácticas de reciclaje: El caso de una asociación de recicladores en Tacna, Perú. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 190.
- Pineda Pablos, N., & Lorea Burnes, E. (2006). Bien recolectada pero mal tratada. El manejo municipal de la basura en Ciudad Obregón, Hermosillo y Nogales, Sonora. *Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo A.C.*, 193.
- Soto Lorca, J. A. (2021). CUÁNTOS CENTROS DE RECICLAJE NECESITAMOS Y DÓNDE? UN ENFOQUE MEDIANTE APROXIMACIÓN CONTINUA. 79. Obtenido de https://repositorio.uc.cl/xmlui/bitstream/handle/11534/52753/TESIS_JSoto_Firma%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sy Corvo et al. (08 de 04 de 2021). Macroambiente de la Empresa. Obtenido de <https://www.lifeder.com/macroambiente-empresa/>