



UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

“RENOVA”:

GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

ROMINA ALEJANDRA VILLACÍS RUGEL

Tutoría por: **Alejandro Varas**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación

Guayaquil, Ecuador

Enero, 2024

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Romina Alejandra Villacis Rugel** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Renova: Gerencia de Estudio de mercado**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Renova**”.
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 Dayanara Romina Intriago Caicedo, Andrea Nicole Toral Salazar, Bruno Heraldo Olingi Aguiar, Andrea Melissa Hidalgo Barroso y Camila Andrea Torres Reyes.

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.



Villacis Rugel Romina Alejandra

0923958748

Declaro que

Yo, Romina Alejandra Villacís Rugel en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Renova: Gerencia de Estudio 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.



Villacis Rugel Romina Alejandra

0923958748

RESUMEN EJECUTIVO

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Dayanara Romina Intriago Caicedo, Andrea Nicole Toral Salazar, Bruno Heraldo Olingi Aguiar, Andrea Melissa Hidalgo Barroso, Romina Alejandra Villacís Rugel y Camila Andrea Torres Reyes, y explica el plan de negocios del proyecto denominado Renova.

La correcta gestión de residuos es un problema latente en Ecuador, esto se debe a la falta de cultura del reciclaje en la sociedad y al desconocimiento del impacto de los residuos en el ambiente. En base a esto, hemos encontrado una oportunidad de fomentar las buenas prácticas en los más jóvenes por medio de actividades dinámicas y capacitaciones, siguiendo la metodología de aprender haciendo.

Desde esta base, el modelo de negocios Renova se focaliza en las instituciones educativas, tomando en cuenta que es un espacio de desarrollo y aprendizaje para los jóvenes que funciona como un agente de cambio.

A partir de esto, el modelo busca revalorizar los residuos al gestionarlos correctamente y crear un hábito en las nuevas generaciones.

Los contenidos detallados en el presente documento están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

PALABRAS CLAVE

Sostenibilidad, Educación Ambiental, Residuos Inorgánicos, Reciclaje, Compromiso Social

CONSIDERACIONES ÉTICAS

En la elaboración de nuestro modelo de negocio, nos hemos apegado rigurosamente a valores éticos fundamentales que reflejan nuestro compromiso con la integridad y el respeto hacia todas las partes involucradas. Hemos tomado en cuenta y respetado los derechos intelectuales de las ideas y conceptos utilizados en nuestro modelo de negocio. Nos comprometimos a evitar la apropiación indebida de ideas y a reconocer debidamente la autoría de terceros cuando corresponda. Al desarrollar nuestro modelo de negocio, fomentamos la colaboración ética y respetuosa entre todos los miembros del equipo. Valoramos la opinión y la contribución de cada uno, asegurándonos de crear un ambiente de trabajo basado en la confianza y el respeto mutuo. Hemos priorizado la creación de un impacto social positivo como un pilar fundamental de nuestra propuesta. Nos sumergimos en un proceso reflexivo donde cada decisión estratégica ha sido evaluada no solo por su viabilidad financiera, sino también por su contribución al bienestar general y su alineación con los valores y normas sociales. Nuestro modelo de negocio no solo minimiza el impacto ambiental, sino que también busca oportunidades para contribuir a la sostenibilidad, promoviendo prácticas sociales eco amigables.

ÍNDICE

1. Antecedentes y justificación.....	7
2. Objetivos.....	10
2.1 Objetivo general.....	10
2.2 Objetivos Específicos.....	10
3. Descripción del modelo de negocios.....	10
3.1 Design Thinking.....	10
3.2 Estudio de mercado.....	11
3.3 Plan de marketing - Estrategia de comunicación:.....	11
3.4 Taller técnico.....	12
3.5 Estudio administrativo y RSE.....	12
3.6 Taller financiero.....	13
4. Gerencia de estudio de mercado.....	14
4.1 Objetivos.....	14
4.2 Población.....	14
4.3 Diseño de la Investigación.....	15
4.4 Desarrollo de herramientas de investigación.....	15
4.5 Resultados de investigación.....	17
4.7 Mapa de la competencia.....	18
4.8 Análisis 5 C's.....	19
4.8.1 Contexto [Análisis Pestel].....	19
4.8.2 Compañía [Análisis Foda].....	22
4.6.3 Cliente.....	23
4.8.4 Competencia: Análisis de las 5 fuerzas de porter.....	25
4.8.5 Colaboradores.....	26
5. Conclusiones y recomendaciones.....	28
6. Bibliografía.....	31
7. Anexos.....	34

1. Antecedentes y justificación

Existe una necesidad de reciclaje en el país, esto se debe a la falta de concientización en nuestra población sobre la correcta gestión de residuos y sobre el impacto que estos tienen sobre el ambiente. que responde a la necesidad percibida de que las instituciones mejoren sus prácticas ambientales, una necesidad curricular de brindar educación ambiental a los estudiantes y el interés de las personas en este tema que además crece generacionalmente.

Según el Ministerio del Ambiente, en Ecuador se producen 4,06 millones de toneladas métricas de residuos sólidos urbanos al año. De estos, el 30% corresponde a residuos inorgánicos, lo que equivale a 1,22 millones de toneladas métricas (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2023).

El mismo ente señala que las familias ecuatorianas producen una media de 0,74 kg de residuos inorgánicos al día. Esto equivale a 27,4 kg al mes y a 329 kg al año. Este es un problema debido a que, de los 1,22 millones de toneladas métricas de residuos inorgánicos producidos por año, sólo se recicla o reutiliza el 10% (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2023).

Existen diferentes espacios en los que los residuos son generados como hogares, centros comerciales, restaurantes y muchos más. Pero para crear un hábito de reciclaje en la sociedad ecuatoriana, debemos dirigirnos a las mentes más jóvenes y a aquellos espacios en los que fomentar estas prácticas sea una necesidad u obligación.

Tomando en cuenta esto, identificamos que todas las instituciones educativas que conforman el target de la empresa, deben cumplir la Ley Orgánica De Educación Intercultural (LOEI). Esta Ley en su artículo 1 “determina los principios y fines generales que orientan la educación ecuatoriana en el marco del Buen Vivir, la interculturalidad y la plurinacionalidad; así como las relaciones entre sus actores... establece las regulaciones básicas para la estructura, los niveles y modalidades...”

Por ello, escuelas y colegios deben responder, entre otros, a estos valores alineados al servicio ofrecido: Educación por el cambio, Educación en valores, Escuelas saludables y seguras. Adicionalmente, la educación ambiental es una necesidad expresa señalada en su artículo 92 que se deben integrar en el currículo “valores, principios, la relación con la Pachamama, de conformidad a cada entorno geográfico, sociocultural y ambiental, propendiendo al mejoramiento de la calidad de vida de los pueblos y nacionalidades” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021).

Como factor determinante de estos espacios, es que las instituciones educativas son espacios de desarrollo y aprendizaje para los niños, donde ellos pueden construir hábitos y buenas costumbres desde temprana edad (Ministerio de educación, 2023).

Además, en los últimos años los negocios sostenibles están en crecimiento debido a la inversión que se está realizando en ellos, la responsabilidad social empresarial que se ha convertido inevitable en las empresas y por la reputación positiva que adquieren las mismas. Esto se evidencia en un estudio de Deloitte, enfocados en Gen Z y Millennials, señalan que 9 de cada 10 entrevistados cree que las empresas deben preocuparse más por el aspecto ambiental (Deloitte & Touche Ecuador Cía. Ltda., 2022). Este interés observado en el estudio se alinea a las tendencias internacionales mostradas por McKinsey (Anexo 1), donde se observa una clara tendencia al aumento de la percepción de la importancia de la sostenibilidad y prácticas eco-amigables por parte de los distintos grupos etarios, además se evidencia que esta tendencia incrementa en las nuevas generaciones y un hallazgo que ha sido común y constante de diferentes estudios a lo largo de los años (Foro Económico Mundial, 2022).

Al identificar esta oportunidad en el mercado, planteamos alternativas para promover la educación ambiental en un modelo interactivo que fomente la participación de los niños en

sus etapas formativas, pero tomando como medio, las instituciones educativas que trabajan como agente de cambio en la vida de sus estudiantes.

Además, al ser un mercado no explorado en la actualidad, existe un desconocimiento de la correcta gestión de residuos y sobre cómo se puede valorar este modelo. Por ello, hemos considerado a las empresas recicladoras como un ente clave para este proceso, por el trabajo que realizan con los residuos inorgánicos y reciclables y la oportunidad de generar ganancias por medio de estos desechos mientras se fomenta la educación ambiental.

En base a esto, presentamos Renova, un servicio integral que promueve la **cultura del reciclaje y la educación ambiental** por medio de actividades interactivas y dinámicas para fomentar la participación de estudiantes y docentes, mientras nos beneficiamos del **valor de los residuos al gestionarlos correctamente**.

Como fase inicial, capacitamos a los estudiantes y docentes para que conozcan el proceso de clasificación de residuos y de esta forma podrán participar en nuestro concurso intra e inter escolar, que busca reconocer a los colegios y estudiantes que más reciclen en un periodo determinado. Además, gracias a nuestros aliados estratégicos los colegios ganadores podrán acceder a premios como excursiones a reservas naturales y equipos, mientras nosotros gestionamos los residuos por medio de las empresas recicladoras, generando una ganancia económica.

Con Renova, respondemos a la necesidad de las instituciones educativas de la correcta gestión de sus residuos, ya que a pesar de que ellos promuevan el reciclaje como una práctica en sus espacios, se desconoce el proceso luego de la clasificación, por lo que el proceso de reciclaje queda incompleto y se mantiene en una clasificación de desechos, más no reduce el impacto ambiental (J.V; M.S y L.T, comunicación personal, septiembre 2023).

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Posicionarnos como líderes en la promoción de la cultura del reciclaje y la educación ambiental a través de nuestro servicio integral Renova, logrando gestionar el 80% de los residuos reciclables que generan estas instituciones en el primer año, mientras los valorizamos y fortalecemos la reputación de estas entidades.

2.2 Objetivos Específicos

- Lograr que el 40% de las escuelas privadas de nivel socioeconómico medio y medio alto de Guayaquil, Samborondón y Salitre participen del programa de reciclaje Renova en un periodo de un año.
- Lograr que el 80% de las promociones participantes del primer año en el programa de reciclaje vuelvan a participar el próximo año.
- Generar alianzas estratégicas en el primer año previo al lanzamiento de la marca para fortalecer la reputación y generar valor agregado a los clientes finales.

3. Descripción del modelo de negocios

3.1 Design Thinking

- **Usuario:** Directivos de Unidades Educativas
- **Necesidad:** Que los residuos clasificados se destinen a su correcto reciclaje y no terminen en un vertedero contaminando el medio ambiente.
- **Insight:** Los directores de las instituciones educativas están comprometidos con el medio ambiente y están dispuestos a promover la sostenibilidad, sin embargo, existe una preocupación: "No sabemos cómo mejorar la gestión completa de los residuos clasificados".

- **Empatizar:** Conversamos con diversos directivos de instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre de nivel socioeconómico medio y medio-alto, que nos comentaron que ellos si promueven el reciclaje en sus escuelas, pero desconocen dónde terminan los residuos que desechan y clasifican, por lo que son gestionados como un desecho común (J.V; M.S y L.T, comunicación personal, septiembre 2023).
- **Propósito:** Basándonos en la teoría de los golden circles de Sinek, hemos determinado que nuestro propósito es **ofrecer un servicio integral para promover la educación ambiental en las instituciones educativas con actividades dinámicas** para fomentar la participación de estudiantes, mientras valorizamos los residuos gestionándolos correctamente.

3.2 Estudio de mercado

Población: A partir de nuestra tabla de cálculo en la cual evaluamos las variables demográficas para determinar nuestra población que son las instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre de un nivel socioeconómico medio, medio-alto, es de 686 instituciones, tomando en cuenta que se las define como de este nivel a aquellas que tienen una mensualidad de \$400 o más (Anexo 2).

Diseño de la investigación: Es no experimental debido a que nuestra muestra no será manipulada, solo observada, ya que tenemos un enfoque B2B.

3.3 Plan de marketing - Estrategia de comunicación:

Público objetivo: Directores de colegios, profesores, alumnos y padres de familia.

Nombre, Slogan y Mensaje: Renova: Sembramos la cultura del reciclaje en los colegios. Nuestro servicio reduce residuos, promueve el reciclaje y mejora la reputación de las instituciones educativas al liderar prácticas ambientales responsables.

Canales de comunicación: Página web, mailing, redes sociales, eventos.

Plan de acción: Crear contenido atractivo que motive a reciclar en nuestros canales, junto con mailings con información clave y rankings semanales de los residuos reciclados. Este

plan dura 6 meses divididos en cuatro fases: Expectativa, pre-lanzamiento, lanzamiento y mantenimiento. Finalizando con el cierre del programa con la premiación y certificación.

3.4 Taller técnico

Compañía: La estrategia de servicio se enfoca en promover la concientización sobre la importancia de cuidar el ambiente y cuenta con lo siguiente. Educar a los alumnos sobre la importancia del reciclaje y cuidado ambiental, promover la participación de los alumnos por medio de actividades dinámicas y fomentar la reducción de la producción de residuos.

Colaboradores: El personal será capacitado para brindar atención de calidad a los clientes. Contará con los conocimientos en reciclaje y cuidado ambiental y habilidades comunicativas y de trabajo en equipo, con pasión por enseñar.

Sistemas: Los sistemas serán eficientes y fáciles de usar. Tendremos una plataforma digital que permita a los clientes acceder a su información, progreso y recursos sobre reciclaje y cuidado ambiental, enlazados al sistema de recolección periódica de residuos y a los sistemas de incentivos y reconocimientos para los participantes.

3.5 Estudio administrativo y RSE

Misión: Ofrecer un servicio integral para promover la cultura del reciclaje y la educación ambiental en las instituciones educativas por medio de actividades dinámicas para fomentar la participación de estudiantes y docentes, mientras contribuimos a la preservación del ambiente a través de la valorización y correcta gestión de residuos.

Visión: Involucrar a las instituciones educativas del país, promoviendo la gestión correcta de residuos con nuestro programa. Los jóvenes son el futuro del país y nuestra visión es promover la cultura del reciclaje a nivel nacional.

Valores: Sostenibilidad, educación y compromiso social.

Organigrama: Tenemos contemplados 5 colaboradores entre las áreas de gerencia, operaciones, comercial - administrativa y recursos humanos (Anexo 3).

Nómina: Tenemos un gasto mensual salarial de \$3.123,01 y anual de \$37.476,09.

Indicadores: Porcentaje de residuos recolectados, Cantidad de residuos gestionados, Alcance del programa en las instituciones educativas, Horas y kilómetros recorridos por la logística de recolección, Total ventas realizadas, Cumplimiento de recolección.

3.6 Taller financiero

Tendremos un financiamiento total de \$23.864, con un préstamo bancario de \$15.000 en la Cooperativa JEP, que nos da una tasa de interés de 15,6% a 3 años y un aporte de capital de \$8.864. El punto de equilibrio de producción es de 71 colegios dándonos como punto de equilibrio ventas \$25.401,22. Renova en los 2 primeros años buscará cubrir 206 colegios que equivale al 30% del mercado total de 686 colegios, con un precio mensual de \$355,73. Cobramos un fee de 5% por colegio, con un margen de ganancia del 30% y contemplando una inflación del 1,40%, esto en base al Fondo Monetario Internacional y considerando la depreciación anual de activos fijos.

En el análisis financiero de nuestro estado resultado, se evidencia que durante el primer año de operaciones experimentamos una pérdida de -\$10.454,52, en el segundo año, la dinámica financiera se caracteriza por una utilidad de \$13.454,38 hasta llegar al quinto año con una utilidad de \$43.350,49. La distribución del capital de trabajo en nuestro proyecto es de 45 días. Uno de nuestros ingresos extras, es la venta de materiales reciclados a un tercero que gestiona los materiales. En un año, esperamos procesar más de 37 mil kg, lo cual nos genera una ganancia aproximada de \$5.103 anuales, basándonos en los datos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (2018).

Nuestro TIR es del 62%, tomando en cuenta el flujo de caja desde el año 0 hasta el año 5. Además, tenemos un VAN positivo de \$75.237,86, que cuenta con inversión inicial, amortización, depreciación y tasa de descuento del país que es del 12% según la CEPAL.

4. Gerencia de estudio de mercado

4.1 Objetivos

Objetivo General

Comprender a profundidad cómo la falta de educación ambiental en las instituciones educativas afecta a la cultura del reciclaje en el país para crear alternativas de gestión de residuos viables y dinámicas.

Objetivos Específicos

- Determinar las diferentes alternativas de gestión de residuos según su clasificación y valorización.
- Descubrir los mecanismos y metodologías efectivas para crear un hábito de reciclaje en los estudiantes mientras valorizamos los residuos
- Calcular el impacto ambiental de los residuos reciclables en entornos cercanos a las instituciones educativas.

4.2 Población

Tabla de cálculo considerando variables demográficas.

A partir de nuestra tabla de cálculo en la cual evaluamos las variables demográficas para determinar nuestra población que son las instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre de un nivel socioeconómico medio, medio-alto, es de 686 instituciones, tomando en cuenta que se las define como de este nivel a aquellas que tienen una mensualidad de \$400 o más (Anexo 2).

Muestra

El tamaño de la muestra lo determinamos a partir del análisis de nuestro público objetivo que serían nuestros clientes, pero en este caso, no serán los consumidores finales. Nos enfocamos en los directivos de colegios de nuestro mercado objetivo que son las

instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre de un nivel socioeconómico medio, medio-alto. En base a esto, determinamos una muestra de cinco directivos de diferentes establecimientos, para conocer a profundidad la forma en la que administran sus residuos actualmente y cómo afrontan la problemática.

4.3 Diseño de la Investigación

Alcance

La investigación es de alcance exploratorio, ya que nos permitirá conocer más de la problemática de los desechos generados por las instituciones educativas y buscar alternativas para solucionarlo de manera eficiente, logrando aprovechar los residuos mientras les damos un valor y promovemos la cultura del reciclaje en las unidades educativas.

Diseño de la investigación (metodología, técnicas a utilizar)

Nuestro diseño de investigación será no experimental debido a que nuestra muestra no será manipulada, solo observada. Nos contactamos con directivos de diferentes instituciones educativas que nos comentaron las acciones que realizan para promover la educación ambiental en sus instituciones y la importancia que les dan a estos proyectos actualmente.

Tendremos un enfoque cualitativo, tomando en cuenta la naturaleza de nuestra muestra al ser un modelo Business to Business (B2B).

Nuestra técnica de recolección de datos se basó en entrevistas a profundidad a nuestro público objetivo. A partir de esto, analizamos sus respuestas y determinamos oportunidades de mejora.

4.4 Desarrollo de herramientas de investigación

Ficha de observación técnica

Las entrevistas se realizaron por medio de la plataforma zoom y se analizaron los insights obtenidos por parte de los participantes.

A partir de la entrevista realizada a E1, encontramos que las instituciones educativas con programas de reconocimiento internacional tienen un gran interés en innovar sus prácticas actuales, para convertirse en pioneros en buenas prácticas en pro de sus estudiantes y para continuar con los mismos estándares internacionales que ofrecen dentro de su propuesta de valor.

En la entrevista a E2, encontramos una oportunidad para capacitar al personal docente tanto como a estudiantes, ya que nos mencionan que, entre los grados de educación básica, los estudiantes replican con el ejemplo de los profesores designados.

En la entrevista E3, logramos identificar que las instituciones educativas y directivos conocen los conceptos bases en relación a sostenibilidad y existe un interés, pero al mismo tiempo un desconocimiento a profundidad sobre el tema.

A partir de la entrevista realizada a E4, encontramos que no existe un control sobre los residuos generados por la institución, sea de manera semanal, mensual o anual. No existe un interés en ello, ya que todo lo gestiona Urvaseo.

En la entrevista E5, identificamos que los momentos clave para generar un hábito en los estudiantes, es de manera semanal, ya que ellos mantienen su calendario de esta forma y se pueden establecer rutinas un día a la semana para crear esta costumbre.

Guía de entrevistas a profundidad

1. ¿Cómo gestionan los residuos generados en su institución educativa?
2. ¿Cómo promueven la educación ambiental o prácticas sostenibles en su colegio?
3. ¿Qué importancia le dan a la educación ambiental en la institución?

Específicamente la gestión de residuos

4. Como institución, ¿Qué conocen de la educación ambiental y reciclaje?
5. ¿Cuál consideras que es un determinante para comenzar a reciclar en la institución?
6. ¿Crees que la sustentabilidad puede aportar a la reputación de la institución?
7. ¿Qué consejos o información adicional pueden proporcionar para comprender mejor cómo las instituciones educativas pueden avanzar hacia prácticas más sostenibles en la gestión de residuos?

4.5 Resultados de investigación

Resultados cualitativos

Por medio de las entrevistas a profundidad a cinco directivos de instituciones educativas privadas de un nivel socioeconómico medio alto, pudimos determinar que a pesar de implementen programas de educación ambiental en las escuelas, desconocen cómo se resuelve la problemática de gestión de residuos y sus planteamientos se mantienen en conocimientos superficiales (Anexo 4). Entre los principales hallazgos, es el interés que existe por involucrarse en los negocios sostenibles y la forma en que cada institución se denomina a sí misma como un espacio que se mantiene a la vanguardia, que fomenta el respeto al ambiente entre sus estudiantes dentro de las aulas, pero no con actividad puntuales y rutinarias. Por esta razón, no existe un hábito en los estudiantes, pero si conocen las bases y conceptos para denotar interés en ellos.

Además, el hallazgo principal es que las instituciones educativas si promueven la clasificación de residuos para que sean gestionado en orgánicos, reciclables y no reciclables, pero desconocen cómo se gestionan, ya que estos desechos son recolectados y depositados en contenedores iguales por entidades como Urvaseo, por lo que no completan el proceso de reciclaje o co procesamiento adecuado, provocando que estos

desechos, terminan en tiraderos a cielo abierto, contaminando al medio ambiente. Esto demuestra que nuestro público objetivo desconoce el impacto de los residuos en la naturaleza y no conocen alternativas de gestión de residuos accesibles y prácticas.

4.6 Mercado objetivo y potencial

El Tamaño Total del Mercado (TAM) para nuestro negocio abarca un total de 1396 escuelas en Guayaquil, Samborondón y Salitre, incluyendo instituciones de diversos tipos y niveles. Dentro de esta amplia población, hemos identificado el Segmento del Mercado Accesible (SAM), que consta de 721 escuelas particulares en Guayaquil, Samborondón y Salitre. Dentro de este SAM, nos enfocaremos en un segmento más específico y relevante para nuestro negocio, el Segmento del Mercado Objetivo (SOM), compuesto por 686 instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre con un nivel socioeconómico medio y medio-alto. Este último grupo representa nuestra audiencia prioritaria, permitiéndonos adaptar nuestras estrategias y esfuerzos para implementar con eficacia nuestro programa de reciclaje y promover una conciencia ambiental sólida en este contexto educativo específico (Anexo 5).

4.7 Mapa de la competencia

- **Cuadrante superior izquierdo:** Iniciativas y programas educativos con un alto nivel de compromiso de los jóvenes y una buena calidad de la educación ambiental. Programas de voluntariado ambiental en los que los jóvenes participan activamente en actividades de protección del medio ambiente.
- **Cuadrante inferior izquierdo:** Iniciativas y programas educativos con un alto nivel de compromiso de los jóvenes, pero con una calidad de la educación ambiental deficiente. Campañas de sensibilización ambiental que se dirigen a los jóvenes de forma lúdica y atractiva.

- **Cuadrante superior derecho:** Iniciativas y programas educativos con una buena calidad de la educación ambiental, pero con un bajo nivel de compromiso de los jóvenes. Programas educativos que incorporan la educación ambiental en el currículo escolar de forma transversal.
- **Cuadrante inferior derecho:** iniciativas y programas educativos con un bajo nivel de compromiso de los jóvenes y una calidad de la educación ambiental deficiente. Programas educativos que se imparten de forma tradicional y teórica, sin involucrar a los jóvenes en actividades prácticas.

4.8 Análisis 5 C's

4.8.1 Contexto [Análisis Pestel]

Factores políticos

- **Leyes y regulaciones:** Ecuador cuenta con una legislación sólida en materia de gestión de residuos. En 2017, el país aprobó el Código Orgánico del Ambiente, que establece principios y directrices para la gestión ambiental, incluida la gestión de residuos. La ley también establece la responsabilidad extendida del productor (REP), que obliga a los fabricantes a asumir la responsabilidad de los residuos que generan sus productos (Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2017).
- **Políticas gubernamentales:** El gobierno de Ecuador ha adoptado una serie de políticas para promover la gestión sostenible de residuos. Estas políticas incluyen:
 - El Plan Nacional de Reciclaje y Revalorización de Residuos Sólidos, que tiene como objetivo aumentar la tasa de reciclaje en Ecuador al 50% para 2030. (Plan Nacional de Reciclaje y Revalorización de Residuos Sólidos. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador, Quito, Ecuador. 2021.)

- El Programa Nacional de Compostaje, que tiene como objetivo fomentar el compostaje como una alternativa al tratamiento de residuos (Programa Nacional de Compostaje. Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador, Quito, Ecuador. 2022.)

Factores económicos

- **Crecimiento económico:** El crecimiento económico de Ecuador ha impulsado la generación de residuos. En 2022, la economía ecuatoriana creció un 4,2%, lo que se tradujo en un aumento de la producción y el consumo, y por lo tanto, en un aumento de los residuos generados (Banco Central del Ecuador, 2023).
- **Inflación:** La inflación en Ecuador ha aumentado en los últimos meses, lo que ha reducido el poder adquisitivo de los consumidores. Esto podría conducir a una reducción del consumo y, por lo tanto, a una reducción de la generación de residuos (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador, 2023).

Factores sociales

- **Demografía:** La población de Ecuador está creciendo rápidamente. En 2022, la población del país era de 17,6 millones, y se espera que alcance los 20 millones para 2030. El crecimiento de la población urbana es especialmente notable. En 2022, el 68% de la población de Ecuador vivía en áreas urbanas, y se espera que esta cifra alcance el 75% para 2030 (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador, 2023).
- **Hábitos de consumo:** Los hábitos de consumo de los ecuatorianos están cambiando. Los consumidores están cada vez más preocupados por el medio ambiente, y están buscando opciones más sostenibles. Esto ha llevado a un aumento de la demanda de productos reciclados y compostables (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador, 2023).

Factores tecnológicos

- **Desarrollo tecnológico:** El desarrollo de nuevas tecnologías de gestión de residuos está teniendo un impacto positivo en el mercado. Por ejemplo, el desarrollo de nuevas tecnologías de reciclaje ha ayudado a reducir la cantidad de residuos que se envían a los vertederos (*INFORME DETALLADO MAATE, 2023*).
- **Automatización:** La automatización está teniendo un impacto en el mercado de gestión de residuos. Por ejemplo, los robots están siendo utilizados para clasificar residuos y para procesar residuos orgánicos (Dávila, 2022).

Factores ambientales

- **Cambio climático:** El cambio climático es un desafío importante para la gestión de residuos. El cambio climático está aumentando la frecuencia y la intensidad de los eventos climáticos extremos, lo que puede conducir a la contaminación de los recursos hídricos con residuos (*INFORME DETALLADO MAATE, 2023*).
- **Contaminación:** La contaminación es otro desafío importante para la gestión de residuos. Los vertederos son una fuente importante de contaminación, y liberan gases de efecto invernadero, contaminantes y materiales tóxicos al medio ambiente (*PNUMA, 2022*).

Factor legal

- **Responsabilidad extendida del productor (REP):** La REP es un principio de la gestión de residuos que obliga a los productores de bienes a asumir la responsabilidad de los residuos que generan sus productos. Esto significa que los productores deben diseñar sus productos de manera que sean más fáciles de reciclar o compostar, y deben financiar los sistemas de recolección y tratamiento de residuos (Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2017).

- **Código Orgánico del Ambiente:** Establece principios y directrices para la gestión ambiental, incluida la gestión de residuos. La ley establece que los gobiernos locales son responsables de la recolección y el tratamiento de residuos, y que los ciudadanos tienen la obligación de separar sus residuos para su reciclaje o compostaje (Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2017).

4.8.2 Campaña [Análisis Foda]

Fortalezas:

- Ecuador es un país con una creciente economía y una población cada vez más consciente de los problemas ambientales. Esto crea una oportunidad para una plataforma que ayude a las empresas a reducir su impacto ambiental.
- La plataforma ofrece un espacio para que las instituciones educativas puedan realizar un seguimiento sobre los residuos recolectados y cursos participantes. Esto facilita el control y la transparencia con nuestros clientes, mientras se mantienen informados de manera interactiva.
- Certificamos la correcta gestión de residuos que realiza el colegio, entregando un reporte de kilogramos reciclados y análisis de reducción de impacto ambiental.

Oportunidades:

- El mercado de gestión de residuos está creciendo rápidamente en Ecuador. Esto crea oportunidades para la plataforma para crecer y expandirse.
- Las grandes ciudades del país están invirtiendo en proyectos sostenibles, lo cual nos da apertura para llegar a instituciones educativas en otras ciudades.
- Las tendencias de negocios sostenibles están en crecimiento y las leyes ambientales se están adaptando a ellas, tomando como referencia la reducción del impacto

ambiental en países que ya las aplican y la gestión actual de las islas Galápagos que ya tienen regulaciones ambientales.

Debilidades:

- Existen programas similares que promueven la correcta gestión de residuos. Sin embargo, no lo ofrecen de manera continua, sino como campañas de recolección irregulares.
- Para fomentar el hábito del reciclaje en los estudiantes, es necesario la constancia y acompañamiento del docente y el compromiso de la institución.
- Falta de confianza: Las empresas pueden tener dudas sobre la seguridad y la confiabilidad de la plataforma o nuestros procesos. Debemos proporcionar seguridad a nuestros clientes y a su información, para asegurarnos que los procesos y datos sean transmitidos con transparencia.

Amenazas:

- Los cambios en la economía y política de Ecuador pueden afectar la demanda del servicio.
- Los cambios en la regulación de costos en torno a la gestión de residuos en Ecuador pueden afectar la viabilidad del servicio.
- La entrada de nuevos competidores puede aumentar la competencia y dificultar que la plataforma mantenga su cuota de mercado.
- Las instituciones educativas pueden adoptar modalidad online debido a las crisis de seguridad del país.

4.6.3 Cliente

- **Descripción del mercado objetivo**

El mercado objetivo de nuestro servicio se centra en instituciones educativas, especialmente escuelas de clase media y media alta de las ciudades de Guayaquil, Samborondón y Salitres, que muestran un interés genuino en educar a las generaciones más jóvenes sobre temas ambientales clave. Una característica de este mercado es la apertura que tienen sobre procesos innovadores que pueden repercutir de manera positiva a los estudiantes y a la imagen de la institución. Además, estas instituciones educativas se encuentran en grandes ciudades importantes de la provincia del Guayas y dentro de sus pilares destacan la sostenibilidad y el respeto por el ambiente. Por esta razón, el proyecto se desarrolla en estos puntos clave donde se localizan estos establecimientos de nivel socioeconómico medio, medio-alto, ya que las mismas buscan entregar un valor agregado a la educación de los estudiantes con diferentes programas innovadores que los posicionen como pioneros frente a la competencia.

Están comprometidos a brindar a los estudiantes las herramientas y el conocimiento que necesitan para comprender, evaluar y abordar los desafíos ambientales actuales y futuros. En nuestros hallazgos, encontramos que existe un interés en invertir en programas de desarrollo social, que les permitirá mantenerse a la vanguardia frente al mercado y certificarse en diferentes metodologías tanto a nivel nacional como internacional.

Entre sus dolores, se encuentra la falta de atención de los estudiantes frente actividades educativas y el desconocimiento sobre la correcta gestión de residuos. Una de sus preocupaciones es poder generar un hábito entre los estudiantes para que puedan promover las buenas prácticas.

4.8.4 Competencia: Análisis de las 5 fuerzas de porter

- 1. Poder de negociación de los clientes:** En el caso de la educación ambiental, los clientes son los jóvenes. Los jóvenes tienen un poder de negociación relativamente alto, ya que son una población muy diversa y cambiante. Pueden elegir entre una gran variedad de programas y actividades educativas ambientales, y son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad y relevancia de la educación que reciben. Además, se demostró que nuestro cliente desconoce de la problemática a resolver y de cómo puede afectar el entorno que lo rodea y al nosotros ser un servicio integral nuevo en el mercado actual, reconocemos estas inquietudes y necesidades y adaptamos el servicio en base a eso para cumplir nuestros objetivos internos, de manera dinámica y en un espacio de aprendizaje.
- 2. Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores en el caso de la educación ambiental son las organizaciones que ofrecen programas y actividades educativas ambientales. El poder de negociación de los proveedores es relativamente bajo, ya que hay una gran oferta de programas y actividades disponibles. Sin embargo, los proveedores pueden tener un poder de negociación más alto si ofrecen programas o actividades que son únicos o de alta calidad. En este caso, también debemos considerar que lo que nos diferencia, es que ofrecemos un servicio integral de calidad, por lo que se debe tener en cuenta al momento de dialogar con proveedores que es lo que nosotros estamos buscando.
- 3. Amenaza de productos o servicios sustitutos:** La amenaza de nuevos entrantes es relativamente alta en el sector de la educación ambiental. Cualquier organización puede crear un programa o actividad educativa ambiental, lo que hace que sea relativamente fácil entrar en el mercado. Pero se debe tener en consideración a qué tipo de problemática y arista responde este tipo de productos y

servicios y cuál es su público objetivo. En base a esto, la probabilidad de que un nuevo producto o servicio entre a nuestro mercado directo con una misión similar a la nuestra, es baja.

4. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Los productos o servicios sustitutos pueden ser una amenaza para la educación ambiental. Por ejemplo, los jóvenes pueden elegir aprender sobre el medio ambiente a través de los medios de comunicación, las redes sociales o la participación en actividades extracurriculares. Además, existe un riesgo mediano a que nuevos competidores entren al mercado a responder a la problemática, pero la amenaza dependerá del tipo de servicio que ofrezca y sobre su proceso logístico o de gestión, ya que este es el diferenciador principal de nuestro negocio, nuestro servicio integral adaptado a las necesidades de los clientes.
5. **Rivalidad de los competidores actuales:** La rivalidad entre los competidores es relativamente media en el sector de la educación ambiental. Hay una gran cantidad de organizaciones que ofrecen programas y actividades educativas ambientales, lo que conduce a una competencia intensa pero esporádica por los clientes. La rivalidad de los competidores será determinada por el público objetivo, la forma en la que se presentan ante los diferentes medios de comunicación y las instituciones que avalan dichos servicios, ya que estas fortalecerán la imagen que transmiten a posibles consumidores.

4.8.5 Colaboradores

Los aliados estratégicos para dar a conocer y fidelizar el programa de reciclaje entre las escuelas privadas de nivel socioeconómico medio y medio alto de Guayaquil son las empresas especializadas en sostenibilidad y gestión de residuos, que nos permitirán completar el proceso de reciclaje y darles un segundo uso a los

materiales desechados. Además, las entidades gubernamentales locales enfocadas en medio ambiente y educación, son claves para el proceso, porque el relacionamiento con las mismas nos otorgará un aval frente a nuestros competidores y certifica nuestros servicios a los clientes.

- Personal de Renova: Nuestro equipo de trabajo es clave durante todo el servicio integral que ofrecemos, ellos serán los portadores de nuestro propósito y deberán apoderarse de sus funciones para transmitirlo a través de sus acciones y diálogos, lo que nos permitirá alcanzar nuestros objetivos como Renova. Ellos son la parte central de nuestro negocio y son el punto clave de contacto con las instituciones educativas, empresas de gestión de residuos, entidades gubernamentales y empresas privadas, por lo que sus valores deben estar alineados a nuestra misión como Renova.
- Empresas de Gestión de Residuos y Reciclaje: Colaborar con empresas locales especializadas en gestión de residuos y reciclaje que puedan proporcionar conocimientos técnicos, recursos y logística para el programa. Estas empresas son clave para el desarrollo del negocio, ya que se encargará del proceso base para cumplir el objetivo de Renova. Trabajamos de la mano con ellos desde el proceso de entrega de materiales hasta la finalización de la gestión del residuo, para asegurar la correcta ejecución y brindar reportes de seguimiento a nuestros clientes.
- Empresas con pilares en sostenibilidad: Son aquellas compañías que tienen dentro de sus pilares el cuidado del medio ambiente y que sus acciones se alinean con nuestro propósito. Creamos alianzas con estas empresas para fortalecer nuestro mensaje y para contribuir con incentivos a las escuelas participantes del programa Renova. Son esenciales para el desarrollo del

concurso inter e intraescolar, ya que nos permitirá fomentar la participación entre los estudiantes y generar credibilidad frente a nuestro público.

- Organizaciones Ambientales: Asociarse con organizaciones ambientales locales o nacionales que tengan experiencia en educación ambiental y sostenibilidad. Estas organizaciones nos ayudan a construir nuestra imagen frente al público externo, ya que estas pueden avalar nuestros servicios y convertirse en aliados para promover actividades dinámicas para los estudiantes, lo cual fortalece nuestro propósito y nuestra imagen frente al público externo.
- Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica: Colaborar con el departamento de medio ambiente del gobierno para obtener apoyo institucional, asesoramiento y recursos adicionales para el programa. El MAATE es un aliado clave para nosotros, ya que ellos pueden avalar nuestros servicios, lo cual nos permitirá brindar un servicio certificado por el estado a las instituciones educativas, generando una imagen positiva tanto para nosotros como para los clientes. Además, nos permite evaluar a profundidad el impacto positivo que tienen estas instituciones en el ambiente.

5. Conclusiones y recomendaciones

La investigación de mercado, fue una fase clave para el desarrollo de nuestro modelo de negocio Renova. Por medio de la información recolectada, encontramos oportunidades en el mercado y conocimos a profundidad la problemática y sobre cómo entender a nuestro público objetivo, asimismo, descubrimos el mercado potencial que existe en Guayaquil, Salitre y Samborondón, que actualmente no está siendo aprovechado.

Esto lo determinamos con el análisis de nuestra competencia y nos permitió encontrar nuestro factor diferenciados, nuestro servicio integral para promover la cultura del reciclaje en las instituciones educativas.

Como se mencionó previamente, el mercado de los negocios sostenibles se encuentra en crecimiento constante y el interés de los diferentes sectores está incrementando de manera considerable. Por ello, entre las recomendaciones para mantener nuestro modelo de negocio a la vanguardia, es hacer un análisis de nuestros públicos y competencias de manera semestral, de esta forma, podemos aprender más sobre su comportamiento frente a este mercado y optimizar nuestros servicios para satisfacer sus necesidades. Además, nos permitirá reforzar el relacionamiento con diferentes entidades y reforzar nuestra misión frente al público externo.

A lo largo del proyecto, descubrí cómo cada área y carrera aporta a la creación de un servicio integral y a la formación de un modelo de negocios completo. Empezamos desde las habilidades técnicas de cada uno para conocer nuestras fortalezas, hasta la creatividad y la estrategia que cada uno domina o quisiera desarrollar, logrando así una propuesta integral que responde a las diferentes aristas del modelo de negocio.

Uno de los principales retos que enfrente a nivel personal, es que, al ser de la carrera de comunicación, fue complejo separar el concepto de responsabilidad social y de organización sin fines de lucro al momento de construir un modelo de negocios que responde a una problemática social, por lo que lo más complicado fue encontrar la rentabilidad de nuestro negocio y separarnos del concepto de ONG en el que he trabajado a lo largo de mi carrera. Además, tuvimos que analizar la construcción de los mensajes comunicacionales en diferentes ocasiones para asegurarnos de que nuestro modelo de negocio Renova no se posicione como una organización sin fines de lucro, sino como un

modelo de negocio que responde a la necesidad de la gestión correcta de residuos en el país.

Al encontrar la rentabilidad de nuestro negocio, descubrimos que los residuos tienen un valor económico al ser gestionados correctamente, e incluso tienen un valor energético que puede funcionar como energía alternativa en ciertas industrias. Este fue uno de los principales hallazgos que nos ayudó a encaminar nuestra propuesta.

Lo que caracteriza a nuestro grupo de trabajo, es las habilidades de comunicación y marketing, debido a que nuestras carreras se enfocan en el área creativa y de desarrollo de campañas. En su momento, lo identifiqué como una debilidad, pero a lo largo del proyecto, lo convertimos en una fortaleza, ya que nos vimos involucrados en todos los procesos del modelo de negocio, mientras aprendemos más sobre las diferentes aristas del modelo.

Además, trabajar en equipo me demostró que cada conocimiento es valioso dentro de la construcción de un modelo de negocios y que lo esencial para desarrollarlo de manera efectiva es compartir nuestros conocimientos como equipo y apreciar nuestras diferentes perspectivas y experiencias, de esta forma, se pueden construir las ideas más valiosas, porque un equipo diverso nos enriquece como personas y nos brinda diferentes valores que serán exitosos al momento de empezar en el desarrollo de una idea.

En mi caso, estuve involucrada en todas las gerencias de Renova y aprendí desde la parte financiera hasta la parte administrativa de nuestro negocio, aprendiendo con mis compañeras sobre los diferentes contenidos de cada área, lo cual es un aprendizaje que me servirá tanto en mi vida personal como profesional y me permite tener un dominio de los diferentes contenidos del modelo de negocio, además de que fortaleció nuestras relaciones como equipo.

A través de nuestro modelo de negocios Renova, la importancia de la sostenibilidad en las diferentes industrias y sobre cómo podemos generar un impacto positivo al ambiente por medio de buenos hábitos. Además, me ha brindado una visión clara sobre la gestión de residuos y su ciclo de vida en la naturaleza. También demostramos que la sostenibilidad se revela como un pilar esencial para el desarrollo y crecimiento de todas las industrias, que constituye una inversión significativa en el futuro tanto de las empresas como de las generaciones futuras, por lo que es nuestra misión promover esas buenas prácticas para generar un hábito en la sociedad y que comprendan cómo sus acciones se ven reflejadas en el ambiente.

Uno de los mayores aprendizajes que me llevo es comprender que aquello que uno desecha puede convertirse en un tesoro para otro. La apertura a esta perspectiva no solo implica descubrir el valor económico en lo que antes considerábamos descartable, sino también reconocer la dimensión social de los mismos. Lo cual me lleva a pensar que existe una oportunidad para transformar la percepción que se tiene sobre los residuos y que con ellos podemos generar un cambio significativo en el cuidado del ambiente.

6. Bibliografía

- Arka Consultores. (2023). La metodología STAR. Recuperado de <https://www.arkaconsultores.com/la-metodologia-star/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) (Última Reforma). Quito: Registro Oficial. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/05/Ley-Organica-Reformatoria-a-la-Ley-Organica-de-Educacion-Intercultural-Registro-Oficial.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *Banco Central del Ecuador*. BCE. <https://www.bce.fin.ec/informacioneconomica>

- Castillo, J. G., & Zhangallimbay, D. (2021). La tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión: una aplicación para el Ecuador. <https://repositorio.cepal.org> (No. 134). Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Chiavenato, I. (1999). Administración de recursos humanos. McGraw-Hill.
- CODIFICACIÓN, E. L. S., & DEL CÓDIGO, D. T. (2012). Código del Trabajo. CÓDIGO DEL TRABAJO. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/03/Codigo-de-Trabajo_feb_2023.pdf
- Datos Abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador – Ministerio de Educación. (2023). <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos>
- Davila, E. (julio 21, 2022). *Informe anual 2021*. AEI. <https://www.aei.ec/informe-anual-2021/>
- Deloitte & Touche Ecuador Cía. Ltda. (2022). Deloitte Ecuador. Obtenido de Deloitte Ecuador: <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-millennial-y-generacion-z-2022.html>
- Dialnet. (2018). Técnicas de Selección Utilizadas para la Gestión del Talento, Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales Vol 15(2), ISSN: 1856-6189. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6430982.pdf>
- Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo, INEC (n.d.). *ENEMDU-2023*. Instituto Nacional De Estadística Y Censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/enemdu-historico-empleo-2023/>
- Fondo Mundial para la Naturaleza WWF; EIU. (2021). Un eco-despertar global. WWF. Obtenido de

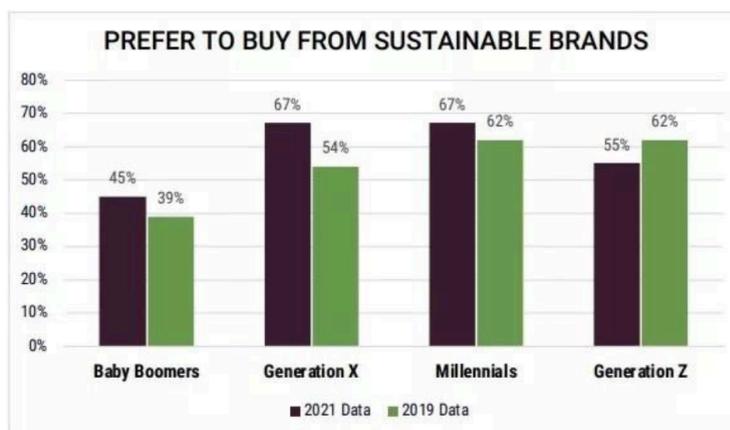
https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/eco045_eui_report_on_nature_final_espagnol_b8_c1_baja.pdf

- Foro Económico Mundial. (24 de marzo de 2022). We Forum. Obtenido de We Forum:
<https://es.weforum.org/agenda/2022/03/la-generacion-z-esta-preocupada-por-la-sostenibilidad-y-esta-empezando-a-hacer-que-los-demas-sientan-lo-mismo/>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2016). Millennials en Latinoamérica: Una perspectiva desde Ecuador. Fundación Telefónica. Obtenido de
<https://fundaciontelefonica.com.ec/millennials-en-latinoamerica-una-perspectiva-desde-ecuador/>
- IESS. (2023). Salario Mínimo Sectorial. obtenido de
https://www.iess.gob.ec/documents/10162/22214878/SALARIOS_SECTORIALES_2023.pdf.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador. INEC. (diciembre 27, 2023). - INEC. <https://www.censoecuador.gob.ec/>
- *INFORME DETALLADO MAATE*. (mayo 11, 2023). Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. from
https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/05/2023-05-11_Informe-Detallado.pdf
- Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2023). Ambiente GOB. Obtenido de Ambiente GOB:
<https://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2017). Código Orgánico del Ambiente. www.ambiente.gob.ec.

- Ministerio de Educación. (2023). Lineamientos para la organización de los ambientes de aprendizaje en educación inicial. In www.educacion.gob.ec
- PNUMA. (2022). Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente Informe del quinto período de sesiones de la Asamblea de las Naciones Unidas. <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/36091/K2101174.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Precios de Mercado Referenciales para Materiales Reciclables – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2018). <https://www.ambiente.gob.ec/precios-de-mercado-referenciales-para-materiales-reciclables/>
- Programa ‘PNGIDS’ Ecuador – Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (n.d.). <https://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Tapia, E. (octubre 17, 2023). FMI: Ecuador tendrá la menor inflación de América Latina en 2023. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-baja-ecuador-fmi/#:~:text=El%20FMI%20proyecta%20que%20la,%2C8%25%20prevista%20para%202022.>

7. Anexos

Anexo 1: Percepción de la importancia de la sostenibilidad y prácticas eco-amigables en diferentes grupos etarios



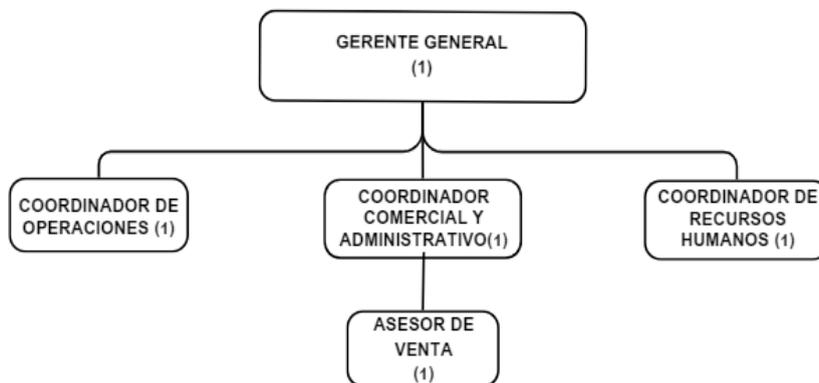
Fuente: Mckinsey, 2022

Anexo 2: Tabla de cálculo considerando variables demográficas.

VARIABLES	POBLACIÓN
Instituciones educativas en Ecuador	15502
Instituciones educativas particulares en Ecuador	2606
Instituciones educativas en Guayaquil, Samborondón y Salitre	1396
Instituciones educativas particulares en Guayaquil, Samborondón y Salitre	721
Escuelas particulares en Guayaquil, Samborondón y Salitre de nivel socioeconómico medio, medio-alto	686

Fuente: Datos Abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador – Ministerio de Educación. (2023). <https://educacion.gob.ec/datos-abiertos>

Anexo 3: Organigrama de Renova



Anexo 4: Tabulación de resultados cualitativos determinados a partir de entrevistas a profundidad

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cómo gestionan los residuos generados en su institución educativa?	<p>E1: “Clasificamos los residuos y tratamos de utilizar los que podamos en actividades interactivas, dándoles un nuevo uso y evitamos el uso de plástico en la institución. Lo que no utilizamos es entregado a los recogedores de basura”</p> <p>E2: “Motivamos a que los niños mantengan limpias las aulas y que sepan que es mejor reducir nuestros residuos o incluso utilizarlos, de ahí Urvaseo</p>

	<p>recoge nuestra basura”</p> <p>E3: “Clasificamos los residuos para enseñarles cómo deben gestionarlos, pero por el momento no tenemos una institución que los gestione. De ahí, hacemos manualidades en Ecojardín con los niños”</p> <p>E4: “Con puntos de recolección en lugares estratégicos para evitar el desorden en nuestro plantel educativo. También tratamos de reutilizar con los más pequeños”</p> <p>E5: “Urvaseo recoge los residuos en las fechas establecidas y los alumnos y el personal docente lo depositan en las estaciones de clasificación”</p>
<p>¿Cómo promueven la educación ambiental o prácticas sostenibles en su colegio?</p>	<p>E1: “Fomentamos el respeto al medio ambiente y el amor por la naturaleza por medio de acciones concretas, tales como: el uso de materiales eco-amigables para decoración de aulas, juegos didácticos de madera, huerto escolar y más”</p> <p>E2: “Tenemos tachos de clasificación de residuos con los textos de lo que pueden botar en cada uno, para educar a los alumnos”</p> <p>E3: “La institución tiene como base la sostenibilidad y lo inculca en todos los grados, porque forma parte de nuestro mensaje principal. Nos enfocamos principalmente en el respeto y preservación del ambiente”</p> <p>E4: “Enseñamos sobre la importancia de la preservación de la fauna y flora que nos rodea, y cómo las acciones de nuestro día a día pueden afectar nuestro ecosistema (...) Tratamos de que realicen actividades dinámicas para reforzar los conocimientos enseñados en el aula”</p> <p>E5: “Lo promovemos a través del cuidado de nuestras áreas verdes con actividades de reforestación y limpieza del manglar que lindera con la institución”</p>
<p>¿Qué importancia le dan a la educación ambiental en la institución? Específicamente la gestión de residuos</p>	<p>E1: “ Promoviendo la conciencia ambiental desde edades muy tempranas, queremos cultivar generaciones comprometidas con la conservación y preservación del medio ambiente.”</p> <p>E2: “Los niños a veces hacen manualidades con residuos o los concursos son con materiales reciclables (...) También en ciencias naturales les enseñamos sobre los residuos orgánicos e inorgánicos, pero de manera</p>

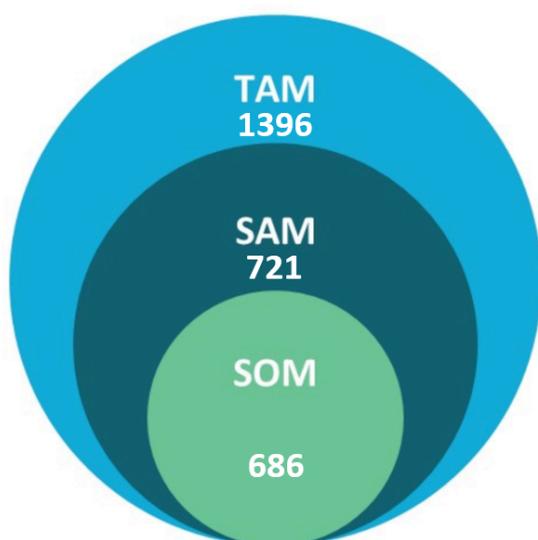
	<p>general, no entramos en detalles”</p> <p>E3: “Es algo clave para nosotros, por eso tenemos tachos para clasificar residuos en áreas estratégicas y tratamos de que desde pequeños conozcan la importancia del medio ambiente.”</p> <p>E4: “Enseñamos las bases sobre la preservación del medio ambiente, que para nosotros son clave para el desarrollo de los niños, pero por el momento, no nos enfocamos principalmente en eso”</p> <p>E5: “Para nosotros es importante promover estos conocimientos así como muchas otros más, pero si reconozco que no le damos la importancia debida”</p>
<p>Como institución, ¿Qué conocen de la educación ambiental y reciclaje?</p>	<p>E1: “Tenemos un programa de Cuidado Ambiental desde hace muchos años en la institución y estamos comprometidos con el tema. También porque es uno de los puntos de los ODS de la ONU.”</p> <p>E2: “Conocemos lo básico, en reciclaje si conocemos un poco más porque es lo más común y de ahí hablamos del cambio climático y la preservación del ambiente. Los niños si saben que deben trabajar en eso”</p> <p>E3: “Tratamos de que todas nuestras actividades tengan un enfoque ambiental, desde los espacios de integración, olimpiadas, concursos para promover una cultura más consciente a la preservación del medio ambiente.”</p> <p>E4: “Conocemos las bases necesarias para inculcar buenos principios a los niños, sobre cuidar y respetara a los animales y en general a evitar botar basura donde no se debe”</p> <p>E5: “A pesar de que si les enseñamos las 3 R a los estudiantes, nos enfocamos más en reducir la cantidad de basura y en general a que sean consciente de su entorno, pero es más durante las clases”</p>
<p>¿Cuál consideras que es un determinante para comenzar a reciclar en la institución?</p>	<p>E1: “El primer paso que tomamos fue preparar PUNTOS ECOLÓGICOS en todas las zonas del patio. Cada Punto Ecológico cuenta con 3 tachos de basura con una infografía explicativa que sirve de guía para separar los desechos. Además, utilizamos videos explicativos y brigadas de limpieza en recreos”</p> <p>E2: “Que sea fácil, práctico y rápido. Son niños y hay que buscar formas dinámicas de captar su atención sin que sea aburrido para ellos, deben</p>

	<p>entender con práctica más que con teoría”</p> <p>E3: “Lo más importante, es comenzar desde temprana edad a promover estos hábitos para volverlo una costumbre. Impulsamos estas prácticas más que todo en ECOjardín y en primaria”</p> <p>E4: “Que sea rutinario, no solo decirlo durante clases, sino que debemos generar un hábito, pero es ahí donde nos queda aprender”</p> <p>E5: “Facilitar el proceso, por más que uno lo promueve, se necesita un control y responsable sobre el tema que se encargue específicamente de esta actividad”</p>
<p>¿Crees que la sustentabilidad puede aportar a la reputación de la institución?</p>	<p>E1: “Claro, fomentar el cuidado del medio ambiente y la conciencia ambiental, generando acciones y eventos que giran en torno a nuestro ideario de formar una comunidad con responsabilidad social, empatía, la convivencia pacífica, el respeto a la diversidad cultural y la protección ambiental como una prioridad.”</p> <p>E2: “Sí creo que es un valor agregado, pero también puede depender de la escuela. Nosotros no tenemos dentro de nuestros valores la sostenibilidad o medio ambiente, pero tener estas prácticas siempre es importante y puede aportar para bien en la institución”</p> <p>E3: “Si, nosotros somos el primer colegio carbono neutro del país y es algo que nos llena de orgullo porque nuestra misión como institución es crear conciencia ambiental en todos los niños y jóvenes.”</p> <p>E4: “Claro, ahora escucho muchas cosas ecoamigables en el mercado, por lo que veo es una tendencia en crecimiento que se ve en diferentes negocios, (...) también se puede aplicar a escuelas”</p> <p>E5: “Toda acción que aporte a la responsabilidad social de la institución genera automáticamente reputación positiva, eso es la realidad. (...) Ahora, nosotros buscamos ser pioneros de buenas prácticas y reconocemos la importancia de invertir en ello”</p>

<p>¿Qué consejos o información adicional pueden proporcionar para comprender mejor cómo las instituciones educativas pueden avanzar hacia prácticas más sostenibles en la gestión de residuos?</p>	<p>E1: “Las instituciones educativas necesitan un incentivo, algo que los mueva y que les demuestre la importancia de esta problemática y necesitan conocer cómo puede afectar a sus escuelas o incluso como pueden mejorarlas”</p> <p>E2: “Necesitamos bases, la gran mayoría de las escuelas sabemos comunicar lo esencial y si tratamos de demostrar la importancia de la preservación de la naturaleza, pero muchas veces desconocemos como avanzar o incluso empezar”</p> <p>E3: “Es clave que todas las personas que formen parte de una institución conozcan y sepan la importancia de la problemática y que estén comprometidos con la causa, para nosotros es algo primordial por nuestra promesa como empresa”</p> <p>E4: “Necesitamos de una estructura base, lineamientos para continuar el camino a la sostenibilidad, eso será lo más complicado, pero con el hábito todo se puede construir”</p> <p>E5: “Debemos conocer cómo impacta esto en nuestro negocio, tanto a nivel positivo como negativo. Esa es la introducción que necesitamos para comprender porque apuntar a prácticas sostenibles es tan rentable”</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5: TAM SAM SOM



Fuente: Elaboración propia