

Mayo 2019 - ISSN: 1696-8352

## **MARKETING VERDE EN EL FOMENTO DEL USO DE BOLSAS REUTILIZABLES, EN SUPERMERCADOS DE LAS CIUDADELAS ALBORADA VIII ETAPA Y GARZOTA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**Mario José Cano Herrera**

Autor: Egresado de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Administración  
Carrera de Mercadotecnia  
Mcano\_2807@hotmail.com

**Oscar Rolando Lema Arévalo**

Autor: Egresado de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Administración  
Carrera de Mercadotecnia  
Rolando-arevalo1988@hotmail.com

**Mg. Marisol Idrovo Avecillas**

Tutora: Catedrática de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Administración  
Carrera de Mercadotecnia

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mario José Cano Herrera, Oscar Rolando Lema Arévalo y Marisol Idrovo Avecillas (2019): "Marketing verde en el fomento del uso de bolsas reutilizables, en supermercados de las ciudades Alborada VIII etapa y Garzota de la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/uso-bolsas-reutilizables.html>

### **Resumen**

El desarrollo de una cultura ecológica con el paso de los años se ha convertido en un tema de suma importancia para la sociedad, debido a los daños causados por la contaminación generada por los seres humanos, el Ecuador desde hace varios años ha estado promoviendo campañas ecológicas con el fin de disminuir la contaminación, una de esas propuestas es la reducción del plástico. En la ciudad de Guayaquil, una de las más grandes del país se ha venido ofertando bolsas reutilizables en supermercados desde hace varios años sin mucho éxito con la finalidad de reducir el uso de fundas plásticas biodegradable oxo, que, si bien son más ecológicas, su degradación dependerá de las condiciones climáticas y un periodo de 3 años, tiempo en el cual se aumentan los efectos de los contaminantes. Debido a esto se ha vuelto importante fomentar el uso de bolsas reutilizables a través de estrategias mercadológicas, cambiando los hábitos de los ciudadanos y contribuyendo con el medio

ambiente. La muestra fue obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos donde se tomó como referencia supermercados del sector norte en la Parroquia Tarqui para analizar la probabilidad de estudiar las medidas que pueden ser adaptadas como parte de un plan piloto. La investigación se realizó mediante los métodos inductivo, que ayudó a aportar información respecto a la carente cultura ecológica, obteniendo datos de agencias gubernamentales y, el deductivo que ayudó a establecer de forma racional los datos obtenidos logrando tomar decisiones más precisa respecto a la problemática, fundamentando la posibilidad de generar un propuesta verde basada en una campaña en la cual se utilicen recursos como las redes sociales para llegar con un mensaje claro a la sociedad y de forma más efectiva, esto nos indica que la campaña ecológica deberá estar relacionado con el uso de internet con el fin de transmitir un mensaje.

**Palabra Clave:** Medio Ambiente, Cultura, Responsabilidad Social, Bolsas Reutilizables, Marketing Verde.

#### **ABSTRACT**

The development of an ecological culture over the years has become a very important issue for society, due to the effects of pollution generated by humans, Ecuador for several years has been promoting ecological campaigns in order to reduce pollution. In the city of Guayaquil, one of the largest cities in the country has been offering reusable bags in supermarkets for several years without much success in order to use oxo biodegradable plastic bags, which, although they are more environmentally friendly, their degradation will depend on weather conditions and a period of 3 years, time in which the effects of pollutants are increased. This is due to the use of reusable bags through marketing strategies, changing the habits of citizens and contributing to the environment. The sample resulted were obtained in the National Institute of Statistics and Census, where it became a reference in the supermarkets of the northern sector of the parish. The research was carried out by means of inductive methods, which helped to provide information on the subject of ecological culture, while obtaining information from the agencies and the result. Fundamentalizing the possibility of generating a green proposal a campaign in which it can be used as social networks to arrive with a clear message in society and the most effective way, this is an indication of the campaign. of the internet in order to transmit a message.

**Keywords:** Environment, Culture, Social Responsibility, Reusable Bags, Green Marketing.

## **1 INTRODUCCIÓN**

La presente investigación se basa en el alto consumo de fundas plásticas, las cuales son elaboradas con químicos nocivos para la salud y causantes de la continuación ambiental, y de la muerte de diferentes animales terrestres y acuáticos.

Conforme ha pasado el tiempo se ha logrado distribuir en supermercados fundas plásticas biodegradables oxo, que tienen un tiempo de degradación de 3 años en condiciones naturales; sin embargo, aún se observa en las calles los restos de las fundas plásticas.

En la sociedad actual es visible la carente cultura ecológica como también su desconocimiento en campañas a favor del medio ambiente, desencadenando deficiente conciencia ambiental desde edad temprana hasta la madurez, obteniendo como resultado mayor desgaste de los recursos naturales no renovables como el petróleo.

El proyecto busca fomentar el uso de bolsas reutilizables que pueden durar hasta más de 3 años según su uso, mediante la aplicación de estrategias de marketing conforme sea el área de identificación. La propuesta se basa en aplicar estrategias de marketing verde que permita crear conciencia ambientalista en las personas, cambiar el uso de las mismas por bolsas reutilizables, contribuyendo de esta manera al cuidado del medio ambiente.

## **2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Objetivo General**

Desarrollar estrategias de Marketing Verde en el fomento del uso de bolsas reutilizables, en supermercados de las ciudadelas Alborada VIII etapa y Garzota de la ciudad de Guayaquil.

### **2.2 Objetivo Específico**

- ✓ Analizar los factores que limitan el uso de bolsas reutilizables por parte de los clientes en supermercados, a través de investigación de mercado.
- ✓ Establecer las tácticas de marketing que motiven la cultura ecológica en el uso de bolsas reutilizables en los ciudadanos.
- ✓ Determinar los medios informativos más apropiados que promuevan en la sociedad el cuidado del medio ambiente a través de la utilización de bolsas reutilizables.

## **3 MARCO TEÓRICO**

### **3.1 Medio Ambiente**

El habitat del ser humano implica el medio que lo rodea, desde su primera aparición como ser irracional se ha beneficiado de los recursos que la tierra le ofrece, siendo una figura consumista a través del tiempo.

El concepto de medio ambiente implica directa e íntimamente al hombre, ya que concibe no solo aquello que rodea al hombre en el ámbito espacial, sino que también incluye el factor tiempo, es decir, el uso que de ese espacio hace la humanidad referido a la herencia cultural e histórica. (Innovación y Cualificación S. L. and Target Asesores S.L., 2016, pág. 10)

El ser humano se ha visto beneficiado por la utilización de los recursos naturales, sin preocuparse en efecto por la gravedad que pueden llegar a tener la disminución o consumo de total de varios recursos.

### **3.2 Cultura**

El origen de la palabra cultura desde sus inicios destaca el vínculo que tiene con la educación, dejando conocer que los seres humanos se encuentran formados por una serie de doctrinas generadas por ellos mismos.

La palabra <<cultura>> tiene un origen lejano y una larga historia. Si nos remontamos al origen etimológico, <<cultura>> proviene de la palabra latín colo (de colore) y significaba el cultivo de la tierra. Más adelante -y en un sentido metafórico- pasó a significar el cultivo de la mente y del espíritu. Desde un principio, pues, la palabra <<cultura>> estaba emparentada con la palabra <<educación>> y relacionada con una concepción normativa e idealista de la condición humana que tuvo en el renacimiento italiano uno de los mayores hitos históricos. (Busquet Duran, 2015, pág. 9)

Los seres humanos desde sus inicios como una especie racional, han sido capaz de generar sus propias ideas, las mismas que son transmitidas a los miembros de cada grupo a través de su enseñanza.

La cultura desarrolla aspectos importantes dentro de una sociedad como la conducta de una persona, sus preceptos, etcétera. Es importante conocer su definición para precisar en qué forma influye en la sociedad.

Si la cultura, en definición de la RAE, es un conjunto de modos de vida que conforman los valores, normas y pautas de comportamiento de toda colectividad, la producción, difusión y consumo de bienes culturales presuponen el reconocimiento de un derecho común predeterminado por su dimensión pública. (Sierra Caballero & Fávares Garrossini, 2016, pág. 17)

Los lineamientos que se otorguen a un grupo generarán las bases que condicionarán su forma de actuar en la sociedad e interactuar con otros grupos culturales, transmitiendo sus conocimientos de diferentes formas.

### **3.3 Responsabilidad Social**

La responsabilidad con un enfoque social aparece debido a las actividades realizadas por el ser humano, las cuales tienen serias repercusiones en ámbitos como el medio ambiente; su concepción se origina con el fin de reducir el impacto causado.

El concepto de responsabilidad social alude a un modelo estratégico de gestión, que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones. Implica, por tanto, un compromiso renovado con la comunidad, su entorno y los diversos públicos de interés (empleados, accionistas, proveedores, clientes, consumidores, la sociedad civil). (Martínez, 2016, pág. 57)

Los efectos negativos que pueden tener diferentes aspectos en todo lo que rodea a la sociedad ha fomentado la aparición de la responsabilidad, con un enfoque social, incluyendo no solo a las personas sino también a las organizaciones.

### 3.4 Bolsas Reutilizables.

El uso del plástico data de hace aproximadamente uno 100 años atrás; desde su aparición en la civilización su consumo ha ido en aumento, siendo alarmante la cantidad de recursos no renovables que se utilizan en su fabricación.

La historia del plástico comienza en el año de 1860. Y en el 1909 se inicia la “era del plástico” con la fabricación del primer plástico totalmente sintético llamado “baquelita.” Por lo tanto, y a diferencia de otros materiales como el papel o el vidrio, el plástico se utiliza desde hace tan solo unos 100 años. Sin embargo, la utilización del plástico ha crecido de manera exponencial y se prevé que continúe así. De las casi 2 toneladas<sup>58</sup> producidas en el 1950 se ha pasado a 300 millones de toneladas en el año 2013, y de hecho se espera que, a este ritmo, en el año 2050 la producción de plástico mundial podría triplicarse. (Pascual, 2016, págs. 16-17)

La cantidad de plástico producido cada año ha ido en aumento conforme las necesidades en el mercado, con tendencias a seguir creciendo y, de no buscar alternativas más ecológicas

La producción de plástico ha sido desmedida desde sus inicios a la época actual, cada año sus cifras aumentan superando al año anterior, desbastando a su paso la biodiversidad por extraer el petróleo del suelo.

Se estima<sup>62</sup> que en el 2012 la producción mundial de plástico alcanzó casi los 300 millones de toneladas. Entre el 6%<sup>63</sup> y el 8%<sup>64</sup> del consumo anual de petróleo es destinado a la producción de material plástico (la mitad como materia prima y la otra mitad como energía para fabricar plástico). Recordemos que el petróleo es una materia prima finita. (Pascual, 2016, pág. 17)

El considerable aumento del plástico ha generado una producción elevada, incentivando la explotación del petróleo, un recurso no renovable en la industria, así como su mal uso.

Existen diversos tipos de bolsas ecológicas en el mercado, y que son constantemente utilizadas por las personas o en efecto comercializadas por las compañías, como son: Las bolsas de papel, las bolsas de plástico ecológico, y las bolsas de tela ecológicas. El primer tipo tienen diferentes usos así mismo se las obtiene de diversas fuentes, son “bolsas de papel ecológica que provienen de papel viejo, papeles de revistas, periódicos, cartones viejos, packs, tetrabriks”. (EconoBolsas, 2015)

El segundo tipo proviene de la utilización del mismo plástico para generar nuevas, actualmente son modificadas con un químico llamado oxo, el mismo que ayuda su biodegradación en un tiempo promedio de 3 años. “Bolsas de plástico ecológico que vienen de otras bolsas de plástico recicladas. Previamente se han difundido las mismas en molinos para la confección de bolsas de basura u otros usos del film plástico”. (EconoBolsas, 2015)

El tercer tipo fomenta el uso de bolsas reutilizables, contaminando menos el medio ambiente y reduciendo significativamente la producción de plástico, como resultado se obtendría un baja en la explotación de recursos no renovables.

Bolsas de telas ecológicas, en la que la tela sintética viene de la reutilización del plástico pet de las botellas para la creación de una fibra con apariencia textil, es aplicada en diferentes campos de la industria de la moda y textil en general como son las bolsas de tela de propileno. (EconoBolsas, 2015)

La reducción de fundas plásticas se podría generar, al impulsar la venta y utilización de bolsas reutilizables, cambiando las costumbres en la sociedad por las ventajas que ofrece al ecosistema.

### **3.5 Marketing Verde**

La aparición del marketing impulsó las gestiones empresariales y la creación de nuevos productos en el mercado por parte de las industrias, teniendo un efecto negativo en el medio ambiente. Debido a la situación y con el fin de precautelar los ecosistemas emerge lo que se conoce como el Marketing ecológico o Marketing verde.

El marketing verde se refiere al desarrollo y comercialización de productos que se presumen son ambientalmente seguros (es decir, diseñados para minimizar los efectos negativos en el entorno físico o para mejorar su calidad). Este término también se puede usar para describir los esfuerzos para producir, promover, empaquetar y reclamar productos de una manera que sea sensible o receptiva a las preocupaciones ecológicas. (Asociación de comercialización americana. AMA Dictionary, s.f.)

La creación del marketing verde estimulo la responsabilidad social en grupos de personas pertenecientes a diferentes culturas, así mismo en las Empresas, que buscan promover el uso de productos más amigables con el medio ambiente.

Los efectos negativos causados en el mundo por la elaboración de productos contaminantes en el medio ambiente y su consumo excesivo por parte de los consumidores, ha sugerido la importancia que tiene este nuevo enfoque en el marketing.

En primer lugar, se considera que es valioso reconocer que el marketing verde es toda una corriente que tiene como origen responsable a los consumidores que cada vez más están conscientes de las necesidades del planeta, y que han obligado a las empresas y todo el entorno comercial a reevaluar y reestructurar ciertos procesos de producción y estrategia (Aguilar, 2016, pág. 104)

Las personas en la sociedad son parte de la problemática que se presentan en el planeta; así mismo, son parte fundamental de la solución. El conocimiento que puedan adquirir, junto a la cooperación de las empresas y el gobierno podrían generar acciones que mejoren la calidad de vida de los seres humanos.

## **4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **4.1 Metodología**

Los métodos de investigación escogidos para el desarrollo del proyecto son el Inductivo y el Deductivo, el primer método seleccionado ha permitido constatar la situación actual referente a la carencia de cultura ecológica y su consecuencia por el uso excesivo de fundas plásticas por parte de los ciudadanos; así mismo, se ha podido obtener datos por parte de agencias gubernamentales con respecto al uso de bolsas reutilizables y al poco conocimiento

que ha tenido la población en referencia a campañas de cuidado al medio ambiente con el paso de los años, siendo posible obtener una idea clara del problema mencionado.

El segundo método que se utilizó es el deductivo, el cual ayudó a describir de forma racional los eventos mencionados, previo al conocimiento obtenido con el método anterior, concluyendo de forma lógica las hipótesis generadas a inicios del proyecto, las cuales se han fundamentado teóricamente y han sido probadas con la investigación correspondiente.

## **4.2 Técnicas e Instrumentos**

### **4.2.1 Encuestas**

La encuesta se la realizó en las afueras de los supermercados de los sectores seleccionados, con el fin de poder saber la apreciación que tienen las personas respecto a la problemática, evaluando las respuestas que servirán de aporte para la investigación.

### **4.2.2 Entrevista**

La entrevista se la realizó con la finalidad de aportar datos importantes de personas expertas en el tema, por lo que se agendó una cita con un colaborador del Ministerio del Ambiente (MAE), el cual indicó las acciones que se han venido realizando por parte de los entes reguladores, así como los programas que se han desarrollado.

### **4.2.3 Revisión Documental**

La revisión documental aportará teorías que servirán para el soporte de la investigación, así como se podrá conocer proyectos en relación al tema tratado para considerar los diferentes aspectos a tratar y que serán utilizados en el Marketing Verde, siendo posible obtener información de resultados de proyectos anteriores.

## **4.3 Población**

La población considerada para la presente investigación corresponde a la Parroquia Tarqui, delimitando los sectores donde se realizaron las actividades, los cuales corresponden a Alborada VIII y la ciudadela Garzota. La suma de habitantes entre los dos sectores da un total de 5.175 personas.

## **4.4 Muestra**

La muestra es definida a partir del número de personas que serán tomadas en cuenta para la presente investigación, siendo un total de 358 encuestas, las cuales serán realizadas directamente al encuestado sin ningún tipo de instrumento tecnológico implicado en el proceso.

La encuesta será realizada a las personas en edades comprendidas de 18 a 45 años de edad en el horario previamente estipulado que son de lunes a viernes de 17:00 pm a 20:00 pm y fines de semana de 15:00 pm a 18:00 pm, de acuerdo a esto se ha considerado utilizar la siguiente fórmula para obtener los resultados de la muestra.

**Tabla 1 Datos cálculo muestra**

Datos para el cálculo de la muestra	
<b>N</b>	Población 5175
<b>Z</b>	Nivel de confianza 95%
<b>P</b>	Probabilidad de éxito 0,5
<b>q</b>	Probabilidad de fallo 0,5
<b>d</b>	Precisión 0,5

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

$$n = \frac{5.175 * (1,96^2) * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (5.175 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{5.175 * (3,84) * (0,5) * (0,5)}{(0,0025) * (5.174) + (3,84) * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{4.968}{13,89}$$

**n=358 encuestas**

## 5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 5.1 Encuestas

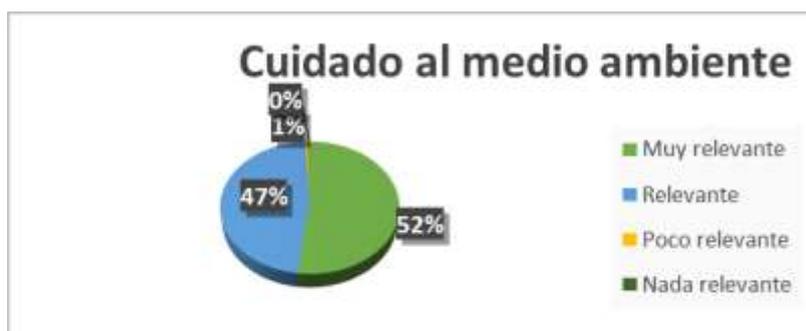
#### 1. ¿Considera usted que el cuidado al medio ambiente debería ser?

Tabla 2 Cuidado al medio ambiente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy relevante	186	52%
Relevante	169	47%
Poco relevante	2	1%
Nada relevante	1	0%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

Figura 1 Cuidado al medio ambiente



Fuente: Autores del proyecto

#### Análisis:

Los datos obtenidos de la encuesta realizada muestran que la mayoría de los integrantes que componen el universo muestral, el cual representa el 99% consideran importante el cuidado del medio ambiente.

#### 2. ¿Cuál es su frecuencia de compra en supermercados?

Tabla 3 Frecuencia de compras

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Mensual	68	19%
Quincenal	141	39%
Semanal	143	40%
Diario	6	2%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

Figura 2 Frecuencia de compras



**Fuente:** Autores del proyecto

**Análisis:**

La adquisición de productos en cadenas de supermercados es constante por parte de los consumidores, según la encuesta realizada la mayor frecuencia de compra se genera de forma semanal con un 40%, un 39% es realizado de forma quincenal, seguido por un 19% de forma mensual y un 2% que realiza sus compras de forma diaria.

**3. ¿Qué tipo de fundas utiliza para transportar sus productos una vez realizada la compra en el supermercado?**

**Tabla 4 Tipo de fundas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Reutilizable	20	6%
Plástico Biodegradable	331,5	93%
Papel	6,5	2%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

**Figura 3 Tipo de fundas**



**Fuente:**

Autores del proyecto

**Análisis:**

La utilización de fundas plásticas es común en la sociedad; lo cual se demuestra en los resultados obtenidos de la encuesta en la que se evidencia que 9 de cada 10 personas utilizan fundas plásticas biodegradables en sus compras.

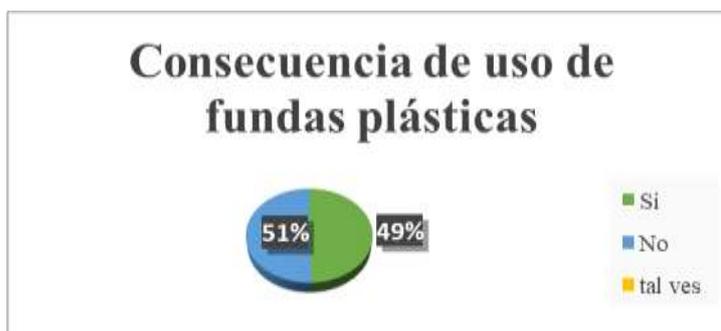
**4. ¿Conoce usted las consecuencias del uso de fundas plásticas en supermercados?**

**Tabla 5 Consecuencias de uso de fundas plásticas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	177	49%
No	181	51%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 4 Consecuencia de uso de fundas plásticas**



Fuente: Autores del proyecto

**Análisis:**

Es importante saber qué información poseen las personas respecto a las consecuencias de usar fundas plásticas, según los datos obtenidos de la encuesta un 51% no conoce de los efectos negativos que genera en el medio ambiente, mientras que un 49% si tiene conocimiento de las consecuencias.

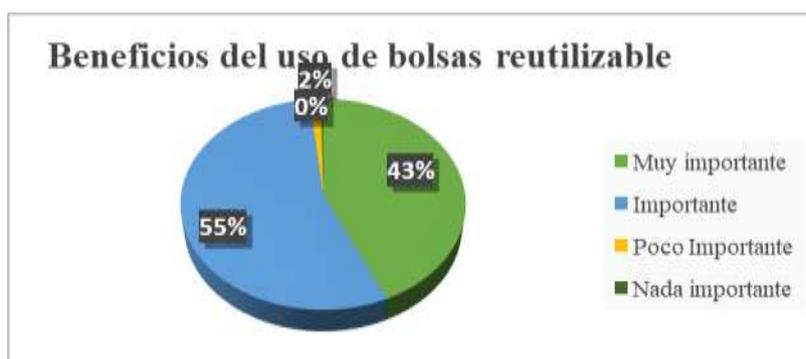
5. ¿Para usted los beneficios de usar bolsas reutilizables para guardar los productos que adquiere en las cadenas de supermercados es?

**Tabla 6 Beneficios del uso de bolsas reutilizables**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	155	43%
Importante	197	55%
Poco importante	5	1%
Nada importante	1	0%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 5 Beneficios del uso de bolsas Reutilizables**



Fuente: Autores del proyecto

**Análisis:**

Los datos obtenidos de la encuesta nos indican que un 98% de las personas encuestadas consideran relevantes los beneficios que brindan los bolsos reutilizables, destacando que las personas se encuentran predispuestas para su utilización.

6. ¿Indique usted cual es el grado de importancia que debe tener el gobierno y las empresas sobre el cuidado del medio ambiente?

**Tabla 7 Presencia del gobierno y empresas en cuidado del medio ambiente**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	228	64%
Importante	130	36%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 6 Presencia del gobierno y empresas en cuidado del medio ambiente**



**Fuente:** Autores del proyecto

**Análisis:**

El gobierno y las empresas juegan un papel fundamental para ayudar a cuidar al medio ambiente, siendo necesario conocer la opinión pública respecto a su importancia. Según los datos obtenidos el 100% de las personas encuestadas consideran fundamental la intervención de entidades gubernamentales y del sector privado que mejoren la problemática.

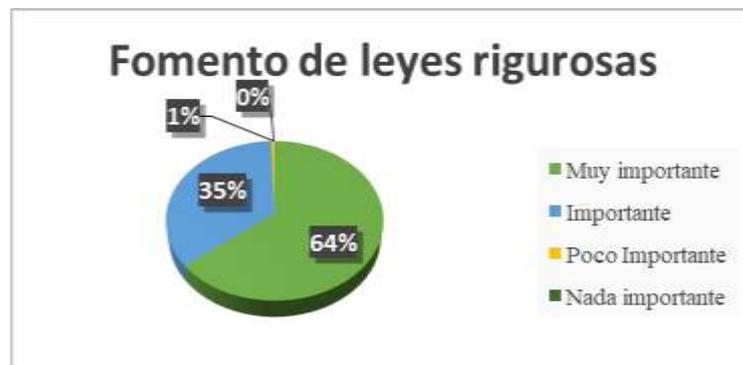
**7. ¿Qué importancia tiene para usted el fomento de leyes más rigurosas para el cuidado del medio ambiente por parte del Gobierno?**

**Tabla 8 Fomento de leyes rigurosas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	230	64%
Importante	126	35%
Poco importante	2	1%
Nada importante	0	0%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores del proyecto

**Figura 7 Fomento de leyes rigurosas**



**Fuente:**

Autores del proyecto

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se evidencia que el 99% de la muestra considera que el gobierno debería tomar acciones más estrictas en mejora de prácticas ecológicas promulgando leyes que incentiven a la sociedad a contribuir con el cuidado del medio ambiente.

**8. ¿Está usted de acuerdo en reemplazar el uso de fundas plásticas por bolsas reutilizables si esto beneficia el cuidado al medio ambiente?**

**Tabla 9 Reemplazo del uso de fundas plásticas por reutilizables**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	181	51%
De acuerdo	168	47%
Indeciso	9	3%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

**Figura 8 Reemplazo del uso de fundas plásticas por reutilizables**



Fuente: Autores del proyecto

**Análisis:**

Es importante considerar reemplazar las fundas plásticas por un material que contribuya a disminuir la contaminación. En este aspecto según la encuesta la mayoría de personas muestran predisposición al cambio, siendo favorable en un 98%, destacando el interés por parte de las personas en ayudar a reducir los índices de contaminación.

9. ¿Cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por una funda plástica biodegradable dentro de los supermercados?

Tabla 10 Valor dispuestos a pagar por fundas plásticas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
0.10 ctvs.	282	79%
0.20 ctvs.	70	20%
0.30 ctvs.	6	2%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autores del proyecto

Figura 9 Valor dispuestos a pagar por fundas plásticas



Fuente: Autores del proyecto

#### Análisis:

La posibilidad de establecer un precio por el uso de fundas plásticas es importante, debido a que las personas pueden estar de acuerdo con un monto que sea accesible para cada persona, siendo relevante conocer cuánto estarían dispuestos a pagar. Según los datos obtenidos, las personas consideraron con un 79% pagar un precio de ¢ 0,10, seguido del 20% por un valor de ¢ 0,20 como segunda opción, mientras que es muy probable que las personas no acepten pagar el precio de ¢ 0,30 debido a que solo tuvo una aceptación del 2%.

10. ¿Estaría usted de acuerdo en que se deba cancelar un valor por cada funda plástica que se utilice en las compras diarias?

Tabla 11 Aceptación de pago de fundas plásticas

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	191	54%
No	87	24%
Tal vez	80	22%
Total	358	100%

Fuente: Autores del proyecto

Figura 10 Aceptación de pago de fundas plásticas



Fuente: Autores del proyecto

**Análisis:**

Según datos obtenidos de la encuesta el 54% tendría predisposición a pagar un valor por las fundas plásticas, seguido de 24% que no les gustaría realizar un pago, mientras que un 22% opinan que tal vez lo harían si esto beneficia al medio ambiente.

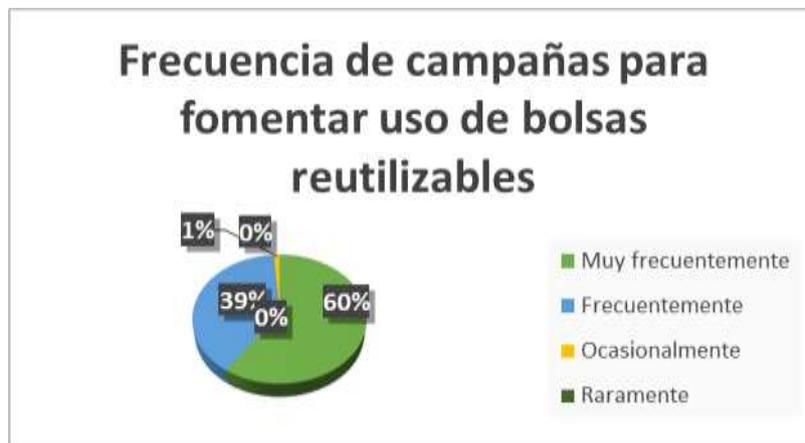
11. ¿Según usted con qué frecuencia debería de existir campañas que ayuden a fomentar el uso de bolsas reutilizables, para preservar el medio ambiente?

**Tabla 12 Frecuencia de campañas para fomentar uso de bolsas reutilizables**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy frecuentemente	213	60%
Frecuentemente	141	39%
Ocasionalmente	4	1%
Raramente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	358	100%

**Fuente:** Autores del proyecto

**Figura 11 Frecuencia de campañas para fomentar uso de bolsas reutilizables**



**Fuente:** Autores del proyecto

**Análisis:**

Las personas deben tener un conocimiento profundo que los ayude a cambiar hábitos en su forma de actuar y pensar respecto al cuidado del medio ambiente, siendo imprescindible las campañas por diferentes medios de comunicación. Según los datos obtenidos, 9 de cada 10 personas consideran importantes las campañas ecológicas, destacando la importancia de fomentar la publicidad en temas ambientales.

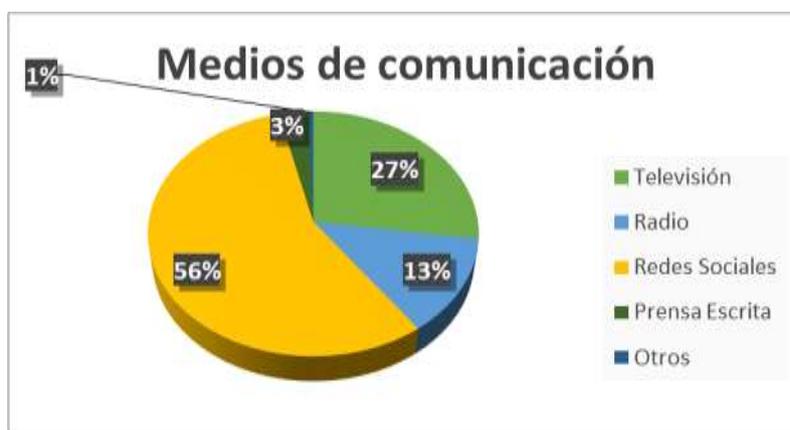
12. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación cree usted que sea el más efectivo para difundir estas campañas?

Tabla 13 Medios de comunicación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Televisión	97,44	27%
Radio	45,9	13%
Redes Sociales	201,43	56%
Prensa Escrita	11,32	3%
Otros	1,91	1%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autores del proyecto

Figura 12 Medios de comunicación



Fuente: Autores del proyecto

#### Análisis:

Según la encuesta realizada respecto a los medios de comunicación más efectivos para difundir campañas medio ambientales, las personas destacaron con un 56 % a las redes sociales como la más importante, seguido de la televisión con un 27%, radio con un porcentaje del 13%, prensa escrita con apenas 3%. Siendo importante notar que los dos medios con mayor aceptación son las redes sociales y la televisión.

#### 5.2 Análisis de la Entrevista

##### Entrevista a Representante del Ministerio del Ambiente (MAE)

1. El gobierno actualmente se encuentra preocupado por los índices de contaminación que existen en el país ¿Considera que las campañas que buscan concientizar a las personas han logrado generar conciencia ecológica en la sociedad?

Algo interesante que probablemente se ha visto en estos últimos años es que han empezado aparecer nuevas agrupaciones que están trabajando justamente con esta problemática de la basura principalmente. El Ministerio del Ambiente como tal siempre está

preocupado de una forma y otra con los índices de contaminación sea por basura sea por atmosférico, sea por agua una serie de contaminaciones, pero yendo un poco al asunto del plástico, la basura, las fundas, cualquiera de esos de ahí, si está preocupado pero también recordemos que hay muchos gobiernos seccionales que tienen la potestad, la responsabilidad, como es el caso de Guayaquil , la parte ambiental al menos en Guayaquil es dirigida por el Municipio de Guayaquil, el municipio actualmente ya está empezando una campaña de cero sorbetes y cero fundas plásticas entonces , ya en Galápagos también van a prohibir el ingreso de ciertos plásticos que son de un solo uso. Dentro de Guayaquil el único ente regulador es el Municipio, cuando un municipio no cumple con sus competencias ahí es cuando entra el Ministerio que es la entidad reguladora nacional.

### **Análisis**

En la actualidad el tema de las fundas plásticas se ha convertido en prioritario en el país generando la aparición de varias agrupaciones ecológicas en pro de mejorar el cuidado del medio ambiente. El Ministerio del Ambiente se preocupa por la problemática, pero su intervención depende de que los Organismos seccionales no cumplan con sus competencias, siendo claro que las iniciativas que se puedan llevar a cabo en cada sector serán clave para un trabajo en conjunto.

### **2. El consumo de fundas plásticas está aumentando cada año y con ello la contaminación ambiental, ¿Qué acciones están realizando para concientizar a la población sobre este problema?**

Como ministerio hemos estado apoyando a ciertas campañas; por ejemplo, las provincias tienen justamente las direcciones del medio ambiente que a veces tienen sus campañas, como ministerio se apoya a la totalidad de la campaña y a veces hay entidades, colegios, escuelas universitarias que hacen campañas y se unen justamente o quieren el apoyo del ministerio y el ministerio suele apoyar, de una forma u otra a veces con capacitaciones, a veces con ciertas actividades lúdicas, pero estamos muy al tanto de lo que se hace, hemos apoyado muchas veces a entidades con el personal cuando se hace la limpieza o difundiendo por medio de nuestras redes justamente lo que ellos están haciendo.

### **Análisis**

Las iniciativas ecológicas que puedan ser generadas por entidades educativas u organizaciones pueden contar con el apoyo del Ministerio del Ambiente siempre y cuando las mismas lo soliciten a través de sus direcciones, el apoyo es otorgado en base a los requerimientos que la institución defina claramente.

### **3. Dentro de sus planes de acción para erradicar el uso de fundas plásticas ¿Han visto la oportunidad de solicitar al Gobierno Nacional que se aplique una ley, la cual consista en la eliminación definitiva de fundas plásticas como lo han aplicado en otros países?**

Realmente sí está en la mira del Ministerio del Ambiente, pero esto hay que ir paso a paso porque hay gente que vive solamente de la venta de fundas, hay gente que vive de la venta de sorbetes; entonces, antes de quitar el producto hay que buscarle la alternativa, y si

bien es cierto están esas fundas reutilizables y que de hecho probablemente sus padres, sus abuelos antes iban al supermercado con estos canastos y poco a poco fueron por comodidad cambiando a fundas plásticas justamente pero si se ha estado apoyando y hemos tenido ciertos acercamientos con ciertas entidades si mal no me acuerdo, Tía fue una de esas, con Tía hubo mayor acercamiento.

#### **Análisis**

El Ministerio del Ambiente ha considerado diferentes opciones para avanzar con la eliminación de las fundas plásticas, pero es claro al referirse que todo tiene un proceso, debido a que su comercialización es una forma de ganarse la vida de muchas personas, afectando a una parte de la población de ser eliminada de forma inmediata.

#### **4. ¿Qué tipo de medidas drásticas ha propuesto el Gobierno Nacional respecto a esta problemática que año a año va aumentando?**

El Ingeniero Álvarez nos indica que no son medidas drásticas, porque tal vez no es drástico el asunto, pero se incentiva a ciertas organizaciones y se las apoya a las entidades en espera de que puedan salir ciertas normativas, reglamentos o leyes que en un tiempo, se espera a mediano plazo sean definitivas como para poder erradicar el problema, pero se cree que esto va hacer poco a poco, tal vez buscando ciertos lugares que sean como pilotos para ver cómo va funcionando. En el caso de algunos países como Chile, no fue de la noche a la mañana, sino que tuvieron muchos procesos y lo mismo debe pasar en Ecuador. Como Subsecretaria se tienen ciertos lugares que están en estudios, porque eso implica ponerse de acuerdo con el Municipio o la Prefectura porque tienen las competencias y ya no es solo un trabajo del Ministerio, sino es un trabajo interinstitucional.

#### **Análisis**

Las medidas que se están adoptando no son rigurosas; sin embargo, se espera que a futuro se generen leyes que erradiquen el problema, empezando con pruebas pilotos en sectores de la urbe porteña.

#### **5. Una de las medidas con mayor efectividad que ayudaría a disminuir el consumo de fundas plásticas es la del cobro, ¿Por qué no se ha aplicado esta medida?**

La verdad que esa respuesta en relación a por qué no se cobra o no, de hecho se pusieron un impuesto a las botellas plásticas verdad, con respecto a las fundas como les he dicho todavía estamos en proceso, hay muchas ideas, ahí está el asunto de ponerle impuesto, de ponerle un incremento que pase a las manos ciudadanas, entonces probablemente por más que les suba dos centavos, tres centavos y te lleves en fundas un dólar, un dólar cincuenta, talvez ese no sea el problema porque la gente va a seguir consumiendo, como te digo eso no parte, por ahora no tenemos una normativa una ley para eso, como te digo son procesos a veces de ciertas instituciones pero, por ahora no está eso.

#### **Análisis**

Existen ideas para mejorar la situación actual referente al consumo excesivo de fundas plásticas, pero los procesos para definir las acciones se encuentran demoradas por la cantidad de alternativas, por otro lado, la flexibilidad en las leyes no ayuda a tomar medidas más

drásticas para definir una estrategia directa. Durante la entrevista se indicó que el cobro no sería exactamente el problema, sino más bien la carencia de cultura ecológica en la sociedad.

**6. Uno de los lugares de mayor entrega gratuita de fundas son los comisariatos, ¿Existe algún tipo restricción para estos establecimientos?**

No, respuesta directa no, porque si te das cuenta tú puedes llegar a esos lugares y salir con veinte fundas o con treinta fundas no hay norma que se limite la cantidad de fundas, pero como te dije la idea al final no va a ser limitar la cantidad de fundas sino dar una alternativa, probablemente no llevar fundas plásticas y llevar en fundas de papel o llevar en fundas reutilizables, debería haber factores o sea otras alternativas, pero a veces esas alternativas resultan más caras, todavía hay que buscar más formas.

**Análisis**

Las acciones radican en buscar alternativas más económicas para dar una opción al público que adquiere productos en supermercados, según lo indicado en la entrevista.

**7. La contaminación ambiental es un tema de cultura que se fomenta desde los hogares, escuelas y colegios, ¿Han implementado o tienen algún proyecto dirigido específicamente a niños y adolescentes en escuelas y colegios?**

Hace menos de un mes se lanzó la estrategia nacional de educación ambiental, esta estrategia nacional de educación ambiental está vinculada tanto al Ministerio del Ambiente y Educación, entonces hay una serie de alineamientos a seguir con respecto a la educación y dentro de esos puntos se toca justamente esos tipo de sensibilización a la comunidad, entonces esta estrategia está pensada a diferentes extractos educativos pero aparte, la ventaja de tener también algunas áreas protegidas tanto en la costa, sierra y el oriente de cada área, tienen sus programas de educación ambiental y ellos hacen campañas para sensibilizar no solamente por el uso de desechos de orden plástico sino otras series de campañas que también tienen que ver con contaminación ambiental o con el trato a los animales, flora y fauna entonces eso es una ventaja del Ministerio del Ambiente que constantemente realiza estos programas o hacemos estas campañas también de limpiezas costeras, manglar o de fondo.

No hace mucho hicimos una limpieza sacamos en sacos unos ochocientos cincuenta sacos de basura a razón de seis a siete kilos cada saco, fue bastante basura que se sacó en una sola mañana del golfo de Guayaquil, de la zona del manglar y la realidad es que la mayoría de la basura sale de ciudades como Guayaquil entonces si tú le preguntas a las personas si es malo botar la basura ellos te van a decir que si.

**Análisis**

Las estrategias en aspectos educativos son coordinadas en conjunto con el Ministerio de educación y organizados acorde a la región en la que se impartirán las charlas y demás actividades. Partiendo de esto se ha logrado generar una concepción negativa respecto a botar basura; sin embargo, aún existen personas que no toman conciencia de las consecuencias que generan estos actos.

## **8. Ustedes como entidad reguladora del medio ambiente, ¿De qué manera creen que se podría solucionar este problema?**

Yo sí creo que hace falta un poco más de difusión en los medios y hay que llegar con el mensaje de manera masiva para que la gente empiece a darse cuenta de las consecuencias. Hay una ventaja de que ahora están las redes sociales tipo Facebook, Twitter y tú ves correr muchos videos por el lugar, entonces hay mucha gente que se da cuenta de la problemática y, algunos ya empiezan hacer conciencia.

Yo creo justamente que el internet y todo lo que esto trajo ha ayudado a que mucha información se pueda replicar y que la gente haga conciencia, pero aun así todavía falta. Te decía se realizan campañas, actividades lúdicas en escuelas, colegios y universidades, se capacita a instituciones como a la armada, policía, BIESS, por la razón del uso también de los recursos dentro de las oficinas, tratamos de abarcar lo más que podamos, pero aun así nunca será suficiente, entonces espero algún día tal vez los medios sean más aliados a nosotros y no esperen remuneraciones para aceptar algo que sea para el bien del país.

### **Análisis**

La utilización de nuevas tecnologías y el uso de perfiles sociales ayuda a transmitir la información de forma más rápida entre las personas; sin embargo, se reconoce que no se está generando el conocimiento necesario a la población por parte de los entes gubernamentales. Los medios esperan concesiones para transmitir campañas en vez de realizar de forma voluntaria como aporte a la comunidad y al medio ambiente, demostrando limitantes en las leyes del país y la falta de cooperación por parte de las empresas privadas.

### **5.3 Conclusiones**

Las personas en la actualidad consideran de suma importancia cuidar el medio ambiente; sin embargo, la baja difusión de campañas medio ambientales en el país ha ocasionado desconocimiento en la sociedad respecto a las nuevas iniciativas que se están tomando, es así que 9 de cada 10 personas consideran necesario fomentar la transmisión de campañas ecológicas. Esto se encuentra respaldado por una entrevista realizada a un funcionario del MAE donde indica que sí hace falta promocionar un mensaje ecológico en la población debido a que aún existe deficiente cultura ecológica

El uso de fundas plásticas de cualquier tipo es de utilización común en supermercados para transportar productos; sin embargo, existe un amplio porcentaje de personas que desconocen sus consecuencias con un 51%. En los supermercados se ofertan bolsas reutilizables como una opción más amigable para el cuidado del medio ambiente, pero su carente difusión ha generado poco impacto en la sociedad

Las personas podrían acceder a un pago mínimo por las fundas plásticas en supermercados, sin embargo, en la entrevista con el funcionario de MAE sugiere que la problemática no sea como tal el cobro sino la carente cultura ecológica existente, siendo necesario fortalecer las campañas ambientales.

Los hábitos generados por una cultura deficiente y falta de promoción a través de los medios tradicionales han ocasionado que la sociedad no tenga conocimiento y no tomen

conciencia de la problemática. Las personas consideran que en la actual era tecnológica si se pretende llegar a un público objetivo con un mensaje conservacionista se debería de utilizar las redes sociales como plataforma para emitir campañas y los medios tradicionales para aumentar el alcance en los hogares de la población. Por esta razón, se ha establecido proponer un Plan de Marketing Verde con la finalidad de influir en las personas para tomar conciencia e ir modificando los hábitos y costumbres hacia una mentalidad más ecológica.

#### **5.4 Recomendaciones**

Basado en las conclusiones generadas en el presente proyecto de investigación, se considera tomar en cuenta las siguientes recomendaciones enfocadas en ayudar a fomentar el uso de bolsas reutilizables:

Se deberá desarrollar un plan de marketing verde como proyecto piloto que sea puesto en marcha en los supermercados de las ciudadelas Alborada VIII Etapa y La Garzota de la ciudad de Guayaquil como parte de una campaña de concientización para fomentar el uso de bolsas reutilizables, cambiando paulatinamente la cultura del sector seleccionado para ser tomados como referencia en futuros estudios.

La campaña deberá ser enfocada en la reutilización y cuidado al medio ambiente como mensaje primordial; así como también, en los valores que se deberán transmitir a la sociedad a través de las nuevas plataformas sociales y medios de comunicación tradicionales, que servirán para obtener una respuesta más rápida de los internautas ayudando a generar acciones positivas en la sociedad.

Se recomienda generar alianzas entre el gobierno y los supermercados con la finalidad de fortalecer la campaña ecológica de reutilización intensificando los esfuerzos por cambiar la mentalidad de la sociedad hacia acciones conservacionistas.

## Bibliografía

Aguilar, A. E. (2016). Marketing verde, una oportunidad para el cambio organizacional. *Realidad y Reflexión*.

Asociación de comercialización americana. AMA Dictionary. (s.f.). *AMERICAN MARKETING ASSOCIATION*. Recuperado el 5 de Mayo de 2018, de <http://www.marketing-dictionary.org/Green+Marketing>

Busquet Duran, J. (2015). *La Cultura*. Barcelona: Editorial UOC.

EconoBolsas. (9 de Enero de 2015). *EconoBolsas*. Obtenido de <http://econobolsas.com/que-son-bolsas-ecologicas/>

Innovación y Cualificación S. L. and Target Asesores S.L. (2016). *Experto en Gestión Medioambiental 2a. ed.* Málaga: IC Editorial.

Martínez, A. N. (2016). *Normas de calidad, responsabilidad social y turismo: hacia un turismo sustentable*. Buenos Aires: Ediciones Ladevi.

Pascual, A. (2016). *Stop Basura: La Verdad Sobre Reciclar*. Mayo: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Sierra Caballero, F., & Fávoro Garrossini, D. (2016). *Comunicación y ciudad: la mediación social en la nueva cultura urbana*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.